

LATVIJAS MEDIJU EKOLOGIJA ,

2020. GADA PANDĒMIJAS KRĪZĒ

VITĀS ZELČES, SKAIDRĪTES LASMANES UN MARITAS ZITMANES REDAKCIJĀ

LATVIJAS MEDIJU EKOLOĢIJA 2020. GADA PANDĒMIJAS KRĪZĒ

LATVIJAS MEDIJU EKOLOĢIJA 2020. GADA PANDĒMIJĀS KRĪZĒ

Rolanda Tjarves piemiņai

Vitas Zelčes, Skaidrītes Lasmanes un Marītas Zitmanes redakcijā

LU AKADĒMISKAIS APGĀDS

UDK 316.77(474.3)
La805

Zelče, Vita, Lasmane, Skaidrīte, Zitmane, Marita (red.). *Latvijas mediju ekoloģija 2020. gada pandēmijas krīzē*. Rīga: LU Akadēmiskais apgāds, 2023. 504 lpp. : il.

Kolektīvā zinātniskā monogrāfija sagatavota un izdota Latvijas Zinātnes padomes fundamentālo un lietišķo pētījumu programmas projektā "Latvijas mediju ekoloģija: Ceturtās industriālās revolūcijas izraisīto pārmaiņu analīze" (Izp-2018/2-0260)



Rekomendēta izdošanai ar Latvijas Universitātes Humanitāro un sociālo zinātņu padomes 2022. gada 26. maija sēdes lēmumu (protokola Nr. 7)

Recenzenti:

Ph. D. **Andrejs Plakans**, Aiovas Pavalsts universitātes emeritētais profesors

Dr. sc. soc. **Anda Rožukalne**, Rīgas Stradiņa universitātes profesore un vecākā pētniece

Dr. sc. pol. **Daunis Auers**, Latvijas Universitātes profesors un vadošais pētnieks

Literārā redaktore **Agita Kazakeviča**

Dizains un makets **Laura Veļa**

Nodaļu titullapu noformējumā izmantotas Irēnas Arnes, Sanitas Dubras, Elzas Lāmas, Lauras Veļas, Vitas Zelčes un Ilmāra Znotiņa fotogrāfijas, kā arī bezmaksas interneta vietnes pixabay.com piedāvātie attēli

© Latvijas Universitāte, 2023

© Sanita Dubra, Renārs Felcis, Viktors Freibergs, Skaidrīte Lasmane, Elza Lāma, Klinta Ločmele, Diāna Polgina, Zane Radzobe, Sandis Sauka, Velta Skolmeistere, Ojārs Skudra, Rolands Tjarve, Raivis Vilūns, Laura Uzule, Vita Zelče, Kaspars Zellis, Marita Zitmane, 2023

© Laura Veļa, dizains, 2023

<https://doi.org/10.22364/lmepc.23>

 ISBN 978-9934-18-999-9  ISBN 978-9934-18-860-2 (PDF)

Ievads

1

PAR PROJEKTU UN GRĀMATU

Skaidrīte Lasmane, Vita Zelče, Marita Zītmane

9

KAS IR MEDIJU EKOĻĪJA?

Mediju ekoloģija, evolūcija un krīze

Vita Zelče

23

2

MEDIJU LOMA KRĪZES SĪTUĀCIJĀ: TĀS IZZIŅOŠANĀ, INFORMATĪVĀ ATVEIDOŠANĀ, VADĪŠANĀ

1. nodaļa

Mediju informatīvās funkcijas krīzes situācijā: uzticēšanās medijiem krīzes apstākļos

Renārs Felcis

41

2. nodaļa

Mediju ekonomika un pielāgošanās krīzes apstākļiem

Klinta Ločmele, Laura Uzule, Raivis Vilūns

55

3. nodaļa

Piezīmes par Covid-19 laika politiski medicīnisko komunikāciju

Ojārs Skudra

73

4. nodaļa

Reklāma Covid-19 krīzes vadīšanā

Marita Zītmane

91

5. nodaļa

Reģionālo mediju loma krīzes vadīšanā un izziņošanā

Laura Uzule

103

6. nodaļa

Pandēmijas krīzes ētika

Skaidrīte Lasmane

133

7. nodaļa

Medijpratība pandēmijas laikā

Klinta Ločmele

147

3

DIGITĀLO TEHNOLOĢIJU JAUNĀS PAPLAŠINĀTĀS FUNKCIJAS

- | | | |
|-----------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 1. nodaļa | Sociālo tīklu informatīvā loma krīzes ekoloģijā
Raivis Vilūns | 171 |
| 2. nodaļa | Privātās telpas (māju) publiska performance
video komunikācijā
Sanīta Dubra | 183 |
| 3. nodaļa | #PaliecMājās: māsēdes laika dokumentēšana
“Instagram” vidē
Velta Skolmeistere | 199 |
| 4. nodaļa | Baznīcas digitalizācija: kristīgo konfesiju
tiešraides dievkalpojumi
Velta Skolmeistere | 207 |
| 5. nodaļa | Māksla uz sociālo mediju skatuves: teātra un koncertu
digitālo formu transformācija
Velta Skolmeistere | 219 |
| 6. nodaļa | Latvijas kinofestivāli pandēmijas apstākļos
Viktors Freibergs | 237 |
| 7. nodaļa | Izglītības pielāgojums krīzes apstākļiem
un mediatizācija
Elza Lāma | 245 |
| 8. nodaļa | Sports pandēmijas krīzē
Sandis Sauka | 257 |

4

SABIEDRĪBAS NOSKAŅOJUMS UN TĀ VADĪŠANA KRĪZES APSTĀKĻOS

- | | | |
|-----------|--------------------------------------------------------------------------|-----|
| 1. nodaļa | Emocionālā noskaņojuma loma krīzes ekoloģijā
Skaidrīte Lasmane | 271 |
|-----------|--------------------------------------------------------------------------|-----|

2. nodaļa	Atmiņas institūciju (bibliotēku, muzeju, arhīvu) e-aktivitātes un to loma noskaņojuma veidošanā Sanita Dubra	283
3. nodaļa	Svētki ārkārtējās situācijas apstākļos Vita Zelče	297
4. nodaļa	Digitālais teātris un krīze Latvijas teātros Zane Radzobe	319
5. nodaļa	Humors mediju ekoloģijā krīzes apstākļos Marīta Zitmane	327
6. nodaļa	Mājdzīvnieku loma ārkārtējās situācijas laikā Raivis Vilūns	335
7. nodaļa	Slavenības sociālajos medijos un to funkcijas krīzes laikā Raivis Vilūns	343
8. nodaļa	Atkarību izraisošo vielu mediatizācija krīzes laika sabiedrībā Diāna Polgīna	353
5	PAGĀTNES KRĪZES ATBALSOJUMS UN PIEREDZE	
1. nodaļa	Epidēmijas, pandēmijas un mediju ekoloģija: Latvijas pieredze modernajā laikmetā (18.–20. gadsimts) Vita Zelče	369
2. nodaļa	Informācija par karu un kara diskursi Pirmā pasaules kara pirmajās dienās Vita Zelče	385
3. nodaļa	Informācija par karu un kara diskursi Otrā pasaules kara pirmajās dienās Vita Zelče	401

4. nodaļa

Krīze krīzē – veselība un mediji Latvijā nacistu okupācijas gados	417
Kaspars Zellis	

5. nodaļa

Lielie plūdi Baltinavā: komunikācija lokālajā krīzē	435
Klinta Ločmele	

6

ROLANDA TJARVES PIEMIŅAI

“Žurnālistikā ir vajadzīgi brīvi domājoši cilvēki” Rolands Tjarve (20.03.1966.–11.04.2020.)	445
Vita Zelče, Skaidrīte Lasmane	

Publiskās sfēras teorētiskais koncepts: pamata izpratnes un to izmantojums sabiedrisko mediju novērtējumā un analīzē	459
Rolands Tjarve	

Nobeigums

NOBEIGUMS	475
Skaidrīte Lasmane, Vita Zelče	

Summary

LATVIA'S MEDIA ECOLOGY IN CRISIS OF 2020 PANDEMIC	479
--------------------------------------------------------------	-----

Autori	493
---------------	-----

Personu rādītājs	497
-------------------------	-----

PAR PROJEKTU UN GRĀMATU

Skaidrīte Lasmane, Vita Zelče, Marita Zitmane

Grāmata “Latvijas mediju ekoloģija 2020. gada pandēmijas krīzē” ir tapusi Latvijas Zinātnes padomes Fundamentālo un lietišķo projektu programmas projekta “Latvijas mediju ekoloģija: Ceturtās industriālās revolūcijas izraisīto pārmaiņu analīze” (2019–2020) īstenošanas rezultātā. Tās mērķis – pētīt Latvijas mediju ekoloģiju, tās stipros un vājos posmus SARS-CoV-2 izraisītās pandēmijas situācijā jauno komunikācijas tehnoloģiju apstākļos. Projekts tika realizēts Latvijas Universitātes Sociālo zinātņu fakultātes Sociālo un politisko pētījumu institūtā un Komunikācijas studiju nodaļā. Grāmatas autoru komandu veido šo institūciju mācībspēki un pētnieki, doktoranti un maģistranti. Pētījums par Latvijas mediju ekoloģiju pandēmijas radītajā krīzes situācijā tika īstenots 2020. gada otrajā pusē, grāmatas manuskripts tapa šī gada pēdējos mēnešos un 2021. gada sākumā.

Projekta “Latvijas mediju ekoloģija: Ceturtās industriālās revolūcijas izraisīto pārmaiņu analīze” īstenošanas otrajā gadā tā pētnieki, tāpat kā visa civilizācija, nonāca sarežģīta, viņu dzīvē vēl nebijuša izaicinājuma – jaunas, vēl nebijušas pandēmijas – priekšā. Jau 2019. gada beigās pasaulē satraukumu radīja jaunas elpceļu infekcijas slimības – koronavīrusa SARS-CoV-2 jeb Covid-19 (no angļu val.: *coronavirus disease 2019*) slimības – straujā izplatība. 2020. gada 2. martā Latvijā tika apstiprināts pirmais Covid-19 saslimšanas gadījums, un tad – kopš 8. marta valstī sākās tās aizvien straujāka izplatība. 2020. gada 11. martā Pasaules Veselības organizācija (PVO) pasludināja, ka šīs infekcijas slimības izplatības līmenis sasniedzis globālas pandēmijas līmeni. Dienu vēlāk – 12. martā – Ministru prezidents Krišjānis Kariņš, pamatojoties uz Civiltās aizsardzības un katastrofu pārvaldīšanas likumu, likumu “Par ārkārtējo situāciju un izņēmuma stāvokli” un Epidemioloģiskās drošības likumu, Latvijā izsludināja ārkārtējo situāciju, kuras mērķis – ierobežot Covid-19 izplatību. Savukārt 14. martā

Latvijas Slimību profilakses un kontroles centrs (SPKC) sāka publicēt ikdienas statistikas datu apkopojumus par Latvijas iedzīvotāju saslimšanu ar Covid-19. Šī informācija divu gadu ilgumā līdz pat 2022. gada pirmajiem mēnešiem bija mediju pirmā ziņa, kas veidoja aizvadītās dienas pamatraksturojumu.

2020. gada martā projekta “Latvijas mediju ekoloģija: Ceturtās industriālās revolūcijas izraisīto pārmaiņu analīze” īstenotāji pieņēma lēmumu monitorēt un analizēt Latvijas mediju ekoloģiju Covid-19 pandēmijas un tās radītās sociālās krīzes sākumperiodā. Šī darba rezultāti tad arī ir apkopoti kolektīvajā monogrāfijā “Latvijas mediju ekoloģija 2020. gada pandēmijas krīzē”. Tās pamatā ir mediju ekoloģijas un ekosistēmas teorētiskās pieejas. Mediju ekoloģija ir daudzu parādību un norišu savstarpējo attiecību tīkla, kopsakara un sintēzes jēdziens. Tas atklāj mediju vitālo un dinamisko klātbūtni sociālajā ekosistēmā. Par pašsaprotamu atzīstot mediju lomu sabiedrības informēšanā un komunikācijā, nākas iedziļināties īpašās attiecībās un transformācijās, ko daudzveidīgo mediju klātbūtne ierosina sociālajā un kultūras vidē, kuras daļa tā ir.

Mediju ekoloģijas pieeja pētniecībā ienāca 20. gadsimta 60.–70. gadu mijā, pateicoties ASV izglītības un kultūras teorētiķim Neilam Postmenam (*Neil Postman*). Ar šo pieeju viņš pieteica mediju kā vides studijas, kuras aptver mijdarbību starp cilvēkiem/sabiedrību un medijiem, proti, to ietekmi uz cilvēku apziņu, pasaules izpratni, uztveri, uzskatiem, domāšanu, jūtām, attiecībām un to, kā mediju izraisītās pārmaiņas sekmē to pielāgošanos videi, veicina izdzīvošanu un attīstību (Postman, Weingartner 1969). Ekoloģiskais aspekts vai ievirze norāda uz kopsaisti un kopsakaru, ko ilustrē jēdziena ekoloģija cilme (gr. *oikos* – māja), kur māja izsaka dzīvības uzturēšanai neaizstājamo patvēruma, drošības, aizsardzības, izdzīvošanas un attīstības nosacījumu kopumu. Mūsdienās mediju ekoloģijas jēdziens un pētījumi turpina papildināt un padziļināt komunikācijas nozari un teoriju, norādot uz nozīmīgu šā laika kopsakaru – tehnisku jaunveidojumu klātbūtni un mijiedarbību ar cilvēku, sociālo apkaime, ietekmējoties un ietekmējot to. Vienlaikus tas iegūst jaunas pētniecības tradīcijas nozīmi, kuras centrālais princips attiecas uz to, ka mediji nav tikai komunikācijas kanāls, tehnoloģija, līdzeklis, rīks vai forma, bet **funkcionē vidē un darbojas kā vides daļa**, pārveidojot cilvēku ikdienu, domāšanu, attiecības un sociālās uzvedības veidus, kā arī pašu mediju vidi. No šauri instrumentālas un nošķirtas nozares mediju komunikācijas pētniecība tādējādi iegūst starpdisciplināru raksturu.

Neieslīgstot tehnoloģiskā determinisma vienpusībā, nav noliedzamas arvien acīmredzamākās jauno digitālo tehnoloģiju izraisītās pārmaiņas. Transformācija un tās ietekme praksē notiek straujāk, nekā sabiedrība un indivīdi spēj apgūt, apzināties, nosaukt vārdā, piešķirt nozīmi un saprast tās iedarbību. Tikai pēc zināma laika un gūtās pieredzes pietiekami skaidri atklājas pārmaiņas un to sekas, kā arī iespēja teorētiski un jēdzieniski orientēties tajās. Ne velti mūsdienu retoriku pārpludina *post* darinājumi, norādot uz kaut kā izbijuša, pagājuša un pārveidota klātbūtni jaunajās un citādajās attiecībās. Vācu filozofa Georga Vilhelma Frīdriha Hēgeļa (*Georg Wilhelm Friedrich Hegel*) nolieguma noliegums un iepriekšējā stāvokļa atcēlums (*Aufhebung*) palīdz uzskatāmi saprast *post* – lietojumu, kad vienlaikus kaut kas no iepriekšējā

gan izzūd, gan saglabājas nākamajā attīstības pakāpē, veidojot jaunas attiecību formas, vidi un ietekmes.

Mūsdienu mediju vides attīstībā vācu pētnieki Uve Hāzebrinks (*Uwe Hasebrink*) un Andreass Heps (*Andreass Hepp*) saskata vismaz piecas būtiskas tendences: pirmkārt, tehnoloģijās balstīto mediju tālāku diferenciāciju; otrkārt, individuālas un kolektīvas saiknes plašas iespējas laikā un telpā; treškārt, mediju klātbūtnes pieaugumu visās sociālās dzīves sfērās; ceturtkārt, strauju inovāciju tempu jaunu mediju tehnoloģiju un pakalpojumu radīšanā; piektkārt, kā minēto pārmaiņu rezultātā pieaudzis sociālās dzīves datifikācijas līmenis (Hasebrink, Hepp 2017, 364). Līdz ar tehnoloģijām mainās priekšstati par tradicionālo žurnālistiku plašsaziņā jeb masu medijos. Mediju vides transformācijai līdzī mainās žurnālistu loma un funkcijas. Tiek pārskatītas mediju kā informācijas avota, sargsuņa, vārtsarga, publiskā pārstāvja, politiskā mediatora (starpnieka) un citas tradicionālās lomas, pārejot uz digitālo jeb līdzdalības (*participatory*) žurnālistiku (Peters, Broersm, 2016), kad informatīva satura veidošanā var neierobežoti iesaistīties ikviens digitālo platformu lietotājs.

Minētās un citas pārmaiņas, to ekoloģiskais lietderīgums un funkcijas intensīvāk atklājas krīzes laikā, kad krasi saasinās un mainās izdzīvošanas un attīstības nosacījumi. Krīzes (grieķu val. *krisis* – lēmums, spriedums) – jēdziens sākotnēji lietots medicīnā. Tas norāda uz pagrieziena punktu kādas slimības norisē – vai nu uzlabošanā, vai pasliktinājumā. No medicīnas pārņemtais krīzes jēdziens mūsdienās attiecināts uz jebkuru bīstamu augsta riska posmu attīstībā. Ar krīzi izteikts gan sarežģītumu un zaudējumu, gan sociālu pārmaiņu laiks, sociāls eksperiments, kurā notiek pārbīdes ikdienas paradumos, kad blakus neparedzētiem un nenovēršamiem zaudējumiem rodas jaunas iniciatīvas un vienlaikus tiek meklēti jauni vērtējumi un pārvērtējumi.

Parasti ar krīzi izteic notikumu kopumu, ko uztveram kā krasu, pārsvarā kādu negatīvu pārmaiņu izraisītu pavērsienu, kas ietekmē dabas vai sociālās ekosistēmas stabilitāti un turpmāko attīstību. Krīze ir vairāk vai mazāk savstarpēji saskaņotas un dzīvei piemērotas funkcionēšanas iedragājums, kas izraisa citu ekosistēmas daļu pārkārtojumu. Krīze rodas risku rezultātā ar tiem raksturīgo neparedzamību un nejaušību. Apstākļu un situācijas neparastums pieprasa skaidrojumu un jaunu nozīmju piešķiršanu notiekošajam. Pieaug pārinterpretācijas nepieciešamība, kas nav tik raksturīga, dzīvojot pierastos apstākļos. 1933. gada pasaules ekonomiskās krīzes sakarā latviešu filozofs Teodors Celms krīzi raksturojis kā “lūzumu kādas attīstības gaitā, pēc kura šī attīstība vai nu iet jaunā augšanas virzienā, vai arī tuvojas neesamības bezdibenim” (Celms 1933, 3). Krīze ir saspringts koncentrēšanās laiks, intensificējot darbības enerģiju gan praktiskai eksistenciālai esībai un saesībai, gan pētniecībai un refleksijai.

Pētījums par Latvijas mediju ekoloģiju, kuram veltīta monogrāfija “Latvijas mediju ekoloģija 2020. gada pandēmijas krīzē”, tapis vienlaikus ar “lūzumu”, kuru izraisījis koronavīruss SARS-CoV-2 un Covid-19 pandēmija, kā par to ziņojusi jau minētā PVO 2020. gada 9. martā. Tās vēstījums adresēts medijiem, aicinot uztvert un lietot minēto jēdzienu ne pārāk bezrūpīgi un ne pārāk ļaunprātīgi (WHO 2020). Pandēmijas krīzes mediatizācijā, līdzdzīvošanas pieredzē, vērojumā, aptauju datos, refleksijā un analizē atklājas tradicionālo un digitālo komunikācijas tehnoloģiju kopīgā, tomēr atšķirīgā klātbūtne, funkcijas un nozīme krīzes

informatīvā atveidē, sabiedrības noskaņojuma un attieksmes veidošanā, vadīšanā un pārvarēšanā. Sekojot notiekošajam pasaulē un Latvijā gan valdības noteiktos ārkārtējās situācijas mēnešos pirmajā koronavīrusa darbības vilnī (2020. gada 12. marts–9. jūnijs), gan otrajā (2020. gada 9. novembris–2021. gada 11. janvāris), krīzes atslābumā un saasinājumā vērotas, datētas un interpretētas pandēmijas izraisītās pārmaiņas mediju vidē, tās sasaistē ar ekonomiku, politiku, kultūru, cilvēku mājas dzīvi un savstarpējām attiecībām. Īpaši akcentēta digitalizācijas klātbūtne “kopējā situācijā”. Pētījums attiecas uz daudzveidīgu mediju praktisku iekļaušanos krīzes apstākļos, kā arī uz prognozēm par pārmaiņām mediju vides un tehnoloģijas attīstībā. Līdzīgi Žakam Ellulam (*Jacques Ellul*), kurš viens no pirmajiem raksturojis tehnoloģiskas sistēmas, tomēr nākas atzīt, ka gatavu kopsakara secinājumu vēl nav daudz (Ellul 1980, 311). Taču atsevišķas izmaiņas krīzes, pielāgošanās rezultātā un perspektīvā atklājas veiktajā Latvijas mediju ekoloģijas pētījumā.

Monogrāfija “Latvijas mediju ekoloģija 2020. gada pandēmijas krīzē” sakārtota sešās daļās, ko veido 30 nodaļas. Pirmajā daļā “Kas ir mediju ekoloģija?” tiek piedāvāts mediju ekoloģijas pieejas teorētiskais un tās lietošanas pētniecībā tradīcijas apskats. Nodaļas autore **Vita Zelče** iztirzā fragmentācijas, pluralizācijas, evolūcijas un revolūcijas konceptu nozīmi mediju ekosistēmas analizē. Īpaša vērība veltīta digitālās ekosistēmas vietai un tās transformējošajai lomai visā mediju vides funkcionēšanā. Autore skar arī krīzes ietekmi uz mediju ekoloģiju un abu šo sociālo fenomenu mijiedarbības jautājumus. Viņa pieļauj, ka Covid-19 pandēmijas izraisītā krīze atstājusi ilgtermiņa ietekmi uz mediju ekosistēmu, tomēr šobrīd vēl nav iespējams pilnībā aptvert tās mērogius.

Otro daļu “Mediju loma krīzes situācijā: tās izziņošanā, informatīvā atveidošanā, vadīšanā” veido septiņas nodaļas, kurās sekots līdzī daudziem mediju darbības laukiem pēkšņās 2020. gada krīzes apstākļos. Šo daļu ievada **Renāra Felča** pētījums par mediju informatīvajām funkcijām un uzticēšanos tiem krīzes apstākļos, uzsverot to lomu krīzes izziņošanā, atveidē, vadīšanā un prognozēšanā. Analizēti projekta “Latvijas mediju ekoloģija: Ceturtās industriālās revolūcijas izraisīto pārmaiņu analīze” ietvaros 2019. gada augustā–oktobrī veiktās reprezentatīvās kvantitatīvās aptaujas rezultāti. Pētnieks secina, ka iedzīvotāji, kuri kopumā neuzticas medijiem, ir gatavāki izmantot daudzveidīgus informācijas avotus epidēmijas gadījumā nekā tie, kuri uzticas medijiem. Kopumā uzticēšanās tradicionāliem medijiem nenozīmē, ka tie tiks biežāk izmantoti krīzes situācijās. R. Felcis norāda, ka aptaujas rezultātu analīze liecina: informācijas iegūšanu par aktuāliem notikumiem visvairāk raksturo ieradumi, nevis uzticēšanās medijiem.

Nākamā nodaļa veltīta mediju ekonomikai un tās transformācijām krīzes apstākļiem. Tās autori – **Klīnta Ločmele**, **Laura Uzule** un **Raivis Vilūns** – atzīst, ka Covid-19 situācija negatīvi ietekmēja Latvijas mediju ekoloģiju. Tā radīja finansiālas problēmas, atstāja nopietnu ietekmi uz tiem medijiem, kuri bija/ir slīptāk pielāgojušies 21. gadsimta tehnoloģiskajai videi. Savukārt interneta mediji piedzīvoja auditorijas pieplūdumu. Pētnieki ieskicē arī daudzās pārmaiņas mediju darbā: jaunu tehnoloģiju un metožu lietošanu informācijas vākšanā un intervēšanā, drošības pasākumu organizēšanu un praktizēšanu, komunikācijas kāpināšanu sociālajos

tīklos, jaunu rubriku un raidījumu tapšanu. Mediju ekoloģijā būtisku lomu ieguva valsts mediju atbalsta programmas un realizētie projektu konkursi, kuros iegūtais finansējums daudziem medijiem ļāva turpināt darbu.

Otrās daļas trešajā nodaļā **Ojārs Skudra** iztirzā Covid-19 laika politiski medicīnisko komunikāciju, analizējot žurnālu “Ir” un “SestDiena” saturu. Pētnieka interešu lokā ir demokrātijas racionalitātes problemātika Latvijā. Politiku un valsts amatpersonu interviju un viedokļu atspoguļojums abos žurnālos liecina, ka demokrātijas racionalitāte ir samērā apdraudēta un iracionalitāte nereti ņem virsroku. Par to vēsta arī O. Skudras daudzie analizētie piemēri.

Nākamajā nodaļā, kuras autore ir **Marita Zitmane**, aplūkota reklāma Covid-19 izraisītajā krīzē. Analizējot SPKC, veselības institūciju un dažādu uzņēmumu reklāmas, iztirzāti reklāmas vēstījumi, kuru uzdevumus ir vadīt sabiedrību riska situācijā un veidot sociāli vēlamu un atbildīgu uzvedību. Pētniece secina, ka krīze izgaismoja reklāmas nozīmi sabiedrības vadīšanā un tās sociālās funkcijas. 2020. gadā vairāki komerczīmoli sekmīgi īstenoja krīzes vadības funkciju, tomēr valsts pilnībā neizmantoja reklāmas kā sabiedrības vadības instrumenta potenciālu, jo koncentrējās tikai uz vēlamās sociālās uzvedības instruktāžu, nesniedzot cilvēkiem ziņojumu par atbalstu, kopību vai grūtību pārvarēšanu.

Grāmatas otrajā daļā iekļauta arī **Lauras Uzules** veidotā nodaļa par reģionālo mediju lomu krīzes vadīšanā un izziņošanā. Balstoties satura analizē, aptauju un interviju rezultātos ar vietējo mediju žurnālistiem, pētniece konstatē reģionālo mediju dienaskārtību un funkcijas krīzes periodā, kā arī apskata izdzīvošanas problēmas un iespējamās risinājumus. L. Uzule akcentē, ka reģionālie mediji ir nozīmīga Latvijas mediju ekosistēmas sastāvdaļa, tie ir vienīgais varas līdzsvara mehānisms reģionos un, iznīcinot reģionālos laikrakstus, zudīs jebkāda veida varas uzraudzība un kontrole pašvaldībās. Pašreizējās situācijas analīze liecina, ka reģionālā prese ir lielu pārmaiņu priekšā, tai nāksies reorganizēties, vairāk attīstot savu darbību elektroniskajās platformās un sociālajos tīklos. Pētniece arī norāda, ka šobrīd reģionālo mediju darbība galvenokārt balstās uz darbinieku entuziasmu un ļoti lielu pārslodzi, kas turklāt netiek pietiekami finansiāli atalgoti.

Otrās daļas turpinājumā lasāms **Skaidrītes Lasmanes** vērojums par mediju ētiku pandēmijā. Nodaļas autore uzsver kvalitatīvas komunikācijas un atbildības lomu mediju ekoloģijā. Mediju ētika krīzes situācijā galvenokārt vērtēta pragmatiska lietderīguma (utilitārisma ētika) un pienākuma ētikas aspektā. Tas ietver mediju praktisko ieguldījumu saprātīgā krīzes vadīšanā, sekmējot sabiedrības pielāgošanos dzīvei citādos apstākļos un ievirzot to pēckrīzes pārmaiņu noskaņojumā. S. Lasmane norāda, ka krīzes pārvarējumā izšķirošā loma ir saliedētai attieksmei un proaktīvai rīcībai, ko nav iespējams panākt tikai ar policijisku uzraudzību, kontroli un sodiem, bet arī ar labvēlīgu brīvprātību un iejūtību, ikvienu uzrunājot un iekļaujot pozitīvā pielāgošanās un risinājuma stratēģijā. Mūsdienu komunikācijas tehnoloģijas iniciē pāreju no informācijas ētikas uz komunikācijas ētiku, līdz ar to mediju ētikā pieaug prasība pēc digitālā jeb e-profesionālisma.

Otro daļu noslēdz **Klīntas Ločmeles** pētījums par medijpratību pandēmijas laikā. Situācijas raksturojumam viņa izmanto Apvienoto Nāciju Izglītības, zinātnes un kultūras

organizācijas (UNESCO) ieviesto dezinfodēmijas (*disinfodemic*) jēdzienu, kas apvieno vārdus “dezinformācija” un “pandēmija” un tā demonstrē sasaisti starp nepatiesu informāciju un tās potenciālo ietekmi uz Covid-19 pandēmiju. Autore norāda, ka pandēmija medijpratībai ir radījusi vairākus izaicinājumus: nepieciešamību kritiski izvērtēt arī ekspertu un aculiecinieku teikto, vārda brīvības robežu izpratnes formulēšanu, pseidozinātnes satura atšķiršanu no īstiem zinātniskiem pamatojumiem, dezinformācijas pamanīšanu sociālajos medijos, kritiskās domāšanas prasmju kopšanu. Medijpratībai pandēmijas laikā ir nozīme vien tad, ja cilvēks prot izvērtēt informāciju mainīgos apstākļos jeb pielāgot savas prasmes dažādām situācijām, secina K. Ločmele.

Grāmatas trešās daļas nosaukums – “Digitālo tehnoloģiju jaunās paplašinātās funkcijas”. Tās uzmanības centrā ir digitālie jeb e-mediji, to vieta mediju ekosistēmā un paplašinātais lietojums un ietekme krīzes apstākļos. Šīs daļas pirmajā nodaļā **Raivis Vilūns** raksturojis Latvijā plaši lietoto sociālo tīklu informatīvās un komunikatīvās iespējas un trūkumus pandēmijas laikā, kā arī veidus, kuros gan amatpersonu un oficiālie valsts pārvaldes, gan arī privātie iedzīvotāju konti tika izmantoti ārkārtējās situācijas laikā, lai sniegtu informāciju un dalītos ar individuālo pieredzi. Pētnieks secina, ka 2020. gadā pandēmijas laikā sociālie tīkli kļuva par oficiālās informācijas izplatīšanas kanālu, kā arī ļāva to lietotājiem dalīties pieredzē, domās un novērojumos un piedalīties to apspriešanā, tā ļaujot sajūst kopību un emocionālo atbalstu. Krīzes laikā sociālajos tīklos arī pastiprinājās viltus ziņu izplatīšana un tai sekojošā atmaskošana.

Sanita Dubra iztīrā privātās telpas, proti, cilvēku māju, publisko performanci video komunikācijā pandēmijas sākumposmā. Pandēmijas laika ierobežojumi tiešā veidā ietekmēja daudzu cilvēku un ģimeņu ikdienu, izjauca līdzsvaru starp mājām un darbu. Privātā telpa pārtapa par darbavietām, mācību klasēm, auditorijām un mājas video studijām, no kurām amatpersonas un eksperti sniedza intervijas un komentārus medijiem. Pētniece secina, ka video komunikācijas transformācijas spilgti atklāj pandēmijas radītās krīzes ietekmi uz sabiedrību. Tās radītie zaudējumi – līdz šim pieņemtā darba organizācijas prakse, sociālie kontakti, lielāks privātums – un ieguvumus – jaunas digitālās prasmes, brīvākas iespējas darba organizācijā un skaidrāku apziņu, ka fiziskās robežas nav profesionālās komunikācijas šķērslis.

Velta Skolmeistere aplūko jaunu komunikatīvās vides parādību – pandēmijas laika ikdienas dzīves dokumentēšanu “*Instagram*” vietnē. Autore norāda, ka, iespējams, ar laiku šīs sociālo tīklu dienasgrāmatas kļūs par vērtīgu vēstures liecību. Pandēmijas laikā ikdienas dzīves atainojums “*Instagram*”, no vienas puses, daudz neatšķiras no ikdienas satura sociālajos medijos, bet, no otras puses, tajā parādās jaunas nianšes – centieni iedvesmot citus ar savu piemēru, identificēt sevi ar savām pārdomām un savu mājas vidi, nevis ar publiskajām darbībām un āra aktivitātēm, kā arī akcentēt pandēmijas situācijas pozitīvos ieguvumus, tādējādi sekmējot samierināšanos ar notiekošo.

Velta Skolmeistere ir arī nākamo divu nodaļu autore. Pirmajā no tām viņa iztīrā jaunu parādību – baznīcas digitalizāciju, analizējot kristīgo konfesiju tiešraides dievkalpojumus. Pētniece norāda, ka jaunā realitāte, kas radās un attīstījās ļoti strauji, piespieda reliģiskās organizācijas intensificēt savu klātbūtni digitālajos medijos un vienlaikus skaidrot, kā digitāla

mijiedarbība konkrētās konfesijas teoloģiskajā skatījumā iederas tās reliģisko prakšu īstenošanā. Reliģiskās organizācijas sociālās tīklošanās vietnes – galvenokārt “Facebook”, bet arī “Instagram” un “Twitter” – aktīvi izmantoja jau pirms pandēmijas sākuma, tomēr tās laikā šis lietojums tika intensificēts un daudzveidots. Lai gan komunikācijas aktivitātes līmenis dažādās internetvietnēs un sociālajos medijos ir atšķirīgs, Latvijas kristīgās konfesijas un to garīgie līderi ir klātesoši digitālajā telpā, secina autore.

Nākamajā nodaļā **Velta Skolmeistere** aplūko teātra un koncertu digitālo formu transformāciju, proti, mākslas nonākšanu uz sociālo mediju skatuves. Tūlīt pēc ārkārtas stāvokļa izsludināšanas 12. martā sociālo mediju platformās parādījās vairākas iniciatīvas ar mērķi piedāvāt kultūras saturu sabiedrībai sakarā ar liegumu apmeklēt pasākumus klātienē, Kopumā pandēmijas laikā digitāli bija baudāmi dažādi kultūras produkti, piemēram, teātra izrādes, literatūras lasījumi, dziesmu videoieraksti, teātru radīti seriāli, koncertu translācijas, autokoncerti, svētku svinēšana. Autore uzsver, ka jauni atklājumi bija vērojami, gan apgūstot sociālo mediju platformas, gan satura producēšanu, gan tā izrādīšanu plašākai auditorijai, gan arī veidojot satikšanās telpu, kurā ir iespējams uz sarunu ieaicināt individuus un plašāku publiku.

Viktors Freibergs raksturo Latvijas kino festivālu “Lielais Kristaps”, Rīgas Starptautisko kinofestivālu (*Riga IFF*), Baltijas jūras dokumentālo filmu forumu (*Baltic Sea Docs*) un Eiropas kino vakaru (*European Cinema Night*), kā arī citu kino pasākumu piemērošanos krīzes situācijai. To organizētāji meklēja elastīgas pieejas, lai festivāli un pasākumi netiktu atcelti. Pētnieks akcentē, ka kino kā medija loma vispārējā mediju ekoloģijā aplūkojama divējādi: no kopīgās mediju ekosistēmas skatpunkta un iekšēji, proti, no medija attīstības un to sasniedzamības perspektīvas jaunajās digitālajās platformās. Pandēmijas laikā kino kā būtisks medijs tika patērēts aizvien intensīvāk, tā bagātinot mediju ekoloģijas kopainu un iegūstot daudz nozīmīgāku un plašāku lomu visā mediju ekosistēmā. Demonstrēšanas platformu dažādība ļauj patērētājam piekļūt filmām sev ērtā laikā un vietā, un kino vairs nav piesaistīts konkrētai vietai – kinoteātrim –, bet tā pieejamība līdzinās citu mediju sasniedzamībai.

Elza Lāma vērtē izglītības sistēmas pielāgošanu un pielāgošanas krīzes apstākļiem un tās mediatizāciju. Pētījumā aplūkoti medijos dominējošie diskursi par izglītības izaicinājumiem krīzes ēnā no pirmā ārkārtējā stāvokļa izsludināšanas 2020. gada martā līdz pat gada beigām. Salīdzinot pandēmijas “pirmo” un “otro vilni”, ir vērojama izteikta polarizācija: 2020. gada pavasarī medijos dominē neitrāls, pat pozitīvs tonis, atspoguļojot krīzes apstākļus kā izaicinājumu un iemeslu ilgi gaidītām pārmaiņām izglītības sistēmā, savukārt rudenī vērojama izteikta negativitāte un fokuss uz ilgstoši nerisinātām problēmām. Pētniece norāda, ka tieši sabiedriskie mediji pandēmijas radītās krīzes laikā piedāvāja vissabalansētāko ziņu plūsmu par izglītības jautājumiem, cenšoties piedāvāt daudzpusīgu aktualitāšu apskatu, izceļot problēmas un aicinot ekspertus reflektēt par produktīviem problēmu risinājumiem.

Sporta jomu atspoguļojošo mediju darbības specifiku un izaicinājumus pandēmijā un ārkārtējās situācijas noteikto ierobežojumu situācijā atklāj **Sanda Saukas** pētījums. Tajā atainotas sporta spēļu atcelšanas un/vai norises transformācijas, Tokijas Olimpisko spēļu pārceļšanas ietekme uz sporta mediatizāciju, kas ietvēra jaunu tēmu ienākšanu sporta

žurnālistikā, jaunas sporta mediju dienaskārtības tapšanu, kurā par mediju notikumiem kļuva salīdzinoši maznozīmīgas sporta dzīves norises, kā arī sporta spēļu, kas notika bez statītāju klātbūtnes, translācijas. Nodaļā arī aplūkota Latvijā notiekošo starptautisko sporta pasākumu rezonanse medijos. S. Sauka norāda, ka pandēmijas krīzes laiks apstiprināja interneta mediju (salīdzinājumā ar citiem medijiem) spēju būt elastīgiem mainīgos apstākļos un neprognozējama saturs dinamiskā.

Ceturto daļu “Sabiedrības noskaņojums un tā vadīšana krīzes apstākļos” ievada **Skaidrītes Lasmanes** pētījums par emocionālā noskaņojuma lomu krīzes ekoloģijā. Tajā sniegts emocionālā noskaņojuma jēdziena skaidrojums, uzsverot, ka tas ietver dažādu emocionālu un refleksīvu interpretāciju un attieksmju kopsalikumu, reaģējot uz kādu ekoloģiski nozīmīgu notikumu jeb situāciju. Pētniece raksturo Latvijas mediju apzināti ievirzīto līdzsvarotības un individuālās atbildības noskaņojumu, izvairoties no panikas un pārāk bezrūpīgas vai krīzi noliedzošas attieksmes. Viņa secina, ka kopumā mediju uzturētais krīzes noskaņojums, kas saausts no daudzveidīgām attieksmēm un emocijām, Covid-19 izraisītās krīzes situācijā Latvijā atzīstams par samērā līdzsvarotu un veiksmīgu. To apliecina viens no krīzes laikā bieži lietotiem izteikumiem par krīzi ne tikai kā zaudējumu, bet arī kā iespēju laiku. Ar komunikācijas tehnoloģiju starpniecību izplatītā patiesā informācija kopumā ļāva sabiedrībai uzturēt optimālu noskaņojumu, atturēja gan no panikas, gan fatālas pakļaušanās krīzes apstākļiem.

Sanitas Dubras uzmanība pievērsta atmiņas iestāžu – bibliotēku, muzeju un arhīvu – darba organizācijai un komunikācijai ar auditoriju Covid-19 pandēmijas laikā. Pirmās ārkārtējās situācijas laikā no 2020. gada 12. marta muzeji, arhīvi un bibliotēkas klātienes apmeklējumam lielākoties bija slēgti. Praktiskā rīcība bija dažāda, piemēram, daļa bibliotēku nodrošināja tikai attālinātos pakalpojumus, citur grāmatas izsniedza, izmantojot bezkontakta iespējas. Sākot ar 13. maiju, atmiņas institūcijas pakāpeniski pēc divu mēnešu pārtraukuma kļuva atvērtas apmeklētājiem, bet līdz ar 21. decembri tika slēgtas visas kultūrvietas un palika tikai attālinātie pakalpojumi un darbības āra teritorijās. Pētniece secina, ka tika attīstīti jauni pakalpojumu veidi un darbības virzieni, apgūta jauna pieredze, arī darbs emocionāli nokaitētā situācijā. Tas viss ir/būs noderīgs atmiņu institūciju turpmākajā attīstībā.

Vita Zelče aplūko Latvijas svētku mediatizāciju Covid-19 situācijas laikā no 2020. gada marta līdz 2021. gada janvāra pirmajām dienām. Pētniece identificē galvenos svētkus un to svinēšanas rāmējumus medijos, kā arī iztīrā svētku svinēšanu mājās ar masu mediju un sociālo tīklu starpniecību. Viņa secina, ka Latvijas svētku kultūras analīze liecina – medijos svinēšana un atcere vispirmām kārtām tika rāmēta kā epidemioloģiski drošs vai nedrošs pasākums, nevis kā svētki vai pieminēšana. Medijos tapa jauns imaginārs redzējums uz svētkiem kā lielu iespējamo sabiedrības apdraudējumu un kriminālām norisēm piesātinātu notikumu. Par labu svinēšanu formu kļuva uzturēšanās mājās un kontaktēšanās vien ar savas mājsaimniecības locekļiem. Tas arī noteica, ka televīzijas un radio svētku raidījumi un tiešraides kļuva par nozīmīgu, ja ne par pašu galveno svētku svinēšanas veidu, kad interakciju ar citiem svētku svinētājiem nodrošināja sociālie tīkli.

Ceturtais daļas turpinājumā lasāmi **Zanes Radzobes** vērojumi par digitālo Latvijas teātri intermedialās kultūras kontekstā. Autore aplūko repertuārteātru mākslinieku publiskās reakcijas uz Covid-19 izraisīto situāciju teātra vidē, repertuārteātru un neatkarīgo teātru darbību digitālajā vidē un nereti piesardzīgo attieksmi pret digitālajām tehnoloģijām. Viņa secina, ka pandēmijas krīzes laikā piedāvātā digitālā teātra kvalitāte vērtējama kā vāja, sekmīgas bija tikai dažas izrādes. Z. Radzobe atzīst, ka digitālā teātra formas Latvijas teātra mākslinieki un skatītāji principā uztver kā izklaidi un kā nejaušu, pārejošu parādību, bet, spriežot pēc digitālajām izrādēm Latvijas teātros, teātra mākslinieku zināšanas un digitālās prasmes vērtējamas kā pieticīgas.

Marita Zitmane analizē humora lomu noskaņojuma veidošanā, atklājot humora nozīmi spriedzes mazināšanā un grūtību pārvarēšanā. Pētniece norāda, ka pandēmijas radītās krīzes laikā karikatūrās visvairāk tiek jokots par ekonomiku, par ārkārtējā situācijā noteiktajiem ierobežojumiem un to ievērošanu, izzobota tiek arī Covid-19 diktētā mājāsdzīve, tās realitāte un svētku svinēšana. Viņa secina, ka pandēmijas pirmajā vilnī humorā gandrīz nemaz netiek runāts par emocionālajām pieredzēm un psiholoģiskajām problēmām, kā arī pandēmijas laika drūmāko pieredzi, tostarp cilvēku nāvi. Otrajā vilnī humorā ienāk jaunas tēmas, piemēram, joki par konspirācijas teorijām, dezinformāciju, vakcīnu pret Covid-19, kā arī par cilvēku traumatiskajām pieredzēm. M. Zitmane norāda, ka pandēmijas laikā humors sabiedrībai sniedza publisku un rotaļīgu kopības izjūtu par nonākšanu vienā laivā.

Raivis Vilūns aplūko mājdzīvnieku lomu pandēmijas radītās krīzes situācijas laikā, kad radās savdabīga privātās un publiskās (vai profesionālās) dzīves saplūšana un kad arī mājdzīvnieki ienāca šajā publiskajā telpā. Autors galveno uzmanību velta mājdzīvnieku lomām digitālo un tradicionālo mediju tehnoloģiju mediētājā telpā ārkārtējās situācijas laikā 2020. gada pavasarī. Viņš iztirzā mājdzīvnieku atveidojumu un klātbūtni sociālajos medijos, izklaidēs un ziņu medijos. R. Vilūns secina, ka sociālajos medijos pieauga mājdzīvniekiem veltīto materiālu publicēšanas intensitāte. Tiem piešķirtas upura, drauda, apgādājamā, sabiedrotā, rīka, izklaidētāja un vērtības lomas. Mājdzīvnieks kļūst par savdabīgu mediju, kas savieno cilvēkus ar kopīgām interesēm un veido īpašas tiešsaistes kopienas.

Raivis Vilūns ir arī nākamās nodaļas autors. Tajā tiek raksturotas slavenības sociālajos medijos un to funkcijas krīzes laikā. Pētnieks analizē attēlu publicēšanas vietnē "Instagram", Latvijas populārāko interneta mediju izklaidēs satura sadaļas – *Sejas.lv*, *Delfi Izklaide* un *Jauns.lv* informāciju. Viņš norāda, ka slavenību publicētajam saturam piemita vairākas funkcijas, piemēram, izklaidēs priekšzīmes demonstrācijas, dalīšanās ar pieredzi, informēšanas un izglītošanas, kā arī produktu reklamēšanas mērķi. R. Vilūns secina, ka, lai gan ārkārtējā situācija slavenībām piedāvāja daudzas iespējas iesaistīties krīzes vadīšanā, tomēr pirmā vilņa laikā sociālo mediju slavenības neuzņēmas būtiski jaunas funkcijas vai aktīvi neiesaistījās sabiedrības izglītošanā. Slavenības arī reti izmantoja iespēju demonstrēt sevi kā varoņus, kuri veic sabiedrībai nozīmīgas funkcijas, bet tiecās sevi nostādīt upura lomā, kuriem ierobežojumi liedz piedalīties pasākumos.

Grāmatas ceturto daļu noslēdz **Diānas Polginas** pētījums par atkarību izraisošo vietu mediatizāciju krīzes laika sabiedrībā. Stresa un neierasta stāvokļa motivēta krīzes sabiedrība

psiholoģiskā stāvokļa optimizēšanai var pievērsties arī nolieguma jeb izvairīšanās taktikas īstenošanai, kas var izpausties piemēram, kā pastiprināta alkohola vai narkotiku lietošana, smēķēšana, pārmērīga ēšana. Autore norāda, ka Latvijā alkohola kā mierinoša līdzekļa pārdošanas akcelerācijas process aizsākās līdz ar pirmo pandēmijas vilni 2020. gada pavasarī. Statistikas dati liecina, ka pandēmijas pirmajos mēnešos ir pieaudzis alkohola un tabakas izstrādājumu patēriņš. Pētniece norāda, ka ārkārtējās situācijas pastāvošo ierobežojumu laikā maksimāli nozīmīgu lomu sociālo normu transformācijā ieguva tiešsaistes mediji. Tie arī veicināja alkohola interneta tirdzniecību, tur notika galvenā diskusija par atkarību izraisošo vielu patēriņu, pieejamību un to radītajām problēmām.

Monogrāfijas piektā daļa “Pagātnes krīzes atbalsojums un pieredze” atvēlēta retrospektīvam atskatam krīzes skartas mediju ekoloģijas pagātnē. Pirmo trīs nodaļu autore ir **Vita Zelče**. Pirmajā no tām viņa piedāvā Latvijas mediju darbības pieredzes pārskatu epidēmiju un pandēmiju laikā 18.–20. gadsimtā. Pētniece iztīrā mutvārdu un vēstuļu komunikāciju, kā arī masu mediju darbību un secina, ka Latvijas vēstures piemēri liecina, ka izšķirīga loma mediju ekoloģijas darbībā krīzēs bijusi tiesiskajiem, politiskajiem un ekonomiskajiem priekšnoteikumiem. Mediju brīvības ierobežojumi neļāva medijiem pašiem patstāvīgi noteikt savu dienaskārtību, veidot krīzes rāmējumu, tie arī kavēja, pat nepieļāva patiesas informācijas plūsmu. Vēstures piemēri rāda, ka epidēmiju un pandēmiju radīto krīžu risināšanai labvēlīga ir tāda mediju ekoloģija, kurā ir viegli pieejama patiesa un droša informācija un uzvedības instrukcijas, kā arī speciālistu padomi, kas balstās sava laika zinātniskajās atziņās.

Nākamajās divās nodaļās **Vita Zelče** aplūko informāciju par karu un kara diskursus Latvijas presē to pirmajās dienās. Pirmā no tām veltīta Pirmajam pasaules karam, un tajā ar diskursa vēsturisko pieeju analizēts Rīgā iznākošo dienas laikrakstu “Dzimtenes Vēstnesis”, “Jaunākās Ziņas” un “*Rigasche Rundschau*” saturs un konstatētas mediju lietotās diskursa veidošanas stratēģijas. Pētniece secina, ka cilvēkiem bija pieejama patiešām bagātīga informācija par karu jau tā pirmajās dienās. Faktiski ikviens lasītpratējs pats varēja bez lielas piepūles patērēt medijos publicētās kara ziņas, tomēr laikraksti savai auditorijai nespēja piedāvāt vērtību orientierus, rīcības ieteikumus un nākotnes prognozes. Nākamajā nodaļā, aplūkojot Latvijā iznākošās preses darbību Vācijas–PSRS kara pirmajās dienās, V. Zelče turpina iepriekšējā nodaļā aizsākto tēmu par iedzīvotāju informētību un kara diskursiem, meklējot atbildi uz jautājumiem: kāda informācija medijos cilvēkiem bija pieejama kara kā liela politiska notikuma, sociālās parādības un humanitārās katastrofas pašā sākumā? Viņa analizē Rīgā iznākošo dienas laikrakstu “Cīņa”, “Jaunais Komunārs”, “Darbs” un “Sarkanais Sports” saturu. Pētniece secina, ka šie laikraksti kara pirmajā nedēļā nebija noderīgi saviem lasītājiem. Padomju Latvijas prese turpināja darboties kā padomju režīma ideoloģisko diskursu atražotājs un izplatītājs. Totalitāras varas pārvaldībā pilnībā esoša mediju ekoloģija funkcionē vienīgi tās interesēs, rezumē V. Zelče.

Kaspars Zelja veidotā nodaļa veltīta veselības un mediju darbības Latvijā problemātikai nacistiskās Vācijas okupācijas periodā. Nodaļas uzdevums ir parādīt, kādā veidā uz veselības krīzēm reaģēja nacistu kontrolētie mediji. Autors sniedz ieskatu tālaika politikajā un mediju

vidē, analizē nacistu rasisma ietekmi uz veselības politiku un aplūko mediju reakciju uz slimībām un epidēmijām, kas pārņēma Latviju nacistu okupācijas gados. Mediji, kas bija pakļauti okupācijas varai, iesaistījās dažādu slimību un epidēmiju apkarošanā, publicējot rīkojumus un noteikumus, kā arī veicot izglītošanas darbu, skaidrojot slimību izcelšanos, preventīvo darbību nepieciešamību un higiēnas ievērošanu. Tomēr komunikācijā dominēja rīkojumu publikācijas un ziņas par šo rīkojumu pildīšanu, prese neveica sabiedrības izglītošanu par epidemioloģiskajiem jautājumiem, secina pētnieks.

Piektās daļas pēdējā nodaļā **Klīnta Ločmele** aplūko lokālās krīzes komunikācijas piemēru – plūdus Baltinavā 2017. gada 23. augustā. Pētījuma pamatā daļēji strukturētās intervijas ar Baltinavas novada iedzīvotājiem, kas veiktas lauka ekspedīcijā 2019. gada 28.–30. augustā. Tās mediju satura analīze liecina par vairākiem komunikācijas posmiem dažu dienu laikā, piemēram, komunikācijas aizstāšana ar aizņemtību, risinot plūdu radītās problēmas; aculiecinieku kļūšana par informācijas avotiem; interpersonālā komunikācija; personīgās pieredzes izpaušana sociālajos medijos; masu mediju uzmanības uzplaukums par notikumiem Baltinavā. Autore norāda, ka lokālajā krīzē un tās komunikācijā visnozīmīgākā ir kopienas un tajā pastāvošo saišu loma.

Grāmatas noslēdzošā daļa atvēlēta Covid-19 pandēmijas laikā 2020. gada 11. aprīlī ar SARS-CoV-2 diagnozi mirušā LU Sociālo zinātņu fakultātes lektora **Rolanda Tjarves** piemiņai, publicējot viņa promocijas darba “Sabiedriskās televīzijas transformācijas procesi postpadomju valstu elektronisko mediju sistēmās” ievadnodaļu par publiskās sfēras un sabiedriskās televīzijas darbības problemātiku.

LITERATŪRA

- Celms, T. (1933). *Tagadnes problēmas*. Rīga: Valters un Rapa.
- Deuze, M. (2013). *Media Life*. Cambridge; Malden: Polity.
- Ellul, J. (1980). *The Technological System*. New York: Continuum.
- Hasebrink, U., Hepp, A. (2017). How to research cross-media practices? Investigating media repertoires and media ensembles. *Convergence*, 23(4), 362–377. DOI: 10.1177/1354856517700384.
- Hegel, G. W. F. (2008). *Wissenschaft der Logik*. Hamburg: Felix Meiner Verlag.
- Peters, C., Broersma, M. (eds.). (2016). *Rethinking Journalism Again: Societal Role and Public Relevance in a Digital Age*. London: Routledge.
- Postman, N., Weingarten, C. (1969). *Teaching as a Subversive Activity*. New York: Delacorte Press.
- WHO (2020). Director-General's opening remarks at the media briefing on COVID-19. *World Health Organization*. 11 March. Retrieved from: <https://www.who.int/director-general/speeches/detail/who-director-general-s-opening-remarks-at-the-media-briefing-on-covid-19---11-march-2020>



Kas ir mediju ekoloģija?

Cand. phil. et hist. Z. Karlsons

Lielais mēris Kurzemē

(1709—1711)


Izdevis Jelgavas ģimnāzijas izdevniecība

Die Cholera in Kurland im Jahre 1831.

Ein Beitrag zur Geschichte der Epidemien in Kurland

von
Dr. med. G. Kasper





MEDIJU EKOLOGIJA, EVOLŪCIJA UN KRĪZE

Vita Zelče

Jēdziens “mediju ekoloģija” (*media ecology*) (arī “mediju ekosistēma”) komunikācijas zinātnē tiek izmantots, lai raksturotu medijus kā vidi – gan kā veselumu, gan kā tās elementu kopstruktūru un to savstarpējās attiecības. Mediju ekoloģijas termins ir aizgūts no dabaszinātnēm, kurās ar ekoloģiju tiek saprasta savstarpēji atkarīgu organismu un objektu ķēde, kā arī šo organismu un objektu savstarpējās attiecības šīs ķēdes ietvaros un ārējā vidē. Šī sistēma spēj pašorganizēties, tā ir ilgtspējīga un turpina attīstīties.¹

Cilvēks savā ikdienā “dzīvo” mediju ekosistēmā un vienlaikus ir tās daļa, kas šo ekosistēmu veido, tērē un pārveido. Tajā iekļaujas ne vien dažādi tradicionālie un jaunie mediji, to saturs un tā radīšana, bet arī tehnoloģijas, kas ļauj sasniegt un lietot šos medijus un ir cilvēka dzīves ikdienišķa daļa. Mediju ekoloģijas pētījumu interešu lokā ir cilvēku un viņu lietoto

¹ Mediju ekosistēmas jēdziena izpratnei derīga ir alegorija ar dabas pasaules ekoloģiju, tādēļ šeit – evolūcijas teorijas klasiķa dabaszinātnieka Čārlza Darvina (*Charles Darwin*, 1809–1882) slavenās grāmatas “Sugu izcelšanās” nobeigums: “Ir interesanti aplūkot kupli apaugušu krastu, kas aplāts daudziem un dažāda veida augiem, kur putni dzied krūmos, dažādi kukaiņi lidinās apkārt, tārpi ložņā mitrajā zemē, un pārdomāt, ka šīs tik lieliski būvētās formas, kas tik ļoti atšķiras savā starpā un ir atkarīgas cita no citas tik sarežģītā kārtā, visas radušās pēc likumiem, kas vēl tagad darbojas ap mums. Šie likumi, ņemot tos visplašākā nozīmē, ir augšana un vairošanās, iedzimtība, kas gandrīz neizbēgami izriet no vairošanās, mainība, kas atkarīga no dzīves apstākļu tiešās un netiešās iedarbības, tāpat no lietošanas un nelietošanas, vairošanās progresija, kas ir tik augsta, ka noved pie cīņas par dzīvību un tās sekām – dabiskās izlases, kurai iet līdz iezīmju attālināšanās un mazāk pilnīgo formu izmiršana. Tā no dabas kara, no bada un nāves tieši izriet diženākais, ko vien spējam aptvert, proti, augstāko dzīvnieku izcelšanās. Ir varenums šajā uzskatā par dzīvību ar tās dažādiem spēkiem, ko radītājs pirmsākumā iedzīvis nedaudzās formās vai vienā pašā formā; un, kopš mūsu planēta joņo pa izplatījumu saskaņā ar nemainīgiem pievilksanas spēka likumiem, no tik vienkārša sākuma ir cēlušās un joprojām attīstās neskaitāmas visskaistākās un apbrīnojamākās formas.” (Darvins 1953 [1859], 387)

komunikācijas tehnoloģiju mijiedarbība. Šie pētījumi atsedz, kā mediji ietekmē cilvēku uztveri, pasaules redzējumu, emocijas un vērtības un kā cilvēku interakcija ar medijiem veicina, traucē vai apgrūtina viņu dzīvi un ietekmē izdzīvošanu. Termins “ekoloģija” ietver vides, tās struktūru, satura un ietekmes uz cilvēkiem izziņāšanu (Postman 1970, 161). Atšķirībā no citām mediju un komunikācijas pētniecības pieejām mediju ekoloģijas pētījumi tiecas atteikties no tradicionālā lineārā modeļa, kas ļauj dziļi izziņāt atsevišķus fenomenus, bet mazāku lomu atvēl kontekstam, interakcijai, kopsakarībām.

Mediju ekoloģijas pieeja ir īpaši būtiska mūsdienās, kad mediju darbība un medijpratība ir viens no demokrātijas pastāvēšanas, stabilitātes un drošības priekšnoteikumiem. Tā ļauj vienotā sistēmā skatīt mediju saturu, tā radīšanu, mediju menedžmentu un ekonomiku, konkurenci, kā arī dažāda formāta, satura mediju lietošanu un to vietu cilvēku dzīvē.

SĀKOTNE UN ATTĪSTĪBA

Mediju ekoloģijas teoriju sākotne ir salīdzinoši sena – līdz ar Čikāgas skolas iedibinātājiem socioloģijas kvalitatīvajiem pētījumiem 20. gadsimta sākumā. To ietvaros trāpīgi lietots “ekoloģijas” jēdziens un pieeja. Piemēram, pilsētas kopiena tika uzlūkota un aprakstīta kā ekoloģiskā vienība, kuru veido daudzi savstarpēji atkarīgi un mijiedarbīgi elementi. Čikāgas skolas pētnieku skatījumā arī laikraksti ir urbānās ekoloģijas būtiska sastāvdaļa, jo ar to starpniecību notiekošā komunikācija un publiskās domas formēšana faktiski ir šās kopienas “cements”. Tālab pētnieki 20. gadsimta pirmo desmitgažu drukāto presi vērtē kā pilsētu kopienu veidošanas un sabiedrības pilnveidošanas centrālo elementu. Viņi jau tolaik atzina, ka laikrakstu kvalitātes uzlabošana kalpotu visas pilsētas un tās kopienas labklājības attīstībai (Wahl-Jorgensen 2016).

Mediju ekoloģijas teorijas klasikas pamatkodolu veido Māršala Maklūena (*Marshall McLuhan*, 1911–1980) un Neila Postmena (*Neil Postman*, 1931–2003) atziņas (McLuhan 1962, 1994 [1964], 2003; Postman 1970). Māršals Maklūens turpināja sava skolotāja kanādiešu ekonomikas vēsturnieka Herolda Inisa (*Harold Innis*, 1894–1952) iedibināto sabiedrības, mediju un to tehnoloģiju savstarpējo attiecību analīzes pieeju. Inisa pētījumos allaž uzsvērts, ka mediju tehnoloģijām vienmēr ir bijusi un ir svarīga loma cilvēces attīstības gaitā. To modernizācija un nomaiņa ir sekmējusi daudzas un mērogā nozīmīgas transformācijas. Piemēram, senajās civilizācijās akmens kā rakstāmmateriāla aizstāšana ar papirusu bija viens no būtiskākajiem cēloņiem, kas virzīja karaļu/imperatoru varas modeļa nomaiņu ar priesteru varu. Senajā Grieķijā pastāvošā spēcīgā mutvārdu komunikācijas tradīcija, fleksiblā, daudzveidīgā un radošā rakstīšanas kultūra ilgstoši kavēja garīdzniecības izglītības monopola tapšanu, taču pakāpeniski šī joma tomēr nonāca reliģisko institūciju paspārnē. Tur tad veidojās un attīstījās rakstīšanas prakse. Šī jauntapusi birokrātiskā rakstīšanas kultūra ar laiku iegūla Senās Romas impērijas pārvaldē un ļāva šai impērijai izplest savu varu plašā teritorijā un pārvaldīt tuvas un tālas provinces. Savukārt drukas tehnoloģijas rašanās 15. gs.

un tās spējais un straujais uzplaukums vājināja varas birokrātiskā monopola pozīcijas un veicināja individuālismu un nacionālismu, kas savukārt sekmēja nacionālo valstu un to pārvaldes tapšanu. Iniss komunikāciju uzlūkoja arī kā ekonomikas vēstures īpaši ietekmīgu sastāvdaļu. Tieši tā noteiktām sociālām grupām, kuras dominēja sava laika moderno zināšanu radīšanas un izplatīšanas laukā, ļāva iegūt vadošo lomu tautsaimniecībā un uzvarēt konkurences cīņā. Inisa vēstures redzējumā svarīgas kategorijas ir “laiks” un “telpa”. Komunikācija un tās tehnoloģijas “laikam” un “telpai” piešķir jēgu un ilglaicību. Piemēram, kultūras, kurām nav rakstības, telpiski ir šauras, to robežas nosaka mutiskās sarunas un tiešās komunikācijas iespējas. Arī šo kultūru laika ietvarus veido un uztur tikai dažas paaudzes, kuras spēj sasaistīt aktuālais, bet nenoturīgais un no cilvēka atmiņas ātri gaistošais mutiskais vēstījums. Rakstīšanas tehnoloģija cilvēces esībai uzzīmēja jau pilnīgi citas robežas gan telpā, gan laikā. Rakstisko vēstījumu ir iespējams izplatīt ģeogrāfiski neierobežotā telpā un tālāk nodot neskaitāmām nākamajām paaudzēm. Protams, izšķirīga loma ir rakstīšanas tehnoloģijā izmantotajam materiālam, tā izturībai pret laika radītiem bojājumiem un piemērotībai ātrai un ērtai pārvietošanai telpā. Inisa vērtējumā komunikācijas revolūcijas ir sociālo revolūciju virzītājas (Scannell 2007, 123–129).

Arī Māršals Maklūens uz cilvēces vēsturi raudzījās kā komunikācijas un mediju attīstības procesu. Viņš visus medijus uzlūkoja un definēja kā “cilvēka paplašinājumu”, skaidrojot, ka tie piešķir jaunas dimensijas cilvēka un apkārtējās pasaules attiecībām, proti, “paplašina” viņa/viņas sajūtu un prāta ietvarus gan laikā, gan telpā. Tāpat kā Iniss, arī Maklūens iztirzāja cilvēces mutiskās komunikācijas papildinājumu ar rakstību, tomēr viņu vairāk interesēja drukātie mediji un radio, it īpaši to radītās cilvēku dzīves, sabiedrības un vides transformācijas. Maklūens akcentēja, ka cilvēku rīcībā esošie dažādie mediji jāaplūko kopesībā un kopdarbībā kā komunikācijas infrastruktūra un tās lietošana, jo tie visi ir sabiedrības un indivīdu ikdienas daļa un veido viņu dzīves pieredzi (Hodkinson 2017, 18–19). Maklūens rakstīja: “Visi mediji neierobežoti iedarbojas uz mums. Tie ir tik uzmācīgi personiskajā, politiskajā, ekonomiskajā, estētiskajā, psiholoģiskajā, morālajā, ētiskajā un sociālajā iedarbībā, ka neatstāj mūsos neko neskartu, neietekmētu, nepārveidotu. Medijs ir masāža. Nevienas sociālas un kultūras pārmaiņas izpratne nav iespējama bez zināšanām par mediju kā vides darbību. Visi mediji ir kādas cilvēka spējas – psihiskās vai fiziskās – paplašinājums.” (McLuhan 2001 [1967], 26) Piemēram, iztirzājot fonētiskā alfabēta lietošanu, t. i., lasītprasmi, Maklūens norādīja, ka tā paplašina un intensificē vizuālās funkcijas un samazina skaņas un taustes sajūtu nozīmi. Tehnoloģiju, kurās lietots rakstītais vārds, izmantošana Rietumu pasaules cilvēkiem iemācīja un attīstīja arī daudzas citas prasmes. Teksta izkārtojums sistemātiskās, citai aiz citas sekojošās rindās sekmēja civilizācijas racionālās dzīves līnijveida strukturēšanu, kas savukārt ietekmēja cilvēku apziņu, veidojot tajā cēloņsakarīgu domāšanu un prasmi analizēt. Maklūena skatījumā fonētiskais alfabēts un tā lietošana bija Rietumu civilizācijas visu sasniegumu pamatā, tas ļāva šai kultūrai iegūt īpašu stāvokli uz planētas, iegūt milzu varu un pakļaut dabu (McLuhan 1994 [1964], 81–88). Alfabēta lietošana un teksta atveide rindās veidoja paradumu uztvert vidi telpas un laika kopskatā un saprast tā elementu pastāvīgumu, nepārtrauktību un savstarpējo saistību.

Lasītprotošas sabiedrības dzīves organizācijas princips ir "līnija, kontinuitāte" (McLuhan 2001 [1967], 45–46).

Maklūens skatījumam uz medijiem un komunikāciju piedāvāja teorētisko perspektīvu: "Medium ir vēstījums" (McLuhan 2001, 7). Lai uzsvērtu atšķirību starp "mediju" un tolaik aktuālo jēdzienu "masu medijs", viņš medija – starpnieka, transmittera – apzīmējumam izvēlējās latīņu valodas formu *medium*. Latviešu literārajā valodā jēdziens "mediums" nav ierasts. Tas vairāk līdzinās slengam, lai gan šis jēdziens un tā skaidrojums rodams senākās latviešu auditorijai adresētās svešvārdu vārdnīcās. Tajās "mediums" (tāpat kā "medijs") tiek definēts kā "starpnieks; apkārtnē, kur kas notiek; starpniecības rīks" (Vidiņš 1911, 322) vai "vidutājs, starplīdzeklis" ([B. a.] 1912, 223). Šajā nodaļā, ja tas, veidojot tekstu, ir nepieciešams, vārdu "mediums" lietoju atbilstīgi Maklūena jēdzienam *medium*.

Maklūens uzsvēra, ka medioms ir jebkura lieta, parādība, norise, notikums, cilvēks, citas dzīvas būtnes u. c., jo to esība konkrētā laikā un telpā ietver arī vēstījumu. Pētnieka iemīļotais medioma skaidrojuma piemērs ir elektriskā gaisma. Viņš to nodēvē par klaju informāciju. Gaismai pašai par sevi nav satura vēstījuma, bet vēstījums vien jau ir šīs gaismas pastāvēšana, izmantošana, tā veidi un lietošanas vietas. Elektriskā gaisma vēsta par noteiktu tehnoloģiskās attīstības līmeni, par urbanizāciju, industrializāciju, arī par tumsas stundu iestāšanos u. c. notikumiem un ar tiem saistītām cilvēku darbībām. Gaismas esamība daudziem uzņēmumiem liek radīt un ražot ar tās funkcionēšanu saistītus neskaitāmus daudzveidīgus produktus (dažāda veida lampas, laternas, spuldzes, slēdžus, vadus utt.). Protams, gaismu var arī tieši izmantot noteiktu vēstījumu nodošanai, piemēram, ar tās starpniecību, veidojot īpašus signālus, vārdiska formāta paziņojumus (McLuhan 1994 [1964], 8–9).

Maklūens piedāvāja arī savu mediomu klasifikāciju, iedalot tos "aukstos" un "karstos" mediomos. "Auksto" kategorijā iekļauti medijumi, kas pārraida mazu informācijas daudzumu (piemēram, ideogramma, komikss, telefons, televīzija, seminārs u. c.), bet vienlaikus lietošanas procesā iesaista arī auditoriju/lietotājus un paplašina cilvēka sajūtas. Piemēram, cilvēka auss pie telefona klausules iegūst vienīgi to informāciju, kas dzirdama, un neko vairāk. Tas liek cilvēkam pašam dziļi iesaistīties telefona sarunas norisē, veidot dialogu, jautāt, iztēloties situācijas, domāt, līdzpārdzīvot u. tml. Vienlaikus telefons paplašina cilvēka auss un balsis orgānu sajūtas, viņš var sazināties ar klātneesošiem cilvēkiem. "Karstie" medijumi (piemēram, drukātie mediji, fotogrāfija, filma, radio, lekcija u. c.) nodrošina liela informācijas apjoma nodošanu un nepieprasa auditorijas iesaisti vai arī tā notiek nelielā apmērā. "Karsto" mediomu lietošanā galvenokārt nodarbināts tikai viens cilvēka sajūtu orgāns. Šie medijumi pilnībā iesaista lietotāju, liek viņiem pilnībā koncentrēties uz pārraidīto vēstījumu, bet faktiski neļauj auditorijai iesaistīties tā interpretācijā, pārveidē un papildinājumā. Piemēram, klausoties sporta sacensību radiopārraidi, cilvēkam ir jākoncentrējas uz sporta komentētāja piedāvāto vēstījumu – viņa vārdiski radīto notikuma ainu un tās interpretācijām – un tas jāuztver. Savukārt televīzijā demonstrēto sporta sacensību raidījumu komentāri parasti nav tik intensīvi un uzbāzīgi, skatītājam ir iespējams pašam vērot notiekošo un interpretēt ekrānā redzamo. Maklūens arī norādīja, ka šis dalījums "aukstajos" un "karstajos" mediomos nav

mūžam nemainīgs, cilvēces attīstības gaitā konkrētu mediju loma un lietojums var transformēties, un tad jau tie var piederēt citai kategorijai (McLuhan 1994 [1964], 22–32). Kopējo mediju vidi veido gan “aukstie”, gan “karstie” mediji, to tehnoloģiskā un saturs radīšana, ekonomika un lietojums.

Maklūens pats savos darbos visai maz lietoja mediju ekoloģijas jēdzienu. 1977. gadā intervijā Ontārio televīzijai viņš norādīja, ka ar terminu “mediju ekoloģija” tiek saprasts tāds mediju kārtojums, kurā tie papildina un atbalsta, nevis aizstāj un iznīcina cits citu. Maklūens minēja piemēru: sabiedrībā dominē uzskats, ka radio ir labāks cilvēku izglītotājs nekā televīzija, tomēr tam var oponenti, jo tieši televīzija ir brīnišķīgs valodu apguves palīgs (McLuhan 2004, 271). Maklūenam tuvāks ir jēdziens “vide”, kuru viņš uzskata par klātesošu mediju esībā un jēgā. “Vide nav pasīvs ietinamais materiāls, bet gan aktīvs process, kas ir neredzams,” raksta pētnieks. Viņš norāda, ka parasti vecās un jaunās vides starpspēle rada daudzas problēmas, neskaidrību un apmulsumu (McLuhan 2001 [1967], 68). Piemēram, 20. gadsimta 50. un 60. gadu vide, kurā nesen bija ienākusi televīzija, kardināli mainīja bērna pieaugšanu un viņu bērnību. Televīzija, tās piedāvātās “pieaugušo” ziņas par inflāciju, nemieriem, kariem, nodokļiem, noziegumiem, skaistumkopšanu lika bērniem piedalīties pieaugušo dzīvē ik minūti. Maklūens uzsver, ka tādējādi bērna pieaugšana pati par sevi kā atsevišķs fenomens ir kļuvusi absurda, jo viņam vienlaikus jādzīvo divas dzīves – gan pieaugušā, gan bērna, kā arī gan reālā, gan televīzijas (McLuhan 2001 [1967], 18).

Publiskajā aprītē terminu “mediju ekoloģija” ieviesa Neils Postmens 1968. gadā, uzstājoties Angļu valodas skolotāju Nacionālās padomes ikgadējā sapulcē. Viņš uzsvēra, ka sevi neuzskata par “mediju ekoloģijas” izgudrotāju, bet gan – par šā fenomena vārda devēju. Postmens skaidroja, ka mediju ekoloģijas pieeja ļauj raudzīties gan uz medijiem kā vidi, gan arī uz to vidi, kurā tie darbojas. Mediju ekoloģijas pētījumiem ir jānoskaidro, kā mediji ietekmē cilvēku uztveri, sapratni, jūtas un vērtības, kā cilvēku interakcija ar medijiem atvieglo vai apgrūtina izdzīvošanu. Mediju ekoloģijas tvērumā vidi veido tehnika, tehnoloģijas, simboli, informācijas sistēmas u. c. (Postman 1970, 161). To var arī raksturot kā transakciju starp cilvēkiem, viņu vēstījumiem un vēstījumu sistēmām (Postman, Weingartner 1971, 139). Postmens arī atzina, ka mediju izglītība ir iekļaujama skolu programmās, jo cilvēki dzīvo mediju vidē, kura viņiem ir jāpazīst (sk. Gencarelli 2000, 92–95).

Kopš 20. gs. 70. gadiem akadēmiskajā pasaulē jau tika īstenoti daudzi mediju ekoloģijas pētījumi gan vēstures, gan sava laika situācijas griezumā, tāpat tika papildināta šās tēmas teorētiskā perspektīva. Vairākumu mediju ekoloģijas pētnieku interesēja (un joprojām interesē) cilvēka, vides un tehnoloģiju, it īpaši jauno tehnoloģiju attiecības, to radīto pārmaiņu aptvērums, vērtējot šos procesus postindustriālās sabiedrības ietvarā (sk. Strate 2004, 2017). Piemēram, mediju pētnieks Deivids Altaids (*David L. Altheide*) izmanto komunikācijas ekoloģijas (*ecology of communication*) konceptu. Viņš norāda, ka plašākā izpratnē šis koncepts ir attiecināms uz informācijas tehnoloģiju struktūru, organizāciju un pieejamību, dažādiem forumiem, medijiem un informācijas kanāliem un to lomai sabiedrības dzīvē un tās pārmaiņās. Mūslaikos identitāti, biogrāfiju, uzticēšanos, varu vai īstenību – visas cilvēku esamības

jomas – ir skārušas informācijas tehnoloģijas un komunikācija. Informācijas tehnoloģijas un to nemitīgi topošie jaunie formāti maina agrākos (par stabiliem uzskatītos) fenomenus un cilvēku attiecības ar tiem, piemēram, darbu, ēšanu, gulēšanu, atcerēšanos, rēķināšanu, rotaļāšanos, cīnīšanos, mācīšanos un rakstīšanu. Komunikācijas ekoloģija un tai piederīgās tehnoloģijas maina arī cilvēku dienīšķās darbības un to nozīmīgumu. Altaids arī uzsver, ka, analizējot komunikācijas ekoloģiju, allaž ir jārēķinās gan ar tās esības kontekstu, gan atsevišķu notikumu (tostarp ekstraordināru) fonu (Altheide 2019 [1995], Preface, Ch. 1).

Mediji, sākot no drukātajiem līdz internetam, ir radījuši jau neskaitāmus cilvēka paplašinājumus telpā, laikā un sociālajās kopienās, iesaistījuši viņus lokālās, nacionālās un globālās pasaules dzīvē un aktivitātēs, tādējādi arī – mainīgajā mediju ekoloģijā.

FRAGMENTĀCIJA UN PLURALIZĀCIJA

21. gadsimta sākumā mediju un kultūras pētnieks Metjū Fulers (*Matthew Fuller*) rakstīja, ka vārds “ekoloģija” ir viens no visizteismīgākajiem valodā, lai raksturotu masīvās un dinamiskās attiecības starp procesiem un objektiem, dzīvām būtnēm un lietām, ietvaru un saturu (Fuller 2005, 2). Tomēr jaunās tūkstošgades pirmajās desmitgadēs vērojama mediju ekoloģijas pieejas pieaugoša un daudzveidīga izmantošana fragmentētos mediju vides pētījumos, kā arī jaunu subekoloģiju definēšana un aprakstīšana. Šo pētniecības virzību īpaši veicina spējais tehnoloģiju kā jaunu un nemitīgi uzlabotu mediumu uzplaukums, to straujā un masveidīgā ienākšana ikdienas aprītē, tādējādi transformējot arī pašu ekoloģiju. Pēdējos gados, iztirzājot dažādu fenomenus un to/par tiem komunikāciju, populāri ir virtuālas saziņas un mikroblogošanas tiešsaistes sociālā tīkla tīmekļvietnes “*Twitter*” pētījumi mediju ekoloģijas teorētiskās pieejas ietvaros. Tie ļauj redzēt kopsakarības starp sociālo vai politisko problēmu, vēstījumu un informācijas kopdalītāju attiecībām un uzvedību, dažkārt arī efektu (piemēram, sk. Segerberg, Bennett 2011; Burgess, Bruns 2012; Poell 2014; Veltri, Atanasova 2017). Daudzveidojies arī mediju ekoloģijā iesaistīto (pētnieku pamanīto) aktoru un infrastruktūras elementu klāsts. Līdzās sistēmu veidojošiem elementiem pētījumos vietu iegūst arī mediju ekoloģijas tumšās puses un parazīti. Fulers raksta, ka tajā mītošie parazīti iekārtojušies cits cita vēderā un atrodas nemitīgā rotācijas kustībā. Piemēram, par parazītiem uzskatāmas informācijas mēmes. Šādi atdarinājumi nereti gūst pārsvaru pār oriģinālu, plaši cirkulē mediju ekoloģijā, un liela daļa lietotāju nespēj mēmi atšķirt no informācijas (Fuller 2005, 174–176). Mediju ekoloģijas parazītu kaskādēs iekļaujami arī tumštīkli (*darknets*), kas darbojas digitālajā komunikācijā, slēpjot vēstījumu izcelsmi, saturu, galamērķi, nodrošinot anonīmas darbības un saziņu, kā arī neizsekojamību (sk. Bartlett 2014; Gehl, McKelvey 2019). Mediju ekoloģijas tumšajām pusēm un parazītiem pieskaitāma arī dezinformācijas izplatīšana. To raksturojumam nereti tiek lietoti no dabaszinātnēm patapināti termini, piemēram, “patoloģija” un “disfunkcija”. Dezinformācija rada aplami informētus cilvēkus, kuri dzīvo noteiktās “atbalsis kamerās”, patērējot viltus ziņas un tajās gūstot zināšanas un emocionālo lādējumu. Viltus ziņām piemīt arī vīrusa daba, līdzīgi

infekcijai tās spēj aptvert plašu, it īpaši nekritiski domājošu un zema izglītības līmeņa cilvēku loku. Pasaules pēdējo gadu pieredze rāda, ka viltus ziņas spēj kaitēt demokrātijai, ietekmējot cilvēku rīcību vēlēšanās, referendumos, protestos, kā arī stiprināt kognitīvo neobjektivitāti. Dezinformācija rada sociālo patoloģiju, tās diagnosticēšana, simptomu, etioloģijas, izplatīšanās ceļu izziņāšana, kā arī ierobežošana un samazināšana kopumā uzlabo sabiedrības veselību un arī mediju ekoloģiju (Wang *et al.* 2020).

Mediju pētījumos, aplūkojot mediju ekoloģijas vai stipri līdzīgu problemātiku, plaši tiek lietots arī jēdziens “mediju vide”, ar ko apzīmē konkrētajā laikā esošos itin visus medijus un to lomu sabiedrībā. Izmantots arī nozīmē radniecisks, metaforisks termins “mediju ainava”, ko lieto, aprakstot mediatizēto telpu, kurā cilvēki dzīvo un darbojas. Tā sastāv no divām formatīvām struktūrām: 1) mediju ainavu veidojošām tehnoloģijām un 2) mediju ainavā esošām reprezentācijām (Bolin 2017, 45–46). Mediju pētnieks Andreass Hepps (*Andreas Hepp*) uzsver, ka šā laika mediju vidi raksturo milzīgs daudzums dažādu digitālo mediju un to nemitīga diferenciācija; pieaugoša dažādo digitālo mediju savienojamība un visuresamība, kas cilvēkam rada iespējas neatkarīgi no atrašanās vietas būt pastāvīgi savienotam ar citiem ļaudīm un medijiem; mediju formu un lietojamības straujais jauninājumu temps, t. i., jauni mediji un to pakalpojumi top un sāk tikt izmantoti arvien īsākā laikposmā; sociālās dzīves attēlojums apstrādātu datu formā, tādējādi datorizētie dati kā algoritmi un digitālās infrastruktūras nosaka/vada cilvēku darbības digitalizētajā mediju vidē. Lai izziņātu mediju vidi iespējami pilnīgāk, ir nepieciešama holistiskā pieeja, bet vienlaikus jāatzīst, ka tās lietošana ir sarežģīta un faktiski pilnībā nekad neīstenojama (Hepp 2020, 86–89).

Mūsdienu mediju ekoloģijas struktūru izpratnē nozīmīgs ir arī digitālās ekoloģijas/ekosistēmas (*digital ecology/ecosystem*) jēdziens. Ar to tiek apzīmēta telpa, ko izveidojusi mediju, telekomunikāciju un informācijas tehnoloģiju konverģence. Tā sastāv no lietotājiem, uzņēmumiem, valdībām u. c. varas institūcijām un pilsoniskās sabiedrības, kā arī no infrastruktūras, kas sniedz digitālās interakcijas iespējas. Digitālo ekosistēmu formē daudzas mazākas ekosistēmas, kuras savstarpēji mijiedarbojas un kurām ir savi lietotāji, kopienas, informācijas telpa un mediju avoti, kas veicina informācijas plūsmu (World Economic Forum 2007). Digitālajā ekosistēmā arī spilgti ieraugāmas dažādas un ļoti daudzas apakšsistēmas. To labi ilustrē šāds piemērs: analizējot Skandināvijas digitālo ziņu ekoloģiju un tai piemītošo heterogenitāti, secināts, ka svarīgs to raksturlielums ir hipersaites. To identificēšana ļauj noskaidrot ne vien ziņu ģeogrāfiju un informācijas plūsmas, bet arī mediju un to īpašnieku ietekmes hierarhiju, kā arī centra un perifērijas attiecības, “Google” platformas un sociālo mediju ietekmi u. c. jautājumus (Sjøvaag *et al.* 2019). Dažādu mobilajos telefonos un interneta komunikācijā bāzētu tehnoloģiju (piemēram, e-pasta, tiešsaistes tērzēšanas, sociālo mediju) lietošanas noteiktā kopienā vai cilvēku dzīves sfērā iztirzāšana ļauj noskaidrot atsevišķu komunikācijas ekoloģijas subsistēmu funkcionēšanu. Te minami pētījumi par pilsētas pārtikas sistēmas evolūciju, ko noteica sociālo mediju ienākšana šajā jomā, aizstājot konvencionālās pārtikas ražošanas un izplatīšanas komunikācijas formas (Hearn *et al.* 2014), un par pilsētu daudzdzīvokļu ēku iedzīvotāju komunikācijas ekoloģiju, kurā līdzās tradicionālajai konkrētā vietā bāzētajai un klātienē

saziņai pieaugošu nozīmi ieguvusi tiešsaistes tīklu komunikācija – gan speciāli veidotajās grupās un platformās, gan arī sociālajos medijos (Foth, Hearn 2007). Ekoloģijas pieeja arī tiek izmantota aplikāciju izmantošanas mācību procesā analizē (Decuyper 2019). Tīmekļa ekoloģijas pieejas ietvarā analizējami vēlēšanu kampaņu norise un rezultāti, lai izvērtētu vēlēšanu kampaņu norisi, tā paustos vēstījumus un lietotās mediju tehnoloģijas (Nam *et al.* 2013). Šādu digitālās ekosistēmas fragmentu pētījumu uzskaitījumu var turpināt faktiski bezgalīgi.

REVOLŪCIJAS UN EVOLŪCIJA

Mediju ekoloģijas transformācijas ir iztīrājamas arī tajā notiekošo revolucionāro un evolucionāro pārmaiņu griezumā. Lielāku popularitāti guvusi revolūcijas koncepta izmantošana, raksturojot lielas un lūzuma rakstura mediju tehnoloģiskās un sociālās pārmaiņas. Tā lietojums atvieglo arī vēstures periodizācijas veidošanu, akcentē pavērsiena punktus, kā arī iezīmē laikmetu robežšķirtnes. Vēsturnieks Bils Kovariks (*Bill Kovarik*) visu ilgo mediju vēsturi skata kā revolūciju virknējumu. Viņš atzīst, ka katra komunikācijas revolūcija atrod un saārda esošā komunikācijas modeļa vājāko punktu, tādējādi izraisot plašas un nozīmīgas sociālās pārmaiņas. Katrai revolūcijai raksturīgs savs īpašs medijs, un katrs jauns medijs rada savu īpatnu revolūcijas formu. Revolūcijas allaž izraisa arī negaidītas, neprognozētas sekas. Drukāšana radīja daudzas pozitīvas sociālās, saimnieciskās un kultūras pārmaiņas, kas virzīja cilvēces dzīvesveida progresu, tomēr arī uzkurināja gadsimtiem ilgas reliģiskās un politiskās cīņas, kas prasīja daudzus upurus. Vizuālā komunikācija padziļināja cilvēka empātijas spējas, bet arī vājināja, pat degradēja publisko diskursu. Elektroniskā komunikācija enerģētizēja pasaules nervu sistēmu, bet vienlaikus arī vairākās zemēs atmodināja postošu nacionālismu. Digitālā revolūcija, šķiet, sāksī gausi gadsimtiem pastāvējušo, iespēšanas radīto lasītprasmes kultūru, tomēr vienlaikus – arī pilnīgi jaunus un negaidītus veidos satuvina pasauli (Kovarik 2016, viii–ix).

Savukārt vēsturnieks Ērvings Fengs (*Irving Fang*) masu komunikācijas vēsturi iedala sešos hronoloģiski secīgos informācijas revolūcijas posmos: 1) rakstība; 2) iespēšana; 3) masu mediji; 4) izklaide; 5) aprīkotā māja un 6) ātrgaitas šoseja. Vēsturnieks revolūciju apzīmējumiem lieto gan terminoloģiski precīzus jēdzienus, gan metaforas. Piemēram, “aprīkotā māja” raksturo sabiedrības dzīvesveidu, kad galvenās visvairāk lietotās mediju tehnoloģijas kļuva par cilvēku namu un dzīvokļu iekārtojuma un līdz ar to arī māsaimniecības un cilvēku dzīvesveida sastāvdaļu. Šis process sākās līdz ar rakstības rašanos, turpinājās ar iespieddarbu, telefona, gramofona un radio iegādi un lietošanu, taču par galveno masu komunikācijas attīstības virzienu tas ASV un arī citās zemēs uzskatāms, sākot ar 1948. gadu, kad savu uzvaras gājienu sāka komerciālā televīzija un māju iekārtojumā būtisku lielu lomu ieguva televizori. “Aprīkotajā mājā” laika gaitā iekļāvās arī drukāto mediju, vēstuļu, katalogu un iegādāto preču pasta piegādes, telefona, e-pasta, interneta u. c. tehnoloģiju lietojuma daudzveidīgās iespējas, kā arī mūzikas, filmu u. c. izklaides produktu izmantošana. Tieši šis “aprīkotās mājas”

posms ir tehnoloģiski ļoti daudzveidīgs un bagāts, kā arī mediju pirātisma uzplaukumu iniciējošs (Fang 1997, 138–188). Savukārt 20. gadsimta beigās Fenga skatījumā masu komunikācija ir pieredzējusi “ātrgaitas šosejas” revolūciju, kas raksturo 1) jaunu mediju, komunikācijas tehnoloģiju un līdz ar to lietojuma izvēles un iespēju uzplaukumu; 2) interaktivitāte; 3) ar lielu attālumu šķirtu cilvēku un notikumu savienošānu (Fang 1997, 189–238). Pētnieks arī norāda, ka katrai viņa raksturotajai informācijas revolūcijai iespējams piedāvāt vairāk vai mazāk precīzu sākumu, ko iezīmē jaunu tehnoloģiju rašanās un/vai pārmaiņas tajās, jaunu mediju ienākšana cilvēku dzīvē, taču neviena no šīm revolūcijām vēl nav beigusies, un tai nav un nav prognozējams beigu datējums. Tostarp arī pašai pirmajai – rakstības revolūcijai –, kas sākusies ap 3500. gadu pirms mūsu ēras un kas aizsāka informācijas saglabāšanu un salīdzinājumā ar mutvārdu komunikāciju ievērojami plašāku tās izplatīšanu telpā un laikā. Rakstība – burti, alfabēts, rakstīšanas materiāli, formas, funkcijas, prakses u. c. – turpina nepārtraukti transformēties līdz ar sabiedrības esības gaitu (Fang 1997, xviii–xix). Tādējādi mediju vēsturē revolucionārais un evolucionārais attīstības ceļš nav šķirami.

Arī vēsturnieks Juka Korti (*Jukka Kortti*) atzīst, ka revolūcijas un evolūcijas šķērsgrīzumi ir izteikti klātesoši mediju vēstures izklāstos. Tomēr viņš norāda, ka mediju revolūcijas pieeja nav nošķirama no kopējā termina “revolūcija” metaforiskas lietošanas civilizācijas vēstures izklāstos. Piemēram, tehnoloģiski un dzīvesveida pārvērtieni tiek apzīmēti ar jēdzienu “industriālā revolūcija”. Cilvēce ir pieredzējusi pirmo industriālo revolūciju (tvaika enerģijas un mehānisko ražošanas ierīču lietošana rūpnieciskajā ražošanā; 18.–19. gadsimta pirmā puse), otro industriālo revolūciju (elektriskās enerģijas un masu produkcijas ražošana; 19. gadsimta beigas), trešo industriālo revolūciju (elektroierīču izmantošana ražošanā; pēc Otrā pasaules kara). Atsaucoties uz sociologu Manuelu Kastelsu (*Manuel Castells*), Korti raksta, ka ceturrtā industriālā revolūcija ir dēvējama par digitālo revolūciju un ka šis ir ļoti populārs un daudz lietots mūsdienu laikmeta apzīmējums (Kortti 2019, 191). Pastāv arī citi, vairāk vai mazāk atšķirīgi skatījumi uz civilizācijas vēstures daļījumu revolūciju dalītos posmos. Pasaules ekonomikas foruma dibinātājs un priekšsēdētājs Klauss Švābs (*Klaus Schwab*) piedāvā trešās industriālās revolūcijas raksturojumā akcentēt automatizāciju un datorizāciju, savukārt ar ceturrtās industriālās revolūcijas terminu apzīmēt laikmetu, kurā jaunākās tehnoloģijas un inovācijas sapludina robežu starp fizisko, digitālo un bioloģisko sfēru un rada kiberfizisko sistēmu (*cyber-physical system*). Tajā iekļaujas roboti, mākslīgais intelekts, nanotehnoloģijas, kvantu datori, biotehnoloģijas, lietu internets (*IoT*), piektās paaudzes (*5G*) bezvadu tehnoloģijas, trīsdimensionālā (*3D*) printēšana, automātiskais transports u. tml. Šai sistēmai piederīgi ir arī digitālie mediji ar to nemītīgi piedāvātajām jaunajām, aizvien komfortablākajām un efektīvākajām sociālās dzīves, biznesa, izklaides un izglītības iespējām. Kiberfiziskā sistēma maina arī pašu sabiedrību, un šo transformāciju sekas, kas, neapšaubāmi, būs ievērojamas, ir vien daļēji prognozējamās (Schwab 2016). Vēsturnieks Juvāls Noa Harari (*Yuval Noah Harari*) brīdina, ka informācijas tehnoloģiju un biotehnoloģiju saplūšana rada apdraudējumu svarīgākajām šā laika vērtībām – brīvībai un vienlīdzībai. Iespējas koncentrēt datus vienviet paver iespējas “digitālajām diktatūrām” (Harari 2020 [2018], 70–76).

Tomēr kopumā digitālās revolūcijas un digitalizācijas jēdzieni mūsdienu pasaules un tās rītdienas aprakstos tiek plaši izmantoti kā mīts par nākamībā gaidāmo cilvēces labklājības uzplaukumu. Arī valstu salīdzinošie attīstības rādītāji tiek mērīti pēc to digitalizācijas līmeņa, kas ir kļuvis par svarīgu valstu starptautiskā statusa zīmi. Katra medija, tostarp digitālo mediju, vēsture nav uzlūkojama vien kā radikālu tehnoloģisku pārmaiņu virkne, bet arī kā ilglaičīgs process (Balbi, Magaugga 2018, 21–23). Mediju vides pārmaiņas nav saistāmas vien ar tehnoloģijām un inovācijām, bet arī citiem faktoriem. Vispirms minami politiskie un ekonomiskie cēloņi (politiskā un militārā vara, bizness un patēriņš, likumdošana). Svarīga loma ir sociālajiem un kultūras faktoriem, piemēram, reliģijai, tradīcijām, rituāliem. Protams, pārmaiņas nosaka arī tehnoloģijas un inovācijas – jauni enerģijas veidi, materiāli, atklājumi (Kortti 2019, 192).

Mediju evolūcijas pieeja labāk nekā revolūciju koncepts lietojams, analizējot jaunā un vecā līdzaspastāvēšanu un kopsakarības vienā un tajā pašā ekosistēmā. Evolūcijas teorētiskās pieejas tapušas un uzplaukušas dabaszinātņu ietvaros, it īpaši kopš Čārlza Darvina slavenā darba “Sugu izcelšanās”. Tās atzīst, ka organismu sugas rodas, attīstās dabiskās izlases ceļā un dzīvo būtnu vidū norisinās cīņa par eksistenci. Turklāt tā ir cīņa, kuras likme ir dzīvība un nāve. Kaut nelielas iedzīmtas organisma variācijas ietekmē indivīdu spējas konkurēt, izdzīvot un vairoties. Organismu prasmi izdzīvot nosaka arī to spēja piemēroties videi, tostarp mijiedarbojoties ar citiem organismiem. Uzvar tie organismi, kuriem cīņā par eksistenci izdodas iespējami labāk izdzīvot un vairoties. Darvina teorija savulaik būtiski iespaidoja cilvēku priekšstatus pasauli, politiku un kultūru, kā arī zinātņi, tostarp tā ietekmēja sociālo zinātņu skatu uz sabiedrību (Gayon 2009; Lieberman 2018).

Mediju evolūcijas griezumā jauni mediji nerodas vien tehniska izgudrojuma veidā, bet veidojas vairākos etapos, kuri secīgi virknējas sarežģītajā un nereti ilglaicīgajā izgudrojuma un jauno tehnoloģiju sociālās institucionalizācijas procesā. Rūdolfa Stūbera (*Rudolf Stöber*) redzējumā, kas balstās uz ekonomista, biznesa cikla teorijas autora Jozefa Šumpētera (*Joseph Schumpeter*) atziņām, mediju evolūcijas struktūru veido trīs posmi: izgudrojums, inovācija un difūzija. Tieši pēdējais posms ir izšķirošais. Tajā sabiedrība institucionalizē izgudrojumus, apgūstot to piedāvātās komunikācijas jaunās iespējas, adaptējot šī izgudrojuma praktisko lietojumu un attīstot tā ekonomisko modeli. Turklāt jauna medija izmantošanas sociālais akcepts diktē nepieciešamību tā darbībai radīt noteiktu politisko ietvaru un juridisku regulējumu (Stöber 2004, 483–505).

Mediju evolūcijas pieeja liek arī analizēt procesu, kā tas vai cits jaunais medijs ienāk mediju ekoloģijā. Tas notiek atlases rezultātā, pieredzot daudzus izmēģinājumus un kļūdas. Jaunajiem medijiem un vecajiem medijiem nākas veidot attiecības, mijiedarboties, līdzpastāvēt, konkurēt noteiktos politiskos, ekonomiskajos un sociālajos apstākļos. Mediju vēsturnieks Gabriele Balbi (*Gabriele Balbi*) uzsver, ka katra medija dzīves ciklu raksturo vairākas fāzes. Pirmajā – jaunais medijs imitē vecos medijus. Tas atspoguļojas ārējā veidolā, nosaukumā, lietošanā. Jaunie mediji arī kopē, adaptē un pārveido jau esošo mediju komunikācijas veidus un saturu. Imitācija konstatējama patēriņa sfērā, kur jaunie mediji vispirms cenšas pārņemt jau

esošo mediju patēriņa telpu, organizatorisko struktūru un izplatības tīklus. Atdarināšanai piemīt multimedialitāte, proti, no esošiem medijiem jaunais medijs aizgūst to darbības pamatelementus. Tipisks imitācijas fāzes piemērs ir televīzijas kā jaunā medija sākums. Publiskajā telpā agrīnā televīzija tika uztverta un dēvēta par radio ar attēlu/redzi; tā savā darbībā izmantoja radio programmu formātus (piemēram, ziņas, seriālus, translācijas); cilvēku mājokļos televizori tika novietoti tajā vietā, kur iepriekš atradās radio aparāts; televīzija pārņēma radio izplatīšanas tīklus. Sākotnēji televīzijas raidījumi sekmīgi apvienoja no kino (kustīgo objektu reprezentācija, montāža) un radio (komunikācijas ar auditoriju un programmu veidošana) aizgūtos pamatelementus, tā iekarojot savu vietu mediju pasaulē (Balbi 2015, 231–237). Otro mediju dzīves cikla fāzi dēvē par specifiskācijas laiku, kurā jaunais medijs patiešām kļūst par jauno mediju. Šajā fāzē iesakņojas medija vārds, pēc neskaitāmiem izmēģinājumiem un transformācijām iedibinās tā lietošanas masveida formāts, kā arī tiek pārdzīvots jaunā medija kā “pārsteiguma”, “brīnuma” posms un top darbības un lietojuma rutīna. Trešā fāze – rekonfigurācija, kurā vecie mediji pielāgojas jau kārtējam jaunajam medijam. Tās sākumposmā vecie mediji cenšas imitēt jaunus medijus, vēlāk – norisinās veco mediju transformācijas, rēķinoties ar jauno situāciju. Notiek arī tirgus nišu pārdale. Šī fāze mēdz būt laika ziņā pat ļoti ilga. Tās rezultātā iespējama (un arī notiek) ne viena vien vecā medija bojāeja, tomēr ir daudzi ilgas un sekmīgas līdzāspastāvēšanas un mijiedarbības piemēri – gleznošana un fotografēšana; teātris un kino; kino un televīzija. Balbi mediju evolūcijas iedalījumā ceturtnā mediju dzīves cikla fāze ir koeksistence, kurā vecie un jaunie mediji pastāv kopā. Mediju vēsture rāda, ka daudzas komunikācijas un mediju formas turpinās gadsimtiem, lai gan mainās to tehnoloģijas. Spilgti piemēri ir pasts, kas pieredzējis daudzas tehnoloģiskās pārmaiņas, arī telefons, kas tagad ieguvis viedtelefona formātu. Arī koeksistences fāzē ir vērojama atsevišķu veco mediju izzūšana, ja jaunās tehnoloģijas tos pilnībā aizstāj un piedāvā ērtākus un lētākus komunikācijas veidus. Piemēram, tiešsaistes iespējas ir likušas atteikties no telegrāfa un teleksa pakalpojumiem. Šajā fāzē norisinās arī mediju integrācija, piemēram, kino, televīzijas un interneta, kas ļauj patērētājam lietot faktiski visus kino industrijas produktus sev ērtā laikā un telpā. Vecie un jaunie mediji nav dihotomija, tie ir mediju evolūcijas loģikas sastāvdaļa (Balbi 2015, 237–245).

Mediju evolūcijas gan vēsturiskā griezumā, gan pašreizējās situācijas iztirzājumā nodēvētas ir arī hibridizācijas, habitualizācijas, rutinizācijas teorētiskās pieejas (Fickers, Oevar 2020, 59). Jāatzīst, ka mediju evolūcija nav nošķirama no citu sociālo ekoloģiju esamības un tajās notiekošajām transformācijām. Modernajam laikmetam īpaši raksturīga ir dažādu sfēru saaušanās un nenošķiramība. To nosaka arī it visur klātesoša mediatizācija. Šis jēdziens tiek lietots, lai raksturotu cilvēku ikdienas dzīvi, kura ir daudzu un dažādu mediju, to tehnoloģiju lietošanas un mediju piedāvāto diskursu caurausta. Andreass Heps cilvēces vēstures moderno posmu, raugoties no tehnoloģiskās attīstības līmeņa, iedala mehanizācijas, elektrifikācijas un digitalizācijas posmos. Pēdējā raksturojumā viņš iekļauj dziļās mediatizācijas konceptu, kas raksturo cilvēku sociālās dzīves saaugšanu ar digitālajiem medijiem. Šis koncepts piedāvā labu teorētisko ietvaru pašreizējā laika un tā mediju ekoloģijas analīzei (Hepp 2020, 3–7).

Mediju ekoloģijas revolucionārās un evolucionārās attīstības skatījums liek akceptēt, ka sabiedrības esības veidojošās atsevišķo jomu ekoloģijas pastāv sazobē, tās ir mijiedarbīgas, atkarīgas viena otras, pārmaiņas vienā rada transformācijas citās. Nozīmīgi procesi un notikumi, piemēram, krīzes, neskar tikai vienu ekoloģiju, bet vairākas, iespējams, pat visas situācijās, kad cilvēki nonāk savas eksistences apdraudējumā.

KRĪZE

Mūsdienu sabiedrība ir tik lielā mērā mediju klātbūtnes un darbības caurausta, ka tos nav iespējams nošķirt un analizēt atsevišķi no citām sabiedrības dzīves institūcijām. Mediju radītās un izplatītās realitātes reprezentācijas un to uztvere ir kļuvušas par dominējošo pasaulpriekšstatu, dzīves pozīcijas un uzvedības izejaspunktu (sk. Hjarvard 2008; Hepp 2020). Sabiedrības dziļā mediatizācija nosaka, ka arī ikvienas cilvēci piemeklējušās krīzes iztīrījumā mediju analīze ir viena no tās sapratnes atslēgām.

Krīze definējama kā reāls vai apjēdzams sociālās kārtības lielākais vai mazāks sagrums. Ar šo terminu saprot arī notikumu gaitas izšķirošu vai kritisku pavērsienu, situāciju, kurā nenovēršamas ir pārmaiņas pozitīvā vai negatīvā virzienā. Ar krīzi apzīmē arī sarežģītus, nedrošus un neziņas klātus laikposmus. Šis jēdziens plaši tiek lietots politikas un ekonomikas raksturojumos. Krīzes situācijas raksturojums izriet no pretstata – normālas situācijas – un no tās reāla vai iespējama apdraudējuma izpratnes. Sabiedrības dzīvē krīzes situācijas allaž ir īpašas, un tās iemanto milzīgu mediju uzmanību. Savukārt tā pati kļūst par krīzes sastāvdaļu, jo svarīgi notikumi – to statuss un mediju piešķirtā jēga – veido sabiedrībā valdošos (un arī tiem opozīcijā esošos) diskursus (Raboy, Dagenais 1992, 3).

20. gs. pēdējo desmitgažu socioloģiskajā domā nostiprinājās pārliecība, ka vēlā modernā pasaule ir daudz un arī ļoti bīstamu risku caurausta. Sociologs Entonijus Gidenss (*Anthony Giddens*) uzskatīja, ka “modernitāte ir riska kultūra” (Giddens 1991, 3). Viņš gan atzina, ka nedomā, ka sabiedrības dzīve pēc savas būtības ir riskantāka nekā agrāk. Bet gan riska klātbūtne pati par sevi kļuvusi daudz redzamāka, tā ir fundamentāli iegūlusi pašā sociālās pasaules organizācijā. Modernajā laikmetā vairs nepastāv daudzi agrākie apdraudējumi, arī mazinājies dzīves kopējais riskantums, tomēr tajā ir radušās ne vien jaunas bīstamības, bet arī mainījušies riska apjēgas parametri (Giddens 1991, 3–4). Modernajā laikmetā ir notikusi atteikšanās no fatālisma kā esības ietvara; tiek rasti un lietoti neskaitāmi pasākumi, kas mazina cilvēka dzīvības apdraudējumu (piemēram, attīrīts ūdens, higiēnas ievērošana ēdiena gatavošanā, pasterizēts piens, saldēšana, centrālapkure, medicīnas sistēma). Neraugoties uz to, arī modernajā laikmetā ir bijuši notikumi, kas radījuši ļoti lielu apdraudējumu cilvēka dzīvībai un drošībai (Giddens 1991, 109–117). Daudzi riski (piemēram, dabas piesārņojums, kodol-katastrofas) rodas no modernās sabiedrības labklājības pamatavotu intensīva izmantojuma. Modernās industrijas blakusefekti izraisījuši ne vienu vien bīstamību, kas rada apdraudējumu visai globalizētajai pasaulei. Modernie riski šķērso vietas (arī nacionālo valstu) un arī laika

(piemēram, paaudžu) robežas. Sociologs Ulrihs Beks (*Ulrich Beck*) mūsdienu civilizācijas posmu nodēvējis par reflektīvo modernizāciju. Viņa skatījumā, pasaulē jau ir uzkrāts tik liels risks un to radīto bīstamību potenciāls un radīts posts, ka civilizācijas attīstības ceļš ir zaudējis savu sākotnējo linearitāti un ieguvis reformu, reorganizāciju, pielāgošanas, optimizācijas formu. Tajā liela loma ir politikai, zinātnes un tehnoloģijas intensīvam lietojumam, kā paškritikai attieksmei pret sabiedrību, kas izpaužas dažādu sociālo un kustību formā (Ritzer, Stepnisky 2018, 393–395). Neraugoties uz šo piesardzīgo civilizācijas esības formātu, visu risku un no tiem izrietošā posta novēršana nav iespējama.

Tāda ir arī bīstamā koronavīrusa jeb Covid-19 izraisītā krīze, kas sākās līdz ar šīs slimības izplatīšanos 2019. gada beigās Ķīnā un no 2020. gada janvāra citur pasaulē un ir pārāugusi par pandēmiju. Tā ir lielākais postījums cilvēces pastāvēšanā kopš Otrā pasaules kara. Kopš 21. gadsimta sākuma līdz 2021. gada beigām pasaule ir piedzīvojusi trīs lielas krīzes: 9/11 (2001), finanšu krahu (2008) un Covid-19 (2019–?).

Cilvēce savā pastāvēšanas vēsturē ir piedzīvojusi ledus laikmetu, mēri, pasaules karus un revolūcijas, tomēr ir turpinājusi attīstīties un vairot savu labklājību. Pēdējā lielākā pandēmija – spāņu gripa – saistās ar Pirmā pasaules kara pēdējiem gadiem, tā nonāvēja ap 50 miljonu cilvēku. Kopš tā laika zinātnes progress ir bijis milzīgs. Pēdējās desmitgadēs pasauli piemeklēja vairāku bīstamu slimību – SARS, MERS, cūku gripas, putnu gripas, Ebolas – ātrā un straujā izplatība. Vairāki ietekmīgi eksperti (piemēram, rakstnieks Ričards Prestons (*Richard Preston*), uzņēmējs Bils Geitss (*Bill Gates*), politikas analītiķis Farids Zakarija (*Fareed Zakaria*)) publiskajās uzstāšanās prognozēja un brīdināja par pandēmiju – kā visai drīzo iespējamo cilvēces apdraudējumu. Neraugoties uz to, Covid-19 ir satricinājis esošo sociālo kārtību un sāk iezīmēt nākamā cilvēces esības posma kontūras. Vēsture vēsta, ka tās gaitā pieredzētās milzīgās epidēmijas un cilvēku bojāeja tajās ir izraisījuši būtiskas un ilglaicīgas pārmaiņas sabiedrības esībā. Piemēram, mēris jeb melnā nāve, kas plosījās 14. gadsimtā, mainīja reliģijas nozīmi, paaugstināja cilvēka kā darbaspēka vērtību, Rietumeiropā pārtrauca dzimtbūšanu, savukārt Austrumeiropā to vēl vairāk padziļināja un nostiprināja. Šīs epidēmijas sekas arī iniciēja intelektuālo revolūciju, kas vēlāk īstenojās Renesansē, Reformācijā un Apgaismībā, veicināja zinātnes un izglītības nozīmes apjēgsmi un lietojumu. Eksperti uzskata, ka sabiedrība un tās dzīve pēc Covid-19 būs citāda; tiek prognozēts jauns – postpandēmijas – laikmets (Zakaria 2020, Intr., sk. arī Snowden 2020).

Covid-19 situācijai piemīt izteikta mediatizācija. Jauno un veco mediju darbības lauks ir ļoti plašs. Tiem ir sava nozīmīga loma ne tikai informēšanā, bet arī krīzes menedžmentā. Jauno un veco mediju attiecībās ar satura veidotājiem un lietotājiem, valsti un ekonomiku, publisko telpu veidojas jaunas iezīmes. Tālab arī mediju ekoloģijā ir iestājies pārmaiņu laikmets, kas šajā tēmā radīs jaunas teorētiskās pieejas un empīriskos pētījumus.

LITERĀŪRA

- Altheide, D. L. (2019). *An Ecology of Communication. Cultural Formats of Control*. London; New York: Routledge.
- [B. a.]. (1912). *Svešvārdu vārdnīca. Sastādīta pēc Liebknehta, Heyses u. c.* Rīga: A. Raņķa apgāds.
- Balbi, G. (2015). Old and New Media, Theorizing Their Relationships in Media Historiography. In: Kinnebrock, S., Schwarzenegger, Ch., Birkner, T. (Hrsg.). *Theorien des Medienwandels*. Köln: Halem, S. 231–249.
- Bartlett, J. (2014). *The Dark Net: Inside the Digital Underworld*. London: Windmail Books.
- Burgess, J., Bruns, A. (2012). (Not) the Twitter Election. *Journalism Practice*, 6(3), 384–402. DOI: 10.1080/17512786.2012.663610
- Darvins, Č. (1953). *Sugu izcelšanās*. Rīga: Latvijas Valsts izdevniecība.
- Fang, I. (1997). *A History of Mass Communication. Six Information Revolutions*. Boston: Focal Press.
- Fickers, A., Oever, A., van der (2020). (De)habituation Histories. How to Re-sensitize Media Histories. In: Hall, N., Ellis, J. (eds). *Hands on Media History. A New Methodology in the Humanities and Social Sciences*. London: Routledge, pp. 58–75.
- Foth, M., Hearn, G. (2007). Networked Individualism of Urban Residents: Discovering the communicative ecology in inner-city apartment buildings. *Information, Communication & Society*, 10(5), 749–772. DOI: 10.1080/13691180701658095
- Fuller, M. (2005). *Media Ecologies: Materialist Energies in Art and Technocultures*. Cambridge: MIT Press.
- Gayon, J. (2009). From Darwin to Today in Evolutionary Biology. In: Jonathan Hodge, J., Radick, G. (eds). *The Cambridge Companion to Darwin*. Cambridge: Cambridge University Press, pp. 207–301.
- Gehl, R., McKelvey, F. (2019). Bugging out: darknets as parasites of large-scale media objects. *Media, Culture & Society*, 41(2), 219–235. DOI: 10.1177/0163443718818379
- Gencarelli, T. F. (2000). The Intellectual Roots of Media Ecology in the Work and Thought of Neil Postman. *Atlantic Journal of Communication*, 8(1), 91–103. DOI: 10.1080/15456870009367381
- Giddens, A. (1991). *Modernity and Self-Identity. Self and Society in Late Modern Age*. Stanford: Stanford University Press.
- Harari J. N. (2020 [2018]). *21. lekcija 21. gadsimtam*. Rīga: Jumava.
- Hearn, G., Collie N., Lyle, P., Hee-Jeong, J., Foth, M. (2014). Using Communicative Ecology Theory to Scope the Emerging Role of Social Media in the Evolution of Urban Food Systems. *Future*, 62, 202–212. DOI: 10.1016/j.futures.2014.04.010
- Hjarvard, S. (2008). The Mediatization of Society. A Theory of the Media as Agents of Social and Cultural Change. *Nordicom Review*, 2(29), 105–134.
- Hodkinson, P. (2017). *Media, Culture and Society*. Los Angeles: Sage.
- Kortti, J. (2018). *Media in History. An Introduction to the Meanings and Transformation of Communication Over Time*. London: Macmillan International Higher Education; Red Globe Press.
- Kovarik, B. (2016). *Revolutions in Communication. Media History from Gutenberg to the Digital Age*. 2nd ed. New York: Bloomsbury Academic.
- Lieberman, P. (2018). *The Theory that Changed Everything. "On the Origin of Species" as a Work in Progress*. New York: Columbia University Press.
- McIntyre, L. (2018). *Post-Truth*. Cambridge; London: The MIT Press.
- McLuhan, M. (1962). *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*. Toronto: University of Toronto Press.
- McLuhan, M. (1964). *Understanding Media: The Extensions of Man*. Toronto: University of Toronto Press.
- McLuhan, M. (2001 [1967]). *The Medium is the Massage. An Inventory of Effects*. Corte Madera.
- McLuhan, M. (2004). *Understanding Me: Lectures & Interviews*. S. McLuhan, E. Staines (eds). Cambridge: MIT Press.

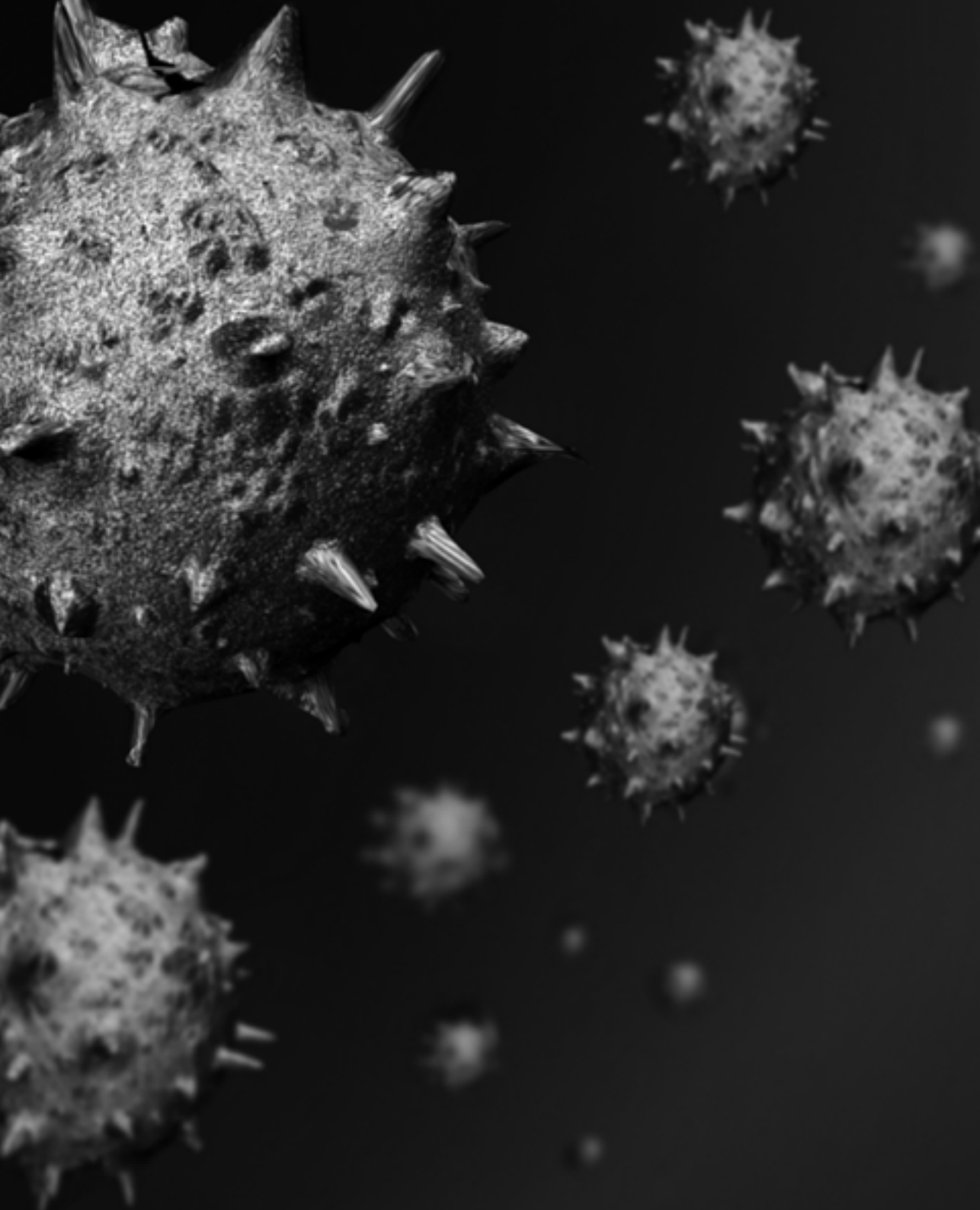
- Poell, T. (2014). Social media and the transformation of activist communication: exploring the social media ecology of the 2010 Toronto G20 protests. *Information, Communication & Society*, 17(6), 716–731. DOI: 10.1080/1369118X.2013.812674
- Postman, N. (1970). The Reformed English Curriculum. In: Eurich, A. C. (ed.). *The Shape of the Future in American Secondary Education*. New York Pitman Publishing Corporation, pp. 160–168.
- Postman, N., Weingartner, C. (1971). *The Soft Revolution: A Student Handbook for Turning Schools Around*. New York: Delacorte.
- Raboy, M., Dagenais, B. (1992). Introduction: Media and the Politics of Crisis. In: Raboy, M., Dagenais, B. (eds). *Media, Crises and Democracy. Mass Communication and the Disruption of Social Order*. London: Sage Publications, pp. 1–15.
- Ritzer, G., Stepnisky, J. (2018). *Modern Sociological Theory*. 8th ed. Los Angeles: Sage Publications.
- Scannell, P. (2007). *Media and Communication*. Los Angeles: Sage.
- Seegerberg, A. & Bennett, W. L. (2011). Social Media and the Organization of Collective Action: Using Twitter to Explore the Ecologies of Two Climate Change Protests. *The Communication Review*, 14(3), 197–215. DOI: 10.1080/10714421.2011.597250
- Sjøvag, H., Stavelin, E., Karlsson, M., Kammer, A. (2019). The Hyperlinked Scandinavian News Ecology. *Digital Journalism*, 7(4), 507–531. DOI: 10.1080/21670811.2018.1454335
- Snowden, F. M. (2020). *Epidemics and Society. From Black Death to the Present*. New Haven; London: Yale University Press.
- Stöber, R. (2004). What Media Evolution Is. A Theoretical Approach to the History of New Media. *European Journal of Communication*, 19(4), 483–505. DOI: 10.1177/0267323104049461
- Vidiņš, J. (1911). *Svešvārdū grāmata*. Rīga: Zinātne.
- Wahl-Jorgensen, K. (2016). The Chicago School and Ecology: A Reappraisal for the Digital Era. *American Behavioral Scientist*, 60(1), 8–23. DOI: 10.1177/0002764215601709
- Wang, Min, Mingke Rao, Sun, Zhipeng (2020). Typology, Etiology, and Fact-Checking: A Pathological Study of Top Fake News in China. *Journalism Practice*. DOI: 10.1080/17512786.2020.1806723
- Wilber, K. (2017). *Trump and a Post-Truth World*. Boulder: Shambhala Publications.
- World Economic Forum (2007). *Digital Ecosystem Convergence between IT, Telecoms, Media and Entertainment: Scenarios to 2015. Executive Summary*. Retrieved from: <http://reports.weforum.org/digital-ecosystem-convergence-between-it-telecoms-media-and-entertainment-scenarios-to-2015-info/>
- Zakaria, F. (2020). *Ten Lessons for a Post-Pandemic World*. New York: W. W. Norton & Company.

2#

Mediju loma krīzes situācijā:

tās izziņošanā, informatīvā atveidošanā, vadīšanā

- 41 Mediju informatīvās funkcijas krīzes situācijā:
uzticēšanās medijiem krīzes apstākļos
- 55 Mediju ekonomika un pielāgošanās krīzes apstākļiem
- 73 Piezīmes par Covid-19 laika politiski medicīnisko komunikāciju
- 91 Reklāma Covid-19 krīzes vadīšanā
- 103 Reģionālo mediju loma krīzes vadīšanā un izziņošanā
- 133 Pandēmijas krīzes ētika
- 147 Medijpratība pandēmijas laikā



MEDIJU INFORMATĪVĀS FUNKCIJAS KRĪZES SITUĀCIJĀ: UZTICĒŠANĀS MEDIJIEM KRĪZES APSTĀKĻOS

Renārs Felcis

Latvijas mediju ekoloģijas kvantitatīvās aptaujas rezultāti projektā “Latvijas mediju ekoloģija: Ceturtās industriālās revolūcijas izraisīto pārmaiņu analīze” (turpmāk – Latvijas mediju ekoloģijas aptauja) (LU SPPI, 2019) tika uzdoti jautājumi ne tikai par informācijas iegūšanas uzticēšanos no masu medijiem, bet arī citiem aģentiem, kas labi raksturo arī konceptuālo ideju par dažādiem medijiem – plašsaziņas līdzekļi, ierīces un tehnoloģijas un līdzilvēki – ģimene, draugi, radi, kaimiņi, kolēģi u. c. To pamato atziņa, ka mediji aģentu tīkla teorijas garā ir ne tikai masu mediji, bet arī ierīces, kuras cilvēki izmanto informācijas uztveršanai, kā arī citi cilvēki, kas darbojas kā informatīvie aģenti (sk., piemēram, Latour 2005; Law, Hassard 1999; Law 2004).

Nodaļas tēmas strukturētas šādi – uzticēšanās medijiem iekļauta plašākā skatā par mūsdienu krīzēm globālā riska sabiedrībā, kas tādā vai citā veidā var noteikt uzticēšanos medijiem tieši krīžu apstākļos to daudzveidīgā izpratnē – pandēmija, ekonomiskā krīze utt. Šajos apstākļos tālāk ir būtiski aprakstīt mediju informatīvās funkcijas pandēmijas sociāli ekonomiskajā krīzē, lai visbeidzot raksturotu mediju informatīvās funkcijas krīžu situācijās.

KRĪŽU UZTVERE UN INTERPRETĀCIJA GLOBĀLĀ RISKĀ SABIEDRĪBĀ

Starptautiskajos sabiedriskās domas pētījumos regulāri uzdoti jautājumi par divām galvenajām problēmām, ar kurām saskaras cilvēki savā valstī (“Kādas, Jūsaprāt, ir divas svarīgākās problēmas, ar kurām pašreiz saskaras Latvija?”) un personīgi (“Un kādas ir divas svarīgākās problēmas, ar kurām Jūs personīgi pašreiz saskaraties?”). Eiropas Savienības līmenī 2019. gada pētījuma rezultāti liecina, ka gan valstiski, gan personīgi par svarīgākajām problēmām cilvēki uzskata veselības un sociālās aprūpes sistēmu (28 %) un cenu pieaugumu/inflāciju/dzīves dārdzību (24 %) valsts līmenī, bet cenu pieaugumu/inflāciju/dzīves dārdzību (32 %) un veselības un sociālās aprūpes sistēmu (23 %) personīgā līmenī (Eurobarometer 2019). Šīs aptaujas rezultāti atspoguļoja tālaika bažas, ka 2020. gads, iespējams, būs **veselības un sociālās aprūpes krīzes gads** un ka šo krīzi vēl vairāk var saasināt pandēmijas radītais dzīves dārdzības pieaugums. Vēl vairāk – šī situācija kopsummā var radīt arī **ekonomikas pārkaršanas jeb dzīvības dārdzības krīzi**. Latvijas rādītāji vietu ziņā ir līdzīgi – par valstiski būtiskākajām problēmām cilvēki uzskata veselības un sociālās aprūpes sistēmu (34 %), bet tikpat daudz arī cenu pieaugumu/inflāciju/dzīves dārdzību un nodokļu sistēmu (pa 31 %). Personīgā līmenī Latvijas iedzīvotāji līdzīgi kā Eiropas līmenī norāda cenu pieaugumu/inflāciju/dzīves dārdzību (pat 37 %) un veselības un sociālās aprūpes sistēmu (32 %). Lai arī Latvijas iedzīvotāji personīgi saasinātāk kā uz kopējā Eiropas Savienības dalībvalstu fona (9. vieta) uzsver **dzīves dārdzības krīzi** (37 %), tomēr mazāk saasināti kā, piemēram, citas Baltijas valstis. **Veselības un sociālās aprūpes krīzes** personīgā uztverē gan 32 % Latvijas iedzīvotāju citu Eiropas valstu pilsoņu personīgajās izjūtās ir 5. vietā aiz Zviedrijas, Somijas, Nīderlandes un Igaunijas.

Konceptuāli piedāvāju riska sabiedrības teorijas kontekstā skatīt būtiskākās problēmas valstiski un personīgi gan kā aktuālus jautājumus, gan kā tādas, kas atspoguļo krīzes kā katastrofu gaidas. Uzticēšanās daudzveidīgajiem medijiem nozīmē tādu vai citu gatavību potenciālajām katastrofām (citiem vārdiem sakot, potenciālās katastrofas ir riski), kas, lai arī ir šķietami fatālas, tomēr atbrīvo mūsu patieso spēju rīkoties, jo, dzīvojot globālā riska sabiedrībā, visaptverošie riski no ierobežotas personīgas problēmas kļūs par globālu fenomenu ar ilgstošu politisku ietekmi (Beck 2009, 205). Savstarpējā uzticēšanās, uzticēšanās aģentiem, uzticēšanās medijiem riska sabiedrības teorijā var būt labs veids, kādā iestudēt riskus. Proti, šīs nodaļas tēmas gadījumā, kādiem medijiem uzticēties katastrofu gaidās, kādā veidā šī uzticēšanās iespējina (*empower*) cilvēkus rīkoties savas personīgās un kopienas labklājības vārdā.

Covid-19 pandēmijas krīze aģentu tīkla teorijas autora Bruno Latūra (*Bruno Latour*) izpratnē ir cieši saistīta ar globālu ekonomikas krīzi un klimata krīzi, kurā ļoti riskanti ir uzticēties postpatiesībai, alternatīviem stāstiem. Latūrs atbild, ka vīruss palīdzēja saprast vairākas faktoloģiskas neskaidrības, kur cilvēki lielā mērā mācās par statistikas, par eksperimentu un par epidemioloģijas sarežģītību. Var teikt, ka ikdienas dzīvē cilvēki runā par ticamības pakāpēm un kļūdas robežām. Latūrs rezumē: “Ja vēlaties, lai cilvēki uztvertu zinātni, jums ir jāreda,

kā tā rodas un veidojas” (Watts 2020). Tas nozīmē, lai, domājot un runājot par ticamību, cilvēki nenokļūst alternatīvu stāstu gūstā, nepieciešama pārskatāma zinātne, kurā balstīt savu ticību.

UZTICĒŠANĀS MEDIJIEM KRĪŽU APSTĀKĻOS

Uzticēšanās medijiem kontekstā ir vairāki būtiski līdzšinējie pētījumi, kuros analizēta gan uzticēšanās masu medijiem saistība ar demokrātisku iekārtu, sabiedriskajiem medijiem (Tsfati, Ariely 2014), gan arī uzticēšanās masu medijiem ir statistiski nozīmīgi saistīta ar apmierinātību ar pašreizējo politisko situāciju un apmierinātību ar dzīvi kopumā (Cabelkova *et al.* 2015). Pēdējā desmitgadē publicētajos pētījumos jau 2010. gadā dati apliecina, ka saistība starp neuzticēšanos sabiedriskajiem medijiem un interneta ziņu patēriņu ir negatīva. Sabiedrisko mediju ziņām kā dominējošiem medijiem cilvēki uzticas, bet ir skeptiski par toreiz (20. gadsimta pirmajā desmitgadē) nedominējošajiem masu medijiem, ar to domājot interneta ziņu portālus u. tml. (Tsfati 2010). Šis 2010. gada Jariva Tsfati (*Yariv Tsfati*) raksts tālāk attīstīts arī jaunākajos pētījumos par mūsdienu problemātiku – uzticēšanās riskiem mūsdienu politiski sociālajā situācijā.

2017. gadā veiktajā *Eurobarometer 86.1* pētījumā bija daudz jautājumu par uzticēšanos masu medijiem, kā arī retrospektīvs viedoklis par to, vai uzticība medijiem sabiedrībā pieaug vai krītas (European Commission and European Parliament 2017).

2019. gada *Eurobarometer 91.5* (norise – jūnijs–jūlijs) sabiedriskās domas pētījumā Eiropas Savienības dalībvalstīs (*Eurobarometer 91.5 2019*) tika uzdots jautājums gan par uzticēšanos medijiem, gan citām valsts institūcijām. Šajā pētījumā uzticēšanās plašsaziņas līdzekļiem tika vērtēta augstāk (47 %) nekā Latvijas mediju ekoloģijas aptaujā (57 %). Tiesa, neizlēmīgo īpatsvars šajā aptaujā bija izteikti lielāks.

Pārsteidzoši augsta uzticība uz šī fona *Eurobarometer* pētījumā identificējama armijai (68 %), policijai (62 %), Eiropas Savienībai (49 %) un reģionālām vai vietēja līmeņa institūcijām (48 %).

Daži būtiskākie fakti par 2019. gadā veikto Latvijas mediju ekoloģijas aptauju, kuras pasūtītājs bija Latvijas Universitātes Sociālo zinātņu fakultātes Sociālo un politisko pētījumu institūts (SPPI):

- Kvantitatīva Latvijas iedzīvotāju aptauja.
- Aptaujas veicējs: “Latvijas Fakti”.
- Aptaujas norise: 2019. gada 12. augusts – 2019. gada 1. oktobris.
- Informācijas ieguves metode: datorizētas telefonintervijas.
- Intervijas vidējais garums: 23 minūtes.
- Sasniegtais izlases apjoms: 1427 Latvijas pastāvīgie iedzīvotāji vecumā no 16 gadiem (LU SPPI, 2019).

Latvijas mediju ekoloģijas aptaujas rezultāti liecina, ka 57 % Latvijas iedzīvotāju piekrīt, ka kopumā uzticas medijiem (TV, radio, interneta ziņu portāli), 30 % neuzticas, bet 13 % ir grūti pateikt. Statistiski nozīmīgas atšķirības uzticēšanās līmenī šajā jautājumā ir vecuma grupās,

1. tabula. Eurobarometer 91 sabiedriskās domas pētījuma rezultāti par uzticēšanos medijiem (2019. gada jūnijs–jūlijs)

Jautājuma formulējums: Es vēlētos Jums pajautāt par Jūsu uzticēšanos noteiktiem medijiem un institūcijām. Par katru no šiem medijiem un institūcijām sakiet, lūdzu, vai Jūs tiem drīzāk uzticaties vai drīzāk neuzticaties	Drīzāk uzticaties	Drīzāk neuzticaties	Nav atbildes
Plašsaziņas līdzekļi	47,4 % (+/-3,1%)	46,5 %	6,1 %

2. tabula. LU SPPI pasūtītā sabiedriskās domas pētījuma rezultāti par uzticēšanos medijiem (2019. gada augusts–oktobris)

Jautājuma formulējums	Piekrītu	Nepiekrītu	Grūti pateikt
Kopumā es uzticos medijiem (TV, radio, interneta ziņu portāli)	57,2 % (+/-2,6 %)	29,7 %	13,1 %

pēc reģiona, apdzīvotās vietas, kā arī etniskās piederības. Attiecīgi – pirmspensijas un pensijas vecuma cilvēku vidū (iedzīvotāji vecumā virs 55 gadiem) – 72 %, pilsētu un lauku iedzīvotāji 70 %, latviešu tautības iedzīvotāji 69 % (LU SPPI 2019).

Pastāv arī statistiski nozīmīgas atšķirības starp piekrišanu apgalvojumiem “kopumā es uzticos medijiem (TV, radio, interneta ziņu portāli)” un “TV, radio un interneta ziņu portāli rada manī iedvesmu mainīt kaut ko uz labu”.

Uzticēšanās *per se* maz pasaka par saikni ar citiem tās aspektiem. Ja gribam izprast ne tikai paļaušanos medijiem noteiktās sociālajās grupās, bet to, kādā veidā kopējā uzticēšanās medijiem netieši veidojas, tad **ierosinu meklēt paplašinājumu reakcijās uz krīzes situācijām**.

Empīriski atgriežoties pie Latvijas mediju ekoloģijas aptaujas (LU SPPI, 2019), var teikt, ka tie, kuri kopumā neuzticas medijiem (TV, radio, interneta ziņu portāli), ir nedaudz vairāk tendēti izmantot daudzveidīgus informācijas avotus epidēmijas gadījumā un nedaudz biežāk kā tie, kuri uzticas medijiem, izmantot paplašinātos medijus – telefona zvanu, sirēnu, arī ģimenes locekļu vai draugu informāciju par draudošo vai esošo krīzi. Taču kopumā uzticēšanās tradicionāliem medijiem nenozīmē, ka tie tiks biežāk izmantoti krīzes situācijās.

MEDIJU INFORMATĪVĀS FUNKCIJAS PANDĒMIJAS SOCIĀLI EKONOMISKAJĀ KRĪZĒ

Krīzes situāciju vērtējumā sabiedrībā varam izmantot Ulriha Beka (*Ulrich Beck*) jēdzienu risku iestudēšana (*staging of risks*). Bekam galvenais jautājums ir, kādā veidā riski kļūst reāli

3. tabula. LU SPPI pasūtītā sabiedriskās domas pētījuma rezultāti par prioritārajiem informācijas avotiem epidēmijas (jeb plaša mēroga slimības) gadījumā (2019. gada augusts–oktobris)

Epidēmijas (jeb plaša mēroga slimības) gadījumā vēlētos saņemt informāciju no:	Informācijas saņemšanas kanāli. Bāze: visi respondenti, N = 1423	Informācijas saņemšanas kanāli. Bāze: respondenti, kuri kopumā uzticas/neuzticas medijiem (TV, radio, interneta ziņu portāli)	
		Visi	Piekrītu
Radio	66 %	72 %	62 %
TV	58 %	61 %	57 %
Interneta ziņu portāli	37 %	37 %	40 %
Telefona zvans vai SMS	35 %	32 %	39 %
Sociālie mediji (piemēram, "Facebook", "Twitter", "Draugiem" u. c.)	23 %	23 %	27 %
Sirēna	23 %	20 %	25 %
Preses izdevumi <i>online</i> veidā	14 %	12 %	15 %
Ķimenes locekļi, draugi	12 %	9 %	16 %
Drukāti preses izdevumi	12 %	12 %	12 %

4. tabula. LU SPPI pasūtītā sabiedriskās domas pētījuma rezultāti par Covid-19 ietekmi (2020. gada maijs)

Jautājuma formulējums	Paliks tāda pati	Kļūs sliktāka	Paliks labāka
Vai dzīve Eiropas Savienībā nākamo 12 mēnešu laikā kļūs labāka, sliktāka vai paliks tāda pati, kāda tā bija pirms Covid-19 krīzes sākšanās?	20 %	68 %	12 %
Vai dzīve Latvijā nākamo 12 mēnešu laikā kļūs labāka, sliktāka vai paliks tāda pati, kāda tā bija pirms Covid-19 krīzes sākšanās?	21 %	67 %	13 %
Vai Jūsu dzīve nākamo 12 mēnešu laikā kļūs labāka, sliktāka vai paliks tāda pati, kāda tā bija pirms Covid-19 krīzes sākšanās?	64 %	21 %	15 %

dažādu aģentu un institūciju uztverē? Atbilde reducēta līdz formulai – globālie riski ir realitātes iestudēšana (Beck 2009, 10). Tas nozīmē ar pilnu un skaidru apziņu šeit un tagad esošu (Alfrēda Šica (*Alfred Schütz*) fenomenoloģijā (Berger, Luckman 1991, 31–62, 35)) refleksiju par to, ka mēs uztveram riskus kā klātesošus mūsu un citu cilvēku realitātē. Tiesa, Beks tika kritizēts par to, ka neattīstīja šo globālo risku fenomenoloģiju, bet drīzāk "iestudēšanas" jēdzienu

5. tabula. LU SPPI pasūtītā sabiedriskās domas pētījuma rezultāti par Covid-19 ietekmes pārliecības indeksu (2020. gada maijs)

Covid-19 ietekmes pārliecības indeksa vērtība	Atbilžu biežumsadalījumi
-3,00	18 %
-2,00	38 %
-1,00	12 %
,00	16 %
1,00	6 %
2,00	5 %
3,00	5 %

6. tabula. LU SPPI pasūtītā sabiedriskās domas pētījuma rezultāti par epidēmijas kā riska informācijas avotiem (2019. gada augusts–oktobris)

Informācijas avots	Epidēmijas (jeb plaša mēroga slimības) gadījumā vēlētos saņemt informāciju no: <i>Bāze: visi respondenti, N = 1423</i>	Epidēmijas (jeb plaša mēroga slimības) gadījumā vēlētos saņemt informāciju no: <i>Bāze: vienkānā epidēmijas respondenti, N = 381</i>	Epidēmijas (jeb plaša mēroga slimības) gadījumā vēlētos saņemt informāciju no: <i>Bāze: daudzkanālu epidēmijas respondenti, N = 122</i>
Radio	66 %	32 %	98 %
TV	58 %	21 %	99 %
Interneta ziņu portāli	37 %	8 %	99 %
Telefona zvans vai SMS	35 %	18 %	83 %
Sociālie mediji (piemēram, Facebook, Twitter, Draugiem u. c.)	23 %	3 %	96 %
Sirēna	23 %	14 %	67 %
Preses izdevumi <i>online</i> veidā	14 %	1 %	94 %
Drukāti preses izdevumi	12 %	2 %	70 %
Ģimenes locekļi, draugi	12 %	0 %	90 %

lietoja kā teatrālu metaforu, nevis analītisku iespēju, un līdz ar to Beks nenovērtēja gan kultūrālās rīcības teorētiskos izaicinājumus, gan semantisko sarežģītību (Smith, Howe 2015, 26).

Kapitālisma iedabā pastāv riski *per se*, tas ir paši par sevi pastāvoši (zinām vai nezinām, vēlamies zināt vai nevēlamies) sabiedrības un ekosistēmu funkcionēšanai tuvākā vai

7. tabula. LU SPPI pasūtītā sabiedriskās domas pētījuma rezultāti par epidēmijas (jeb plaša mēroga slimības) gadījumā informācijas avotu prioritātēm noteiktās vecuma grupās (2019. gada augusts–oktobris)

Informācijas avots	Bāze: visi respondenti, N = 1423	16–24 gadi	25–34 gadi	35–44 gadi	45–54 gadi	55–64 gadi	65–74 gadi	75+ gadi
Radio	66 %	52 %	64 %	64 %	70 %	67 %	71 %	69 %
TV	58 %	48 %	56 %	53 %	58 %	62 %	60 %	70 %
Interneta ziņu portāli	37 %	47 %	48 %	41 %	44 %	35 %	26 %	7 %
Telefona zvans vai SMS	35 %	50 %	35 %	37 %	33 %	34 %	36 %	22 %
Sociālie mediji (piemēram, Facebook, Twitter, Draugiem u. c.)	23 %	38 %	38 %	25 %	24 %	20 %	11 %	6 %
Sirēna	23 %	24 %	24 %	23 %	27 %	22 %	21 %	18 %
Preses izdevumi <i>online</i> veidā	14 %	13 %	20 %	17 %	14 %	15 %	8 %	4 %
Ķimenes locekļi, draugi	12 %	15 %	21 %	8 %	12 %	8 %	11 %	10 %
Drukāti preses izdevumi	12 %	12 %	14 %	10 %	14 %	13 %	12 %	9 %

8. tabula. LU SPPI pasūtītā sabiedriskās domas pētījuma rezultāti par epidēmijas (jeb plaša mēroga slimības) gadījumā informācijas avotu prioritātēm izglītības līmeņa grupās (2019. gada augusts–oktobris)

Informācijas avots	Bāze: visi respondenti, N = 1423	Zemāk par vidējo (pamatizglītība, nepabeigta vidējā)	Vidējā; vidējā profesionālā; nepabeigta augstākā	Augstākā
Radio	66 %	57 %	67 %	67 %
TV	58 %	57 %	59 %	57 %
Interneta ziņu portāli	37 %	22 %	33 %	45 %
Telefona zvans vai SMS	35 %	35 %	33 %	37 %
Sociālie mediji (piemēram, Facebook, Twitter, Draugiem u. c.)	23 %	18 %	20 %	29 %
Sirēna	23 %	23 %	22 %	24 %
Preses izdevumi <i>online</i> veidā	14 %	6 %	12 %	18 %
Ķimenes locekļi, draugi	12 %	11 %	11 %	13 %
Drukāti preses izdevumi	12 %	9 %	11 %	14 %

tālākā nākotnē. Tas nozīmē, ka pastāv riski globālā kapitālisma iedabas maiņai, pārmaiņām, ko rosina paša kapitālisma izraisītās krīzes – ekoloģiskās un no tām izrietošās sociālās un tad ekonomiskās krīzes kā gala rezultāts, nevis sākums krīžu kaskādēm. Covid-19 vīrusa radītā veselības krīze izraisīja arī būtisku ekonomisko krīzi un sociālo krīzi, jo vāji spēja pārorientēties šajā situācijā.

Reakcijas uz krīzes situācijām divos dažādos, bet, neraugoties uz to, nozīmīgos aspektos tika pētīts jau minētajā Mediju ekoloģijas aptaujā 2019. gada augustā–septembrī (pirms ārkārtējās situācijas, ko izraisīja Covid-19 pandēmija), bet arī 2020. gada maijā veiktajā LU SZF SPPI Latvijas iedzīvotāju aptaujā, ko veica pētījumu centrs “SKDS” (LU SPPI, 2020).

Ierosinu sākt no 2020. gadā veiktās aptaujas, kur cilvēkiem tika jautāts par Covid-19 ietekmi gan uz viņu dzīvi, gan dzīvi Latvijā, gan Eiropas Savienībā. Jautājumi tika formulēti šādi: “Vai dzīve [Eiropas Savienībā/Latvijā/jūsu] nākamo 12 mēnešu laikā kļūs labāka, sliktāka vai paliks tāda pati, kāda tā bija pirms Covid-19 krīzes sākšanās?” Piedāvātie atbilžu varianti: “paliks tāda pati”, “kļūs sliktāka”, “paliks labāka”. Lai uzskatāmāk attēlotu iedzīvotāju viedokļus, izveidoju vienkāršu skalu, kur “kļūs sliktāka” piešķirta vērtība “–1”, “paliks tāda pati” piešķirta vērtība “0”, bet “paliks labāka” piešķirta vērtība “1”.

Sākumā ieskatam cilvēku noskaņojums par to, kā viņu dzīvi ietekmē Covid-19. 2020. gada maijā veiktajā LU SZF SPPI pasūtītajā aptaujā respondenti pauda kopumā optimistisku noskaņu par personīgo dzīves kvalitāti pēc Covid-19 krīzes (64 % iedzīvotāju uzskata, ka dzīve paliks tāda pati), taču vienlaikus ir kritiski noskaņoti par dzīvi ES un Latvijā nākamā gada laikā (pat 68 % un 67 % iedzīvotāju uzskata, ka dzīve kļūs sliktāka) (LU SPPI, 2020). Tātad makrolīmenī cilvēku pārliecība ir kritiska, bet mikrolīmenī – piesardzīgi neitrāla.

Taču tālāk, ņemot vērā Covid-19 pandēmijas mērogu, proti, globāls risks visiem, kuru priekšā esam demokrātiski vienlīdzīgi (pārfrāzējot Ulrihu Beku), varam neakceptēt nulles hipotēzi par to, ka ietekmes izjušanas mainīgie ir savā starpā nesaistīti, bet tā vietā varam izvirzīt hipotēzi, ka pastāv statistiski nozīmīga saistība cilvēku uztverē par Covid-19 ietekmes izjušanu savā dzīvē, dzīvē Latvijā un dzīvē Eiropas Savienībā (personīgi, sabiedriski, starptautiski).¹ Proti, cilvēki vai nu vienlīdz pozitīvi, neitrāli, vai negatīvi izjūt Covid-19 ietekmi uz viņu pašu dzīvi, uz dzīvi Latvijā, uz dzīvi Eiropas Savienībā.

Hipotēze apstiprinās, kas nozīmē, ka cilvēki vai nu vienlīdz pozitīvi, neitrāli, vai negatīvi izjūt Covid-19 ietekmi uz viņu pašu dzīvi, uz dzīvi Latvijā, uz dzīvi Eiropas Savienībā, lai arī vairākums savu personīgo dzīvi vērtē neitrāli, bet dzīvi Latvijā un ES – negatīvi.

Izveidojot kopēju Covid-19 ietekmes pārliecības indeksu, redzam, ka lielākā daļa iedzīvotāju (68 %) ir noskaņoti negatīvi – 18 % visos trīs aspektos vērtē ietekmi kā sliktāku dzīvi – sev

¹ Lai pārbaudītu cilvēku uztveri par Covid-19 ietekmes izjušanu savā dzīvē, dzīvē Latvijā un dzīvē Eiropas Savienībā (personīgi, sabiedriski, starptautiski), trīs jautājumu mainīgie tika pārkodēti ar binārām vērtībām – atbilžu varianti “paliks tāda pati” vērtība ir “0”, “kļūs sliktāka” – vērtība “–1”, bet “paliks labāka” – “1”. Statistiski nozīmīgu atšķirību pārbaudē izmantota Spīrmena rangu korelācija, jo mainīgo skala nav nepārtraukta skala, bet rangu skala – pozitīvas vai negatīvas vērtības.

9. tabula. LU SPPI pasūtītā sabiedriskās domas pētījuma rezultāti par epidēmijas (jeb plaša mēroga slimības) gadījumā informācijas, raugoties no ģimenes ienākumiem uz vienu mājsaimniecības locekli (2019. gada augusts–oktobris)

Informācijas avoti	Bāze: visi respondenti, N = 1423	Līdz 250 EUR	EUR 251–400 EUR	EUR 401–600 EUR	EUR 601 un vairāk
Radio	66 %	57 %	63 %	70 %	71 %
TV	58 %	55 %	61 %	57 %	56 %
Interneta ziņu portāli	37 %	25 %	30 %	39 %	45 %
Telefona zvans vai SMS	35 %	27 %	35 %	38 %	39 %
Sociālie mediji (piemēram, Facebook, Twitter, Draugiem u. c.)	23 %	13 %	18 %	22 %	34 %
Sirēna	23 %	27 %	23 %	19 %	27 %
Preses izdevumi <i>online</i> veidā	14 %	9 %	10 %	15 %	15 %
Ģimenes locekļi, draugi	12 %	7 %	12 %	12 %	15 %
Drukāti preses izdevumi	12 %	9 %	11 %	12 %	12 %

10. tabula. LU SPPI pasūtītā sabiedriskās domas pētījuma rezultāti par lietotāju uzmanību mediju satura ticamībai (2019. gada augusts–oktobris)

Jautājums: “Tagad, lietojot medijus, pievēršu uzmanību medija satura ticamībai, nekā to darīju pirms 10 gadiem”	Kopā, N = 1044	Ja ir mazāk privilēģiju, N = 284	Ja ir vairāk privilēģiju, N = 678
Vairāk	67 %	56 %	72 %
Tikpat lielā mērā	24 %	31 %	20 %
Mazāk	10 %	13 %	8 %

personīgi, Latvijas iedzīvotājiem un ES iedzīvotājiem, 38 % – divos aspektos, bet 12 % – vienā aspektā. Neitrāls indeksa rādītājs ir 16 %, bet labāku dzīvi kopumā vērtē tikai 16 %.

MEDIJU INFORMATĪVĀS FUNKCIJAS KRĪŽU SITUĀCIJĀS

levadā pieteiktajā dzīvošanā globālā riska sabiedrībā šeit rodas jautājums par to, uz ko paļauties un kādiem medijiem ticēt? Tradicionāliem – TV, radio, drukāta vai elektroniska prese, interneta ziņu portāli, sociālie mediji, tam, ko raksta sociālajos medijos, vai plašākiem medijiem – telefonam, sirēnai, citiem cilvēkiem.

Konceptuāli paplašinātie mediji nozīmē ne tikai masu medijus, bet arī citus aģentus, ar kuru palīdzību tiek iegūta informācija.

Latvijas mediju ekoloģijas aptaujā bija runa par šādiem medijiem: radio, televīziju, drukātajiem preses izdevumiem, preses izdevumiem tiešsaistē, interneta ziņu portāliem, sociālajiem medijiem (piemēram, "Facebook", "Twitter", "Draugiem" u. c.), telefona zvani vai SMS, sirēnu, ģimenes locekļiem, draugiem (LU SPPI, 2019). Aptaujas rezultāti liecina, ka iedzīvotāji izvēlas līdzīgus kanālus dažādos krīzes gadījumos jeb atzīmē vienus un tos pašus kanālus neatkarīgi no krīzes gadījuma, bet ar dažiem izņēmumiem, attiecīgi:

- sirēna militārā konflikta gadījumā un sirēna atomkatastrofas gadījumā;
- telefona zvans/SMS militārā konflikta gadījumā un telefona zvans/SMS atomkatastrofas gadījumā;
- interneta ziņu portāli kiberuzbrukuma gadījumā;
- sociālie mediji (piemēram, "Facebook", "Twitter", "Draugiem" u. c.) kiberuzbrukuma gadījumā.

Tālākajā analizē, lai empīriski analizētu mediju informatīvās funkcijas krīzes situācijā, šajā nodaļā raksturoti informācijas iegūšanas veidi dažādās krīzēs, fokusējoties galvenokārt uz Covid-19 pandēmiju.

Īpaši tiks analizēts **epidēmijas kā riska jeb pandēmijas Covid-19 gadījumā informatīvie avoti**. Atšķirībā no dažiem citiem krīžu veidiem epidēmijas situācijā iedzīvotāji izvēlētos līdzīgus kanālus dažādos krīzes gadījumos jeb vienus un tos pašus kanālus. 6. tabulā redzami biežumsadalījumi, cik cilvēku izvēlētos noteiktu mediju kā informācijas avotu par epidēmiju. Papildinot kopējos biežumsadalījumus visiem respondentiem, ir divas dažādas situācijas:

1. No vienas puses, pat 27 % jeb 381 respondents izvēlētos tikai vienu kanālu informācijas iegūšanai par epidēmiju. Šajā gadījumā būtiski ir saprast, vai un kādos sociāli demogrāfiskos segmentos ir cilvēki, kuri uzticēsies šim vienam attiecīgajam medijam. Sauksim šo grupu par **vienkanāla epidēmijas** respondentiem. Vienkanāla epidēmijas respondenti labi atbilst klāsteru meklējumiem, kur vienā klāsterī ietilpst radio un TV, atsevišķā klāsterī – telefona zvans vai SMS (vienkanāla epidēmijas gadījumā pat – 18 % gadījumos, kas ir tuvu TV un radio), un tad atsevišķā klāsterī visi citi mediju veidi, visciešāk esot saistītai preses izdevumiem (dažādos veidos) un ģimenes locekļiem.
2. No otras puses, atsevišķi izdalīta decile, kurā esošie respondenti izvēlētos no 6 līdz pat visiem 9 informācijas avotiem par epidēmiju. Nosauksim respondentus, kuri vēlētos saņemt informāciju vairāk nekā 6 veidos par epidēmiju kā **daudzkanālu epidēmijas** respondentiem. Kopumā tie ir tikai 122 respondenti jeb 9 %, bet šajā decilē esošie iedzīvotāji potenciāli atšķiras no citiem, jo līdzās TV un radio, viņi gandrīz visos gadījumos izmantotu arī interneta ziņu portālus, sociālos medijus un presi tiešsaistē, kā arī ģimeni.

Vērtējot, vai kādās sociāli demogrāfiskajās grupās atšķiras **vienkanāla epidēmijas** respondenti un vai atšķiras **daudzkanālu epidēmijas** respondenti, var teikt, ka **vienkanāla epidēmijas** respondentu gadījumos biežāk ir vecāka gadagājuma iedzīvotāji (it sevišķi 75+ vecuma grupā), cilvēki ar zemāku izglītību, nestrādājošie un iedzīvotāji ar zemākiem ienākumiem, interesanti, ka arī cittautieši.

Līdzīgi arī **daudzkanālu epidēmijas** respondentu gadījumā ir statistiski nozīmīgas atšķirības vecuma grupās un izglītības līmeņos, ienākumu līmeņos. Jaunāko paaudžu pārstāvju (it sevišķi vecumā līdz 54 gadiem), cilvēku ar augstāku izglītību un augstākiem ienākumiem vidū biežāk ir arī daudzkanālu epidēmijas respondenti.

Tāpēc 7. tabulā attēloti informācijas avoti epidēmijas gadījumā vecuma grupās, 8. tabulā – izglītības līmeņu grupās, bet 9. tabulā – ģimenes ienākumu grupās.

Atbilžu sadalījumi 7., 8. un 9. tabulā rosina uzdot divus retoriskus jautājumus, uz kuriem sarežģīti atbildēt:

1. Vai pietiks ar radio un TV, ko biežāk un viennozīmīgāk izvēlētos vecākās paaudzes iedzīvotāji un iedzīvotāji ar zemāku izglītību un zemākiem ienākumiem?
2. Ko labu dos pieci “intensīvi” izmantoti kanāli – radio, TV, sirēna, telefona zvans vai SMS, interneta ziņu portāli, sociālie mediji, ko salīdzinoši biežāk izmantotu jaunāko paaudžu iedzīvotāji, iedzīvotāji ar augstāku izglītību un ienākumiem?

Pastāv saistība starp dažādu vēlamu kanālu skaitu (no viena līdz daudziem) un sociāli demogrāfiskajām grupām – vecuma grupas; augstākais izglītības līmenis; nodarbošanās: strādā/nestrādā; ģimenes stāvoklis; ģimenes ienākumi uz vienu mājsaimniecības locekli. Šo saistību var izskaidrot ar dažādām privileģētības situācijām (nevis grupas, bet pazīmju kopums – augsti ienākumi, augsta izglītība utt. un pretēji). Var secināt, ka interneta ziņu portāli un sociālie mediji ir tie mediji, kurus epidēmijas gadījumā izmantotu atšķirīgi lieli īpatsvari dažāda vecuma, izglītības un ienākumu grupās, bet kopumā tos izmantotu tikai attiecīgi 37 % un 23 % aptaujātie Latvijas iedzīvotāji.

Papildus informācijas saņemšanai noteiktā kanālā epidēmijas situācijā nozīmīgi būtu pārbaudīt, vai informācijas saņemšana ir saistīta ar jautājumu par satura ticamības uzmanības pievēršanu (jautājums: “Tagad, lietojot medijus, pievēršu uzmanību medija satura ticamībai, nekā to darīju pirms 10 gadiem”). Šādas saistības nepieciešamību var pamatot ar to, ka informācijas iegūšanas veids pats par sevi pasaka mazāk nekā informācijas ticamības izvērtēšana tajā.

Empīriskie rezultāti (sk. 10. tabulu) liecina, ka privileģētajās situācijās esošie izteikti biežāk vairāk pievērš uzmanību mediju satura ticamībai (72 %), bet krīzes gadījumos bieži izmantotu pat līdz pieciem dažādiem kanāliem. Savukārt respondenti, kuri ir mazāk privileģētajās situācijās salīdzinoši bieži (44 %), pievērš tikpat lielu vai mazāku vērību mediju satura ticamībai, bet izmantotu mazāk kanālu, galvenokārt TV vai radio.

Rezultātu analīze rosina izvīzīt pētnieciskos jautājumus nākamajiem pētījumiem, formulējot tos retoriski šajā nodaļā. Vai privileģētajās situācijās esošajiem pietiks laika izvērtēt

informāciju un tās ticamību? Vai mazāk privileģētajās situācijās noticešana dažiem avotiem attaisnosies, saņemot informāciju krīzes situācijā?

Papildus sociālo mediju neskaidrajai ietekmei tiks analizēts, vai pastāv statistiski nozīmīgas atšķirības starp informācijas saņemšanu par epidēmiju no sociālajiem medijiem ar uzticēšanos tam, ko raksta citi cilvēki sociālajos medijos. Neviēnā no uzticēšanās jautājumiem (jautājuma formulējums: "Cik lielā mērā uzticaties tam, ko sociālajos medijos raksta jūsu ģimene; jūsu draugi; jūsu paziņas; sabiedrībā pazīstamas personas; ziņu portāli?") nav statistiski nozīmīgas atšķirības ar to, vai vēlētos iegūt informāciju par epidēmiju arī no sociālajiem medijiem. Tātad varam secināt, ka sociālo mediju kā pandēmijas informācijas avota izmantošanas vēlme nav saistīta ar uzticēšanos par to, ko sociālajos medijos raksta cilvēkiem nozīmīgie citi (*significant others*), runājot simboliskā interakcionisma teorijas garā.

Visbeidzot, analizējot informācijas iegūšanas par epidēmiju noteiktos medijos, pastāv statistiski nozīmīga saistība ar ieradumu jautājumu (jautājuma formulējums: "No kā Jūs iegūstat informāciju par aktuālajiem notikumiem Latvijā un pasaulē?"). Šeit pastāv statistiski nozīmīgas atšķirības starp visiem medijiem (izņemot ģimeni un draugus), no kuriem iegūst informāciju par notikumiem, un to, ka attiecīgajā medijā vēlētos saņemt informāciju par epidēmiju kā vienu no krīzes veidiem. Tas nozīmē, ka aktuālie informācijas avoti par jebkādam tēmām jeb ikdienas ieradumi ietver arī šos pašus informācijas avotus krīzes situācijās.

SECINĀJUMI

Iedzīvotāji, kuri kopumā neuzticas medijiem (TV, radio, interneta ziņu portāli), ir gatavāki izmantot daudzveidīgus informācijas avotus epidēmijas gadījumā un nedaudz biežāk nekā tie, kuri uzticas medijiem, izmantotu paplašinātos medijus – telefona zvanus, sirēnu, arī ģimenes locekļu vai draugu informāciju par draudošo vai esošo krīzi. Taču kopumā uzticēšanās tradicionāliem medijiem nenozīmē, ka tie tiks biežāk izmantoti krīzes situācijās. Sociālo mediju kā pandēmijas informācijas avota izmantošanas vēlme nav saistīta ar uzticēšanos par to, ko sociālajos medijos raksta cilvēkiem nozīmīgie citi.

Toties informācijas iegūšanas par aktuāliem notikumiem noteiktos medijos jautājumā informācijas iegūšanu par krīzēm (epidēmijas krīzes piemēra gadījumā) raksturo **ieradumi, nevis uzticēšanās** noteiktai informācijai masu medijos. Citiem vārdiem sakot, aktuālie informācijas avoti par jebkādam tēmām jeb ikdienas ieradumi ietver arī šos pašus informācijas avotus krīzes situācijās.

Noteiktas grupas (jaunākās paaudzes iedzīvotāji, iedzīvotāji ar augstu izglītību, iedzīvotāji ar augstiem ienākumiem) informāciju par epidēmiju vēlētos iegūt daudzveidīgos kanālos, turpretī citas grupas (vecākās paaudzes iedzīvotāji, iedzīvotāji ar zemāku izglītību, iedzīvotāji ar zemākiem ienākumiem) izmanto mazāk daudzveidīgus informācijas avotus epidēmijas krīzes gadījumā, izteiktāk paļaujoties, piemēram, uz radio.

Noteiktas grupas (jaunākās paaudzes iedzīvotāji, iedzīvotāji ar augstu izglītību, iedzīvotāji ar augstiem ienākumiem) informāciju par epidēmiju vēlētos biežāk iegūt noteiktā kanālā, visizteiktāk sociālajos medijos, tomēr informācijas iegūšanas vēlme sociālajos medijos nekorelē ar uzticēšanos dažādu cilvēku radītajam saturam sociālajos medijos.

Papildus informācijas saņemšanai noteiktā kanālā epidēmijas situācijā nozīmīgi būtu pārbaudīt, vai informācijas saņemšana ir saistīta ar jautājumu par uzmanības pievēršanu satura ticamībai. Šādas saistības nepieciešamību var pamatot ar to, ka informācijas iegūšanas veids pats par sevi pasaka mazāk nekā informācijas ticamības izvērtēšana tajā.

Empīriskie rezultāti liecina, ka privileģētajās situācijās esošie izteikti biežāk vairāk pievērš uzmanību mediju satura ticamībai, bet krīzes gadījumos bieži izmantotu pat līdz pieciem dažādiem kanāliem. Savukārt, respondenti, kuri ir mazāk privileģētajās situācijās, pievērš mazāku uzmanību mediju satura ticamībai, bet izmantotu mazāk kanālu, galvenokārt TV vai radio.

LITERATŪRA

Beck, U. (2009). *World at Risk*. Cambridge: Polity Press.

Berger, P., Luckmann, T. (1991). *The Social Construction of Reality. A Treatise in the Sociology of Knowledge*. London: Penguin Books.

Cabelkova, I., Hejllova, D., Strielkowski, W. (2015). What Factors Predetermine Trust in Mass Media and State Institutions? Evidence from the Czech Republic. *The Social Sciences*, 10, 13–19. DOI: 10.36478/sscience.2015.13.19

Eurobarometer 91.5 (2019). *Standard Eurobarometer, European Parliament Post-election survey 2019, and EU citizens and development cooperation*.

European Commission and European Parliament (2017). *Eurobarometer 86.1*. TNS opinion, Brussels [producer]. GESIS Data Archive, Cologne. ZA6697 Data file Version 1.1.0.

Latour, B. (2005). *Reassembling the Social: An Introduction to Actor-Network-Theory*. Oxford: Oxford University Press.

Law, J. (2004). *After Method: Mess in Social Science Research*. London; New York: Routledge Taylor & Francis Group.

Law, J., Hassard, J. (eds). (1999). *Actor Network Theory and After*. Oxford; Malden: Blackwell Publishers / The Sociological Review.

LU SPPI (2019). Projekts "Latvijas mediju ekoloģija: Ceturtās industriālās revolūcijas izraisīto pārmaiņu analīze". Kvantitatīvās aptaujas instrumentārijs un datufails. Kvantitatīvās aptaujas laukadarba veicējs SIA "Latvijas Fakti".

LU SPPI (2020). Tautas attīstība. 2019–2020. Kvantitatīvās aptaujas instrumentārijs un datufails. Kvantitatīvās aptaujas laukadarba veicējs SIA SKDS.

Smith, P., Howe, N. (2015). *Climate Change as Social Drama: Global Warming in the Public Sphere*. Cambridge: Cambridge University Press.

Tsfati, Y. (2010). Online News Exposure and Trust in the Mainstream Media: Exploring Possible Associations. *American Behavioral Scientist*, 54(1), 22–42. DOI: 10.1177/0002764210376309

Tsfati, Y., Arieli, G. (2014). Individual and Contextual Correlates of Trust in Media Across 44 Countries. *Communication Research*, 41(6), 760–782. DOI: 10.1177/0093650213485972

Watts, J. (2020). Bruno Latour: "This is a global catastrophe that has come from within." *The Guardian*. June 6th. Retrieved from: <https://www.theguardian.com/world/2020/jun/06/bruno-latour-coronavirus-gaia-hypothesis-climate-crisis>

Chrome Plik Edycja Widok Historia Zapisz Odro Drobny Pomoc

Power Media S.A. (PL) https://www.ifi.pl/...

IFI | **Wyciąg 2014** | **Wyciąg faktury** | **Wyciąg**

Wyciąg | **Skrajny wyciąg**

KONTY PROWADZONA DEKALNOROCI Czynny do 1000

Nazwa wyciągu: Czynny do 1000
 Data wywołania: 03-11-2014

Podaj dokument: Faktura VAT
 Data wyciągu: 03-11-2014

Numer dokumentu: 1/1/10014
 Termin płatności: 03-11-2014

Sprzedawca: KompPac
 Jona 8
 69-120 Lubat,
 NIP: 712 001 08 20
 Data przedmiotowa PIT: 03-12-2014
 Data przedmiotowa VAT: 02-04-2015

Sprzedaż opodatkowana stawką VAT

Stawka VAT	Netto	VAT	Brutto
23%	800,00	184,00	984,00
0%	0,00	0,00	0,00
0%	0,00	0,00	0,00
0%	0,00	0,00	0,00
0%	0,00	0,00	0,00
0%	0,00	0,00	0,00
0%	0,00	0,00	0,00
0%	0,00	0,00	0,00
Razem	800,00	184,00	984,00

Parametry projektu

Faktury korygujące

Delic jpb a dokumenty podlegające i wyciąg

MacBook Air



MEDIJU EKONOMIKA UN PIELĀGOŠANĀS KRĪZES APSTĀKĻIEM

Klinta Ločmele, Laura Uzule, Raivis Vilūns

Koronavīrusa izraisītās Covid-19 infekcijas pandēmijas izplatība ir skārusi ne tikai viesmīlības, ēdināšanas, kultūras un citu pasākumu organizēšanas uzņēmumus, bet arī medijiem pandēmijas laiks nav bijis labvēlīgs to darbībai. Gandrīz visi šās nodaļas tapšanas gaitā aptaujātie Latvijas mediju pārstāvji (96 %) atzina, ka Covid-19 pandēmija un valstī noteiktie ierobežojumi ir ietekmējuši viņu pārstāvēto mediju. Pirmo reizi Latvijas vēsturē arī valdība piešķīra īpašu atbalstu Covid-19 krīzes radīto negatīvo seku mazināšanai mediju nozarei. Covid-19 izraisītā ekonomiskā krīze pienāca strauji un neprognozēti, liekot medijiem ātri reaģēt, gan pielāgojot redakcijas darbu un žurnālistikas praksi jaunajiem apstākļiem, gan risināt daudz smagākus jautājumus, kas saistīti ar medija pastāvēšanu un spēju izmaksāt atlīdzību žurnālistiem un citiem redakcijas darbiniekiem.

Jau 2016. gadā mediju politikas plānošanas dokumentos tika uzskaitīta virkne ar problēmām mediju vidē (Ministru kabinets 2016). Piemēram, Latvijas mediju tirgus ierobežotais apmērs un resursi, apdraudētā Latvijas drukāto mediju ilgtspēja un tādējādi – mediju vides daudzveidība, drauds izzust drukātajiem medijiem, tostarp reģionālajiem medijiem, un citas. Intervētie mediju pārstāvji atzīst, ka daļa nozares uzņēmumu vēl nebija īsti atguvušies pēc satricinājuma 2008. gada ekonomiskās krīzes dēļ, kad Latvijas mediju reklāmas tirgus apjoms 2009. gadā (salīdzinot ar 2008. gadu) kritās par 46 % (Latvijas Reklāmas asociācija 2010). Analizējot mediju auditoriju recesijas periodā, pētnieces Anda Rožukalne un Ilva Skulte rakstīja, ka reklāmas tirgus krituma dēļ "tika slēgti vairāki mediji vai to produkti, samazinājās žurnālistikas profesionāļu darba tirgus. Turpināja samazināties kopējā plašsaziņas līdzekļu

auditorija, kam nācās pārskatīt mediju patēriņam paredzētos finanšu līdzekļus, vairāki simti tūkstoši iedzīvotāju emigrēja no valsts.” (Rožukalne, Skulte 2016, 175) Gan mediju lietotāju paradumu maiņas dēļ, gan konkurence ar globālo mediju satura piedāvājumu un citi iemesli jau līdz šim bija veidojuši sarežģītus pastāvēšanas apstākļus lielai daļai no Latvijas medijiem. Tāpēc Covid-19 raisītā krīze atbalsojās mediju komunicētajā satraukumā par iespējām turpināt viņu darbu un medija satura veidošanu, par ko liecina gan pašu mediju publikācijas ar tādiem nosaukumiem kā “Krīzes iespaidā daudzi Latvijas mediji ir kraha priekšā”, Latvijas Žurnālistu asociācijas veidotā kampaņa “Klusums inficē”, gan to atzīst daļa mediju pārstāvju aptaujā un intervijās šī pētījuma ietvaros (Latvijas Žurnālistu asociācija, SSE Riga Mediju studiju centrs 2020; Pučeka, Eipurs 2020).

Norādot, kādā veidā krīzes situācija ir ietekmējusi darbu, visi mediju pārstāvji atzīmējuši divus faktorus – samazinājiem reklāmas apjoms (29,2 %) un medija ienākumi (28,1 %). Vēl tiek norādīts, ka samazinājiem štata (9 %) darbinieku (galvenokārt drukātie mediji) un ārštata (6,7 %) darbinieku skaits, kā arī pasliktinājusies medija satura kvalitāte (6,7 %) – šādi atbildējuši drukātās preses pārstāvji. Zīmīgi, ka daļa mediju krīzes laikā bijuši arī ieguvēji – 7,9 % atbildējušo (visi elektronisko mediju pārstāvji) atzīst, ka medija auditorija ir palielinājusies (Gemius Latvia 2020).

Lai noskaidrotu, kā Covid-19 pandēmija, vīrusa izplatības mazināšanai noteiktie ierobežojumi ietekmējuši Latvijas medijus, to ekonomisko situāciju, projektā “Latvijas mediju ekoloģija” tika izveidota aptaujas anketa un izplatīta 25 nacionālajiem un 73 reģionālajiem medijiem, kuri darbojas dažādās platformās, – laikrakstiem, žurnāliem, radio, televīzijām un interneta portāliem. No kopskaitā 98 izsūtītajām anketu saitēm aizpildītā veidā tika saņemtas vien 26 anketas (17 reģionālie mediji un deviņi nacionālie mediji, no kuriem 14 drukāto laikrakstu, viena drukātā žurnāla, divu radio, trīs televīziju, divu interneta mediju un četru dažādu citu mediju pārstāvji). Tā kā atbildējušo skaits ir tik mazs, anketēšanas laikā iegūtie rezultāti vairāk kalpo par ilustratīvu materiālu kopējām tendencēm mediju vidē. Tās noskaidrotas arī ar daļēji strukturēto interviju palīdzību, intervējot mediju redaktorus. Raksta nobeigumā uzmanība pievērsta mediju politikai un Mediju atbalsta fonda sniegtajam finansiālajam atbalstam medijiem kā galvenajam mediju politikas instrumentam mediju ilgtspējas (un tādējādi – arī daudzveidības) saglabāšanai Covid-19 krīzes situācijā.

PANDĒMIJAS SEKAS NACIONĀLĀ MĒROGA MEDIJOS

Covid-19 pandēmija Latvijas nacionālā mēroga medijus sāka ietekmēt jau 2020. gada martā, kad valstī tika izsludināta ārkārtējā situācija un ieviesti ierobežojumi. Uz briestošo krīzi asi reaģēja reklāmdevēji, kas 12. martā pārtrauca dažādas iepriekš sāktās sadarbības, apturēja jaunu publicitātes un sadarbības projektu veidošanu, kā arī pārstāja iegādāties reklāmas laukumus (Feldmanis 2020). Lai gan jaunā koronavīrusa pandēmijas izraisītās sekas Latvijas mediju telpai pilnībā varēs novērot tikai vēlāk, jau ārkārtējās situācijas laikā

iezīmējās vairākas tendences, ko ir iespējams iedalīt divās lielās, savstarpēji cieši saistītās grupās – ietekme uz finansēm un ietekme uz saturu. Jāmin, ka ārkārtējā situācija un tai sekojošais laiks ar ierobežojumiem pārvietoties un satikties aktīvi piespieda digitāli prasmiņos iedzīvotājus plaši paļauties uz moderno tehnoloģiju sniegtajām informācijas ieguves, izglītošanas un izklaides iespējām. Tas skāra ar medijus – digitāli prasmīgākās redakcijas pieredzēja auditorijas pieaugumu.

Finanšu plūsmas pārrāvums pavasarī kļuva par komercmediju galveno problēmu. To apstiprina arī Latvijas mediju ekoloģijas pētījumā veiktā aptauja un intervijas ar “Latvijas Avīzes” galveno redaktori Lindu Rasu, ziņu portāla “Delfi.lv” galveno redaktoru Ingu Bērziņu un sabiedrisko mediju ziņu portāla “LSM.lv” galveno redaktori Martu Ceravu.

2020. gada pavasarī nacionālā mēroga ziņu medijos, izņemot sabiedriskos medijus, tika samazināts darbinieku atalgojums. Piemēram, ziņu portālā “Delfi.lv” atalgojumu samazināja par 0–30 %. “Latvijas Avīzē” honorārus vidēji samazināja par 10 %, algas par 10–20 %, bet minimālo algu saņēmēji nepieredzēja pārmaiņas. Kopumā medijos visbiežāk tika samazināti honorāri, kas ir ierasta daļa no Latvijas žurnālistu pamatienākumiem (Šulmane, Uzule 2018, 107). “Latvijas Avīzē” vairāki darbinieki arī pametuši darbu. “Diezgan smagi bija,” intervijā augustā situāciju raksturoja Linda Rasa, norādot, ka jūlijā atalgojums joprojām bija samazināts. Līdzīga situācija bija citos drukātajos izdevumos. Savukārt Latvijas visvairāk apmeklētajā ziņu portālā “Delfi.lv” algas iepriekšējā apjomā tika atjaunotas augustā.

Cietuši arī ārštata žurnālisti – aptaujāto nacionālo mediju redaktori atzina, ka krīzes laikā ar tiem ir pārtraukuši sadarbību vai tāpat kā saviem darbiniekiem ir samazinājuši autoratlīdzību lielumu. Aptaujas dati liecina, ka 56 % gadījumos samazināts ārštata autoru honorārs, bet vienā gadījumā medijs pilnībā atteicās no ārštata autoru pakalpojumiem. Viens redaktors gan uzskata, ka pandēmijas sekas ilgtermiņā liks redakcijām naudas taupīšanas nolūkos vairāk paļauties uz ārštata autoriem, kuriem nav jāmaksā pamatalga.

Tomēr kopumā ārkārtējā situācija neieviesa masveida nodarbinātības krīzi medijos – žurnālisti darbu nepameta, un mediju redakcijas netika slēgtas. To apliecina arī jau minētā Latvijas Mediju ekoloģijas pētījumā veiktā mediju darbinieku aptauja. Ir daži mediji, kuros darbinieku skaits ir sarucis, bet vienā tas pat pieaudzis. Arī Valsts ieņēmumu dienesta (VID) dati par laika periodu no 2020. gada marta līdz 2020. gada augustam liecina, ka nav ievērojami samazinājies darba ņēmēju skaits, kura profesija atbilst klasifikācijai žurnālists (ietilpst arī redaktori, reportieri u. tml.). Martā tie bija 1160 cilvēki, jūnijā – 1145, augustā – 1129. Savukārt ilgtermiņā VID dati liecina, ka laika posmā no 2019. gada maija līdz 2020. gada maijam žurnālistu skaits samazinājies par 5,6 % (68 vietām). Skaita samazinājums daļēji varētu būt saistīts ar “Latvijas Neatkarīgās televīzijas” ziņu redakcijas slēgšanu (Bērtule, Petrova 2020) un to daļēju iekļaušanu “TV3” ziņu redakcijā. Un novērotais sarukums varētu būt saistīts ar kopējām nozares tendencēm un ilgtermiņa problēmām mediju telpā, nevis krīzes tiešajām īstermiņa sekām. Taču starp VID datu attēloto realitāti un LŽA situācijas mediju nozarē daudz skarbāku raksturojumu (sk. Mediju kampaņu “Klusums inficē”) redzamās pret-runas ir tikai šķietamas, jo VID dati rāda pagātni (cik bija reģistrēti žurnālisti un citi mediju

darbinieki kādā laika periodā, kas jau pagājis), savukārt LŽA kā nozares pārstāvju organizācija var prognozēt arī nākotni, tostarp, vai žurnālisti būs gatavi veikt to pašu darba apjomu par krīzes ietekmē samazinātu algu (piemēram, 30 % mazāku). Drukātajos medijos darbinieku skaits nav liels, slēdzot kādu no tiem, VID dati būtiski nemainīsies, taču medija slēgšana būs zaudējums Latvijas mediju ainavā. Rezumējot krīzes sekas īstermiņā atspoguļojas medijiem pieejamā finansējuma apjomā, savukārt ilgtermiņā tai var būt arī ietekme arī uz nodarbinātību mediju nozarē un mediju vides daudzveidību tās dažādos aspektos – satura, auditorijas, valodas, teritoriālajā u. c.

Vienīgie, kas tiešā veidā necieta un potenciāli pat ieguva, jo saņēma valsts atbalstu, bija sabiedriskie mediji – “Latvijas Radio”, “Latvijas Televīzija” un “LSM.lv”. Tie varēja paplašināt savu darbību, tādējādi, iespējams, sasniedzot plašāku auditoriju un sekmīgāk pildot savus uzdevumus. “Ieviesām ikdienas “Covid-19” apskatus, kas apkopoja aktuālāko par šo tēmu,” piemēru min “LSM.lv” ziņu portāla galvenā redaktore M. Cerava.

Pandēmija ietekmēja arī medijos publicēto saturu – mediji izveidoja jaunas sadaļas, bija spiesti mainīt ikdienas informācijas ievākšanas rutīnas, un redakcijām bija jāpārplāno darbi. Savukārt ilgtermiņā ietekme uz finansēm, visticamāk, varētu radīt sekas uz mediju saturu.

Vadošie Latvijas interneta ziņu portāli martā izveidoja atsevišķas šim notikumam veltītas sadaļas, kas tika izceltas portālu pirmajā lapā. Visbiežāk šīs sadaļas bija izvietotas zem centrālā, jaunāko un svarīgāko ziņu bloka. Šī mediju rīcība arī atbilda auditorijas gaidām, jo, kā liecināja “Gemius” dati, martā strauji pieauga populārāko interneta vietņu, tajā skaitā arī ziņu mediju portālu, apmeklējums (Gemius Latvia 2020). Piemēram, sabiedrisko mediju ziņu portāls “LSM.lv” piedzīvoja auditorijas kāpumu par 22 %, savukārt laikraksta “Diena” interneta vietne “diena.lv” – pat par 31 % (Tetarenko 2020, 22).

Šo pieaugumu mediju vadītāji novērtēja pozitīvi, cerot to saglabāt ilgtermiņā. “Kvalitatīvā satura medijiem jāmēģina noturēt uzticība, ko šajā laikā saņēma no cilvēkiem,” sacīja LSM.lv redaktore M. Cerava. Vēl augustā visos medijos šīs sadaļas bija aktīvas un ikdienā papildinātas ar vismaz 3–4 ziņām. Savukārt “LTV” ziņu raidījums “Panorāma”, kas ierasti sākās plkst. 20.30, mainīja raidlaiku uz plkst. 20.00 un pagarināja savu raidlaiku. Ārkārtējās situācijas sākumā raidlaiks bija stunda, bet vēlāk tas tika samazināts uz 45 minūtēm. Tas arī saasināja konkurenci starp “LTV” un “TV3”, kuru ziņu raidījuma sākums arī ir plkst. 20.00. Arī citos elektroniskajos masu medijos parādījās pandēmijai veltīts saturs vai rubrikas.

Aptaujāto mediju redaktori norāda, ka papildus intensīvajam darbam ārkārtas situācijas laikā žurnālistiem bija arī jāapgūst jauni informācijas ievākšanas veidi, piemēram, intervējot “Zoom”, “FaceTime”, “Skype” vai citās tiešsaistes platformās. Lai gan jau pirms ārkārtas situācijas preses konferenču tiešraides un telefona intervijas nebija neierastas, ierobežojumu laikā tas bija vienīgais veids, kā strādāt. Redaktori uzskata, ka tiešsaistes ziņu portālu žurnālistiem bija vieglāk pielāgoties jaunajiem apstākļiem.

Papildu darba pienākumus medijiem sagādāja ar pandēmiju saistīto viltus ziņu atmaskošana un skaidrošana. Šī tendence nebija unikāla Latvijai un, kā liecina pētījumi, tika novērota arī citur pasaulē (Rodrigues, Xu 2020; Prieto-Ramos, Pei, Cheng 2020). Lielākajā daļā ziņu portālu

parādījās materiāli, kas tieši vai netieši skaidroja dažādas sazvērestības teorijas un mītus saistībā ar Covid-19 uzliesmojumu. “Delfi.lv” ārkārtējās situācijas laikā, uzņemoties digitālās Latvijas ziņu telpas līdera lomu, ar pandēmiju saistīto saturu lasītājiem piedāvāja par brīvu.

Pandēmijas dēļ tika atcelti dažādi kultūras un sporta pasākumi, kas savukārt arī medijiem lika mainīt redakcionālos plānus. Kā piemēru I. Bērziņš min Olimpiskās spēles, kuru atspoguļošana bija plānota jau sen. Ziņu mediji ārkārtējās situācijas laikā sāka projektus, kuru veikšanai bija saņemts atbalsts no Mediju atbalsta fonda. Daļēji projektu sākums sakrita ar reklāmas ieņēmumu kritumu un attiecīgi deva iespēju tiem žurnālistiem, kas iesaistīti šajos projektos, saglabāt ienākumus aptuveni iepriekšējā līmenī. Tiesa gan, kā atzīst redaktori, – projekti palielina darba apjomu.

Par spīti papildu darbam un jaunajiem informācijas vākšanas veidiem aptaujas dati liecina, ka kopumā vairākums mediju redaktoru savu un redakcijas darbu ārkārtējās situācijas laikā vērtē pozitīvi – visbiežāk sniegumu vērtē kā “labu” un “ļoti labu”. Te gan jāmin, ka tas ir pašvērtējums un būtu nepieciešami tālāki satura pētījumi, lai noskaidrotu tā atbilstību realitātei. Ārkārtējā situācija pierādīja, ka redakcijas var sekmīgi darboties arī attālināti, tāpēc pastāv iespēja, ka, ekonomiskajām problēmām paildzinoties, mediju izdevēji līdzekļu taupīšanas nolūkā varētu izvēlēties samazināt redakciju telpas, kas ļautu ietaupīt uz dažādiem komunālajiem maksājumiem, kā arī telpu uzkopšanu un higiēnas līdzekļiem.

Kāda interneta medija pārstāvis uzskata, ka brīdis pēc pandēmijas radītās krīzes varētu būt izdevīgs, jo būs iespējams apsteigt konkurentus un, iespējams, pieņemt darbā jaunus žurnālistus no citiem medijiem. Lielāks optimisms ir novērojams starp digitālo mediju pārstāvjiem. Tas, visticamāk, skaidrojams ar faktu, ka šo mediju interneta ziņu vietnes pieredzēja apmeklētāju skaita pieaugumu, tādējādi “iekrājot” pozitīvu statistiku, ko pēc krīzes iesniegt reklāmdevējiem, lai pamatotu iemeslu, kādēļ nepieciešams reklamēties tieši pie viņiem.

Atbildes uz aptaujas anketas atvērto jautājumu par pandēmijas sekām uz mediju vidi ilgtermiņā ļauj secināt, ka drukāto mediju pārstāvji, kas jau ilgstoši cieš zaudējumus (Krūtainē, Jemberga 2019), ir izteikti negatīvi noskaņoti. Redaktori paredz, ka krīzes sekas tikai pastiprinās jau iepriekš novēroto tendenci par Latvijas mediju vides sašaurināšanos. Prognozes izrādījās patiesas – 2020. gada rudenī pārstāja iznākt reģionālais izdevums “Kursas Laiks” (Irliepaja.lv 2020). Pastāv iespēja, ka, ierobežojumiem un līdz ar to ekonomikas lejupslīdei 2020. gada izskaņā un 2021. gada sākumā pastiprinoties, būtiskus efektus varētu izjust arī nacionālā mēroga mediji, sevišķi drukātie izdevumi, kuri jau iepriekš bija krietni mazāk iesaistīti salīdzinājumā ar digitālajiem medijiem.

Viens no iemesliem, kādēļ ārkārtējā situācija ietekmēja drukātos izdevumus smagāk nekā digitālos, visticamāk, ir skaidrojams arī ar auditorijas mediju patēriņa paradumiem. Protī, kā atklāja kvantitatīvā aptauja, kas tika veikta projekta “Latvijas mediju ekoloģija” uzdevumā 2019. gada otrajā pusē, digitālie ziņu mediji Latvijas iedzīvotāju vidē ir krietni populārāks informācijas avots nekā drukātie izdevumi un to interneta versijas. Aptaujā, kurā iegūtas 1492 respondentu atbildes, 21,2 % norādīja, ka informāciju par notikumiem Latvijā un pasaulē iegūst no interneta medijiem, kamēr tikai 10 % no drukātajiem izdevumiem un

5,9 % no preses izdevumiem tiešsaistē. Šī pati aptauja atklāja, ka uz informācijas iegūvi no drukātajiem medijiem biežāk paļaujas sabiedrības grupas ar mazākiem ienākumiem. 44,4 % cilvēku, kuru ienākumi mēnesī ir līdz 300 eiro, un 41,1 %, kuru ienākumi nepārsniedz 500 eiro, min, ka iegūst informāciju no drukātajiem izdevumiem, kamēr personas, kuru ienākumi pārsniedz 501 eiro mēnesī, tikai 28,1 % gadījumu paļaujas uz preses izdevumiem. Līdzīga tendence parādās, arī ja respondenti tiek sadalīti pēc ģimenes kopējiem ienākumiem – turīgākās ģimenes mazāk patērē drukāto presi. Savukārt interneta portālu patēriņš iezīmē pretēju tendenci – turīgākie, kuru ienākumi pārsniedz 501 eiro, 77,9 % gadījumu informācijas iegūvei izmanto interneta medijus, šie skaitļi pieaug līdz ar algojumu. Šī parādība ir daļēji skaidrojama ar mediju patērētāju vecuma radītājiem, proti, aptauja rāda, ka vecākie respondenti vairāk paļaujas uz drukātajiem izdevumiem un klasiskajiem elektroniskajiem medijiem, kamēr gados jaunākie biežāk izmanto digitālos medijus, tostarp savās viedierīcēs. Tādējādi pastāv iespēja, ka drukātie izdevumi cieta ekonomiski spēcīgāk nekā digitālie, jo to auditorija ir nabadzīgāka un, iespējams, izvēlējās nepagarināt abonementus vai arī neiegādājās izdevumus preses kioskos, saskārušies ar ekonomiskām grūtībām Covid-19 krīzes dēļ (piemēram, aplūkojot VID statistiku par uzņēmumu pieteikumiem dīkstāves pabalstam 2020. gada pavasarī, redzams, ka lielākā daļa darbinieku procentuāli pārstāv apkalpojošo sfēru, kurā atalgojums ir salīdzinoši zems) (Valsts ieņēmumu dienests 2020b).

Interneta mediji arī sāka ārkārtējās situācijas laikā izmantot jau iepriekšējas iestrādes un biežāk "Facebook" lapās un savās vietnēs straumēja valdības un citu atbildīgo iestāžu preses konferences, tādējādi palielinot savu vērtību auditorijai. Savukārt drukātie izdevumi, lai gan visiem ir savas interneta vietnes un sociālo mediju konti, nebija iesākuši šādu praksi pirms ārkārtējās situācijas un tādēļ to nedarīja arī pandēmijas laikā. Tādējādi, iespējams, tika zaudēta daļa potenciālās auditorijas intereses. Lai gan īstās sekas būs redzamas ilgtermiņā, ārkārtējā situācija mediju telpai ekoloģiskā ziņā varētu būt kā klimata pārmaiņas vai cita dabas katastrofa, kas pakāpeniski novājina un iznīdē sliktāk pielāgojušos (drukātos izdevumus) un ļauj uzplaukt jaunajai situācijai labāk piemērotajiem (digitālajiem izdevumiem).

Iespējams, Covid-19 būs radījis izmaiņas mediju vidē, kas citkārt būtu notikušas daudz pakāpeniskāk un lēnākā tempā. Drukātajiem medijiem, tostarp reģionālajiem medijiem, Latvijā ar pielāgošanos digitālajai videi jau iepriekšējās desmitgadēs ir veicies dažādi – 1) lai gan daļai ir izveidoti portāli tiešsaistē (kas pēc tam paliek par vienīgo darbības platformu kā, piemēram, "Nra.lv" vai "Rekurzeme.lv" pēc avīžu ("Neatkarīgā Rīga Avīze" un "Kursas Laiks") drukātās versijas slēgšanas, 2) daļa piedāvā iegādāties / abonēt drukātā medija digitālo versiju (kopiju drukātajam saturam), piemēram, žurnāls "Rīgas Laiks", izdevniecības "Santa" piedāvā e-izdevumus par lētāku cenu, 3) tiek īpaši veidots digitāls saturs, piemēram, žurnāla "Santa" digitālais izdevums "Santa+", kurā apkopotī labākie raksti no izdevniecības plašā žurnālu klāsta, 4) netiek darīts nekas vai ieguldītas minimālas pūles digitālā formāta izveidei (un tādējādi auditorijas pārorientēšanai), iztiekot vien, piemēram, ar medija lapu "Facebook", kur aicina iegādāties drukāto versiju. Jau pirms 10–15 gadiem mediju pētījumi citviet Eiropā uzrāda to pašu dilemmu un situācijas ar būšanu digitālajā vidē nedefinēšanu / neatrisināšanu

līdz galam. Piemēram, 2005. un 2009. gadā intervijās ar lokālo laikrakstu žurnālistiem un redaktoriem Norvēģija uzrāda tās pašas tendences – kāds medija pārstāvis vēlas, lai auditorija lasītu drukāto versiju un tālab tiešsaistē nublicē visu stāstu līdz beigām, cits norāda, ka drukātajā un tiešsaistes versijā saturs atšķiras (Skogerbo, Winsvold 2011, 221). Šobrīd jau lielā mērā var secināt, ka vismaz Latvijā veiksmīgāka stratēģija ir otrā – veidot otru platformu digitālā formātā. Satura publicēšana dažādās platformās ir ne vien iespēja iegūt papildu punktus Mediju atbalsta fonda konkursos, kur to paredz nolikums, bet arī izveidot digitālā medija auditoriju, kas var kalpot kā pēdējais bastions tad, ja ir jāslēdz medija drukātā versija.

Jāpiemin, ka pandēmijas laikā Latvijas nacionālo mediju telpā notika vairākas būtiskas pārmaiņas – SIA “Latvijas Mediji”, vislabāk zināmi kā “Latvijas Avīzes” izdevēji, pārdeva savu tiešsaistes ziņu portālu “la.lv” uzņēmuma A/S “TV LATVIJA”, kas labāk zināmi kā televīzijas kanāla “TV24” īpašnieki (Vēbere 2020). Savukārt Covid-19 pandēmijas laikā nacionālā mēroga laikraksta “Neatkarīgā Rīta Avīze” īpašnieki “Mediju nams” pārstāja izdot laikrakstu drukātā formātā. Jāmin gan, ka “Neatkarīgās Rīta Avīzes” paziņojums par atteikšanos no drukas formāta notika vēl pirms ārkārtējā stāvokļa izraisītās krīzes (LETA 2020a), tādēļ arī šis notikums nav tieši saistāms ar pandēmiju, bet gan ar ilgtermiņa tendencēm par mediju telpas sašaurināšanos. Savukārt nacionālā mēroga laikraksta “Diena” izdevēja “Dienas mediji” īpašnieks Edgars Kots iegādājās biznesa izdevumu “Dienas Bizness”. “Dienas Bizness” netika pievienots “Dienas medijiem” un saglabāja atsevišķa uzņēmuma statusu (LETA 2020b), vēlāk pēc ārkārtējās situācijas beigām E. Kots iegādājās SIA “Dienas žurnāli”, kas izdod Latvijā populāros žurnālus “Ilustrētā Zinātne”, “Ilustrētā Vēsture” un “Veselība”.

PANDĒMIJAS SEKAS REĢIONĀLĀ MĒROGA MEDIJOS

Lai noskaidrotu, kā koronavīrusa Covid-19 izplatības ierobežojumi ietekmējuši reģionālo laikrakstu darbu, tika īstenotas četras attālinātās intervijas ar reģionālo avīžu redaktoriem – Ivonnu Plaudī (“Neatkarīgās Tukuma Ziņas” – Kurzeme), Anitu Rozentāli (“Bauskas Dzīve” – Zemgale), Līgu Vīksnu (“Alūksnes un Malienas Ziņas” – Vidzeme) un Māru Nizinsku (“Rēzeknes Vēstis” – Latgale). Arī interviju laikā gūtās atbildes apstiprina anketēšanas rezultātu tendences, proti, visas redaktore norādīja, ka reģionālie laikraksti ir cietuši no pandēmijas ierobežojumiem – samazinājies abonementu un arī pārdoto laikrakstu skaits, līdz ar to samazinājušies arī medija ienākumi un reklāmu apjoms (20 līdz 50 % apmērā). Reģionālās avīzes “Alūksnes un Malienas Ziņas” ieņēmumi no reklāmām samazinājušies par 30 %, laikraksts “Rēzeknes Vēstis” zaudējis 40 % reklāmas ieņēmumu.

Raksturojot redakcionālo darbu ārkārtējās situācijas laikā, I. Plaude saka: “Darba apjoms pieauga ģeometriskā progresijā (un saturs arī), finansiāli tas bija ļoti smags sitiens. Pirmajos divos mēnešos reklāmu apjoms samazinājās par 50 %, sludinājumu skaits ļoti saruka, kā rezultātā mēs uz katru avīzi zaudējām 2–3 tūkstošus eiro. Pirmajā mēnesī mūsu zaudējumi bija 7000 eiro apmērā.” Lai laikraksts spētu izdzīvot, no darba tika atbrīvoti trīs darbinieki, kā

arī daļai redakcijas kolektīva samazināts atalgojums par aptuveni 10 %. Salīdzinot ar interneta portālos strādājošo atalgojumu, reģionālo avīžu veidotāju algas ir krietni mazākas. Tā kā, sākot no maija, ar reģionālā laikraksta pārdošanu neizdevās nopelnīt, tā veidotāji bija spiesti palielināt izdevuma cenu, tādējādi, visticamāk, zaudējot daļu lasītāju, kuri vairs nevarēs atļauties iegādāties avīzi.

Arī 34,6 % aptaujāto (galvenokārt drukāto) mediju pārstāvju atzina, ka, pasliktnoties finansiālajai situācijai, nācies atlaist no darba medijā strādājošos cilvēkus. Atkarībā no medija veida un lieluma tiek norādīts no viena līdz pat 15 cilvēkiem (nacionālajā medijā). Tikpat bieži respondenti norādījuši, ka Covid-19 krīzes ietekmē nācies samazināt arī darbinieku atalgojumu, vidēji par 10 līdz 20 %.

Finansiālus zaudējumus piedzīvojuši arī reģionālo laikrakstu "Rēzeknes Vēstis", "Alūksnes un Malienas Ziņas" un "Bauskas Dzīve" veidotāji, tomēr neviens no darbiniekiem ārkārtējās situācijas laikā redakcijās netika atlaists no darba, tāpat nesamazinājās arī strādājošo atalgojums. "Reklāmu apjoms pirmajā pusgadā mums samazinājies par 29,1 %, ienākumu apjoms (tostarp avīzes pārdošana un abonenti) pirmajā pusgadā samazinājies par 9,73 %," skaidro laikraksta "Bauskas Dzīve" redaktore Anita Rozentāle. Ienākumu apjoma samazinājums būtu vēl jo lielāks (aptuveni 16 %), ja netiktu saņemts valsts atbalsts Covid-19 krīzes radīto negatīvo seku novēršanai.

Zaudējumu pieaugumu ārkārtējās situācijas laikā veicināja arī daudzu mazo pasta nodaļu darbības apturēšana, nodrošinot pasta pakalpojumu sniegšanu tikai pēc pieprasījuma (Danielsona 2020). Proti, cilvēki nevarēja klātienē iegādāties un abonēt reģionālos izdevumus, lai gan daudzviet lauku teritorijās pasta nodaļa ir vienīgā tirdzniecības vieta, kur nopirkt drukātos masu medijus. Abonēt laikrakstus varēja attālināti, internetā vai arī sazinoties ar vietējo pastnieku un pieprasot pakalpojuma sniegšanu dzīvesvietā, tādējādi gan sadārdzinot kopējo abonēšanas maksu, jo jāapmaksā ne vien laikraksta abonēšana, bet arī pastnieka sniegtais pakalpojums.

Lai gan sākotnēji tika ziņots, ka mazās pasta nodaļas Latvijas lauku teritorijās tiks slēgtas vien ārkārtējās situācijas laikā, tomēr vairākas pasta nodaļas arī pēc krīzes perioda neatsāka darbu, tādējādi ietekmējot reģionālo mediju pieejamību laukos. "Bauskas novadā savu darbību neatsāka piecas pasta nodaļas, Vecumnieku novadā divas, un Rundāles novadā arī divas pasta nodaļas," uzskaita reģionālā laikraksta "Bauskas Dzīve" redaktore Anita Rozentāle. "Latvijas Pasts" izmantoja kovida krīzi, lai izbeigtu pasta nodaļu darbību, lauza līgumus par telpu īri ar pašvaldībām. Pasta nodaļas laukos ir vēsture. Tajās visās agrāk varēja nopirkt "Bauskas Dzīvi", secina A. Rozentāle.

Jau ilgstoši reģionālo laikrakstu veidotāji cīnās par to, lai tiktu stingri ierobežots pašvaldību veidoto un izplatīto bezmaksas informatīvo izdevumu saturs (lai tie pēc formas un satura neatgādinātu komerciālos laikrakstus, tādējādi apzināti maldinot sabiedrību un apdraudot lielāko profesionālās žurnālistikas vērtību – uzticamību) un aizliegtas reklāmu izvietojšanas iespējas (lai nekropļotu reklāmas tirgu, jo komerciālie mediji netiek subsidēti), tādējādi nodrošinot vienlīdzīgas konkurences iespējas reklāmas tirgū un veicinot sabiedrības izpratni

par neatkarīgas un profesionālas žurnālistikas nošķirumu no sabiedrisko attiecību speciālistu sagatavotajiem materiāliem.¹ Uzlabojumi ir ļoti minimāli, reģionālie mediji vēl aizvien cieš lielus finansiālus zaudējumus (detalizētāk par šo problēmu sk. nodaļā “Reģionālo mediju loma krīzes vadīšanā un izziņošanā”).

Intervētās redaktore norāda uz vēl kādu netaisnību, ar ko nākas ikdienas darbā saskarties: publisko līdzekļu pārvaldītāji (ministrijas, iestādes) sociālo un informatīvo reklāmu kampaņu pamatbudžetu atvēl sabiedrisko attiecību vai reklāmu uzņēmumiem, savukārt reģionālajos medijos kampaņas materiālus vēlas publicēt bez maksas. “Tie mums bija stabili reklāmas ieņēmumi, tagad tā sen jau vairs nav – mēs veicam sociālā darbinieka funkciju un paši par savu naudu un darbu skaidrojam cilvēkiem šo iestāžu pieņemtos lēmumus,” stāsta A. Rozentāle, “man tas liekas amorāli no valsts puses – atbalstīt amerikāņus, nevis vietējos!”

Lai spētu izdzīvot, reģionālo laikrakstu veidotāji aktīvi iesaistās dažādos projektu konkursos, tā piemēram, laikraksta “Neatkarīgās Tukuma Ziņas” redakcijā aptaujas laikā tika īstenoti septiņi projekti, laikraksta “Bauskas Dzīve” veidotāji realizē četrus projektus, “Alūksnes un Malienas Ziņas” – piecus projektus. Mediju vadītāji ir priecīgi par iespēju papildus piesaistīt finansējumu, tomēr vienlaikus norāda, ka projektu rakstīšana ir papildu darbs, par kuru neviens nemaksā, kā arī maksimāli iespējamās projektu summas šobrīd ir salīdzinoši nelielas – 3000 eiro apmērā. Šobrīd projektu finansējums tiek paredzēts galvenokārt satura dažādošanai un uzlabošanai, tomēr papildu līdzekļi reģionālo mediju redakcijās būtu nepieciešami arī infrastruktūras uzlabošanai, piemēram, portāla programmatūras modernizēšanai, televīzijas studijas iekārtošanai u. c.

Prognozējot reģionālo mediju nākotni un darbības ilgumu, redaktore ir pesimistiskas, norādot, ka gan 2008. gada ekonomiskā krīze, gan arī koronavīrusa Covid-19 izraisītā finansiālā krīze ļoti smagi ietekmējusi visus reģionālos medijus. Diemžēl, neatguvies no koronavīrusa Covid-19 krīzes radītajiem zaudējumiem, no 2020. gada 1. oktobra savu darbību pārtraucis Liepājas novada reģionālais laikraksts “Kursas Laiks” (1990–2020), kura pirmsākumi meklējami jau 1962. gadā, kad tā nosaukums bija “Leņina Ceļš” (Latvijas Nacionālās bibliotēkas elektroniskais kopkatalogs). Ja valdībā netiks rasti tūlītēji risinājumi un palīdzības iespējas, kas uzskaitītas 24 reģionālo mediju sagatavotajā atklātajā vēstulē, tad reģionālo laikrakstu eksistence ir apdraudēta jau tuvāko divu gadu laikā, līdz ar to arī mediju daudzveidība un pieejamība Latvijā, objektīvas informācijas un varas līdzsvars reģionos.

¹ Piemērus sk.: Šulmane, I., Uzule, L. (2018). Latvijas mediju vides raksturojums: ieskatš nacionālo un reģionālo mediju darbinieku viedoklī. No: Zelče, V. (red.). *Latvijas mediju vides daudzveidība*. Rīga: LU Akadēmiskais apgāds, 117.–135. lpp.; Uzule, L. (2018). Reģionālie mediji. No: Zelče, V. (red.). *Latvijas mediju vides daudzveidība*, 156.–188. lpp.

MEDIJU KAMPAŅA UN VALSTS ATBALSTS

Lai pievērstu sabiedrības, uzņēmumu un valdības uzmanību medijiem kā vienai no krīzes skartajām jomām, Latvijas Žurnālistu asociācija (LŽA) 2020. gada marta beigās radīja kampaņu “Klusums inficē”, kurā skaidroja: “Drīz Latvijas mediju telpā var iestāties klusums, jo vīruss apdraud arī to. Mediju lielākos ienākumus veido reklāmas. Tām jūtami samazinoties, Latvijas medijiem trūkst līdzekļu pastāvēšanai un sabiedrības informēšanai par svarīgo. Tāpēc mēs uzrunājam valdību cerībā pēc atbalsta, aicinām uzņēmējus izvietot reklāmas Latvijas medijos un Tevi – abonēt, pirkt vai vienkārši atbalstīt iecienītos medijus, klausoties radio, skatoties TV un lasot ziņas.” (Ģiga 2020) LŽA uzsvēra, ka kopš ārkārtējā stāvokļa izsludināšanas valstī Latvijas iedzīvotāji aktīvi interesējas par Covid-19 aktualitātēm, kā rezultātā ir pieaudzis interneta vietņu apmeklējums, televīzijas pārraižu skatītāju skaits. Vienlaikus “LŽA biedru aptauja rāda, ka visos medijos apturētas plānotās reklāmas kampaņas, atceltas jau apstiprinātas un nav plānots atsākt reklamēties tuvākajā laikā. Daļa mediju jau samazinājuši algas, citi plāno atlaist daļu darbinieku, bet ar šo rīcību nevar segt zaudējumus un turpināt strādāt. Nesaņemot atbalstu, lielu daļu mediju no slēgšanas šķir viens solis. Tas nozīmē, ka bez uzticamas informācijas paliks būtiska sabiedrības daļa,” drūmu nākotnes perspektīvu iezīmē LŽA savā paziņojumā (Latvijas Žurnālistu asociācija 2020). Arī par mediju politiku atbildīgās Kultūras ministrijas (KM) sagatavotajā informatīvajā ziņojumā norādīts, ka līdz Covid-19 krīzei iespēju robežās medijiem ir ticis sniegts atbalsts, bet “tas nav bijis pietiekams, lai Latvijas mediji spētu stabili un plānveidīgi strādāt un attīstīties. Darbojoties šādos apstākļos, Latvijas medijiem nav bijusi iespēja izveidot uzkrājumus darbībai ārkārtas situācijās. Neplānotais un straujais ienākumu kritums līdz ar ārkārtējā stāvokļa izsludināšanu medijiem nedod iespēju segt ikmēneša izdevumus, kas saistīti ar darbinieku atlīdzībām (satura radīšanu), preses izdevumu piegādes un elektronisko plašsaziņas līdzekļu apraides izmaksām”. 2020. gada 7. aprīlī valdība nolēma komercmediju atbalstam no valsts budžeta līdzekļiem neparedzētiem gadījumiem piešķirt nedaudz vairāk kā divus miljonus eiro (2 040 928 eiro). Šis atbalsts bija paredzēts visu platformu komerciālajiem medijiem – gan elektroniskajiem, gan drukātajiem “darbības nepārtrauktībai un kapacitātes stiprināšanai” – kā reģionālajā, tā nacionālajā līmenī (Kokale 2020).

Finansējums tālākai administrēšanai tika sadalīts divos virzienos – 1 040 928 eiro tika piešķirts KM Mediju atbalsta fonda pasākumu īstenošanai, lai nodrošinātu sabiedrībai iespēju saņemt informāciju un viedokļus Covid-19 krīzes pārvarēšanā un valsts informatīvās telpas drošības nodrošināšanā drukātajā presē un komerciālajos interneta ziņu portālos, sniegtu atbalstu abonēto preses izdevumu piegādes izmaksām, kuru veic valsts akciju sabiedrība “Latvijas Pasts”, un elektronisko plašsaziņas līdzekļu programmu apraides izmaksām. Savukārt 1 000 000 eiro piešķirts Nacionālajai elektroniskajai plašsaziņas līdzekļu padomei (NEPLP), lai nodrošinātu sabiedrībai iespēju saņemt daudzpusīgu informāciju un viedokļus Covid-19 krīzes pārvarēšanā un valsts informatīvās telpas drošības nodrošināšanā komerciālajos elektroniskajos plašsaziņas līdzekļos (Kokale 2020). Jau 20. aprīlī Sabiedrības integrācijas fonds

(SIF) izsludināja konkursu un 22. maijā SIF padome apstiprināja 53 pieteikumus nacionālo un reģionālo mediju pamatdarbības stiprināšanai programmā “Atbalsts medijiem Covid-19 krīzes radīto negatīvo seku mazināšanai” (Zariņa-Zviedre 2020). Tomēr apstiprināto projektu pieteikumu saraksts raisīja diskusijas kā pašu mediju nozares pārstāvju vidū, tā sociālo mediju lietotāju starpā.² Galvenie diskusijas punkti bija: 1) projektu atbalsta kārtība (vai katrs medijs (ja ar to saprot, piemēram, žurnāla nosaukumu)) varēja sniegt savu pieteikumu un saņemt līdz 20 000 eiro atbalstu, vai arī to varēja darīt tikai viens medija uzņēmums); 2) konkursa nolikuma iespējamās nepilnības, kas ļāva atbalstīt mediju projektus, kas līdz šim bija dzirdēti kontekstā ar Krievijas dezinformācijas izplatīšanu un pret Latvijas valsti vērstas informācijas publicēšanu. Rezultātā SIF padome atlika līgumu slēgšanu ar medijiem un rezultātus nosūtīja izvērtēšanai Valsts Drošības dienestam, Satversmes aizsardzības birojam un Militārās izlūkošanas un drošības dienestam. Augusta sākumā medijus rotāja virsraksts “Valsts tomēr nedos naudu avīzei “Segodņa” un portālam “BB.lv” – SIF padome tomēr nolēma finansējumu tiem nepiešķirt, pamatojoties uz drošības dienestu ziņojumiem, ka šie mediji izplatījuši dezinformāciju (Re:Baltica 2020). Ne bez diskusijām tika uztverti arī NEPLP rīkoto konkursu rezultāti – par daļu no tiem apspriežot, cik lielā mērā atbalsta saņēmēji veido kvalitatīvu, sabiedrībai nozīmīgu saturu. Pašu mediju vides pārstāvju vērtējums par kolēģu projektiem bija nesaudzīgs: “Valsts finansējumu par sabiedriski nozīmīga satura ražošanu saņems arī AS “Super FM” raidījums “Latviešu mūzikas skatuve ar Patrīšu” vai SIA “Radio TEV” projekts “Radio TEV kačā karmu”, [tas] spilgti parāda, cik neviendabīgs ir mediju tirgus Latvijā un cik daudz tomēr marginālu spēlētāju skraida vienā spēlē ar profesionāļiem” (Kolāte 2020).

Mediju redakciju aptaujas rezultāti liecina, ka lielākā daļa (jeb 23 no 26 saņemtajām atbildēm) mediju projekta pieteikumu valsts atbalsta saņemšanai iesniedza un atbalstu arī saņēma. Taču tikai 4–5 mediju pārstāvji ir norādījuši, ka kopumā atbalsta šādus rezultātus NEPLP un SIF konkursos. 12 respondentiem abos gadījumos nav viennozīmīgas atbildes, pārējie – neatbalsta vai šajā jautājumā nav iedziļinājušies. Daži no iebildumiem – “Nav skaidru kritēriju”, “Sadalījums nav veikts proporcionāli mediju tirāžām un nozīmīgumam. Naudas sadalījums ir nekritisks un nesaprotams”, “Tika tiem, kas nav pelnījuši (bb.lv, piemēram)”, “Netika vērtēta mediju kvalitāte, nolikums bija nekvalitatīvs, valsts finansējumu saņēma arī tādi mediji, kuri neveido kvalitatīvu žurnālistiku” u. tml. Jāpiebilst, ka aptauja tika veikta pirms minētā SIF padomes 2020. gada 6. augusta lēmuma.

² Piemēram, Liepiņa, I., Jemberga, S. (2020). “Kačājam karmu”. Daļa mediju krīzes atbalsta nokļūst izklaidēs un propagandas neceļos. *Tvnet.lv*. 11. jūn. Izgūts no: <https://www.tvnet.lv/6993658/kacajam-karmu-da-la-mediju-krizes-atbalsta-noklist-izklaides-un-propagandas-necelos>; Bērziņš, I. (2020). Ingus Bērziņš: Dažas draudzīgas piezīmes ‘Re:Baltica’ raksta sakarā. *Delfi.lv*. 12. jūn. Izgūts no: <https://www.delfi.lv/news/versijas/ingus-berzins-dazas-draudzigas-piezimes-rebaltica-raksta-sakara.d?id=52222145>; Kolāte, S. (2020). Dodiet mums maizi, skolu un Patrišu! *Diena.lv*. 15. maijs. Izgūts no: <https://www.diena.lv/raksts/viedokli/latvija/dodiet-mums-maizi-skolu-un-patrisu-14241270>; Krenberga, O. (2020). Par budžeta naudu atbalsta arī viltus ziņu izplatītājus. *Lsm.lv*. 26. maijs. Izgūts no: <https://www.lsm.lv/raksts/zinas/latvija/par-budzeta-naudu-atbalsta-ari-viltus-zinu-izplatitajus.a361376/>

Savukārt mediju sniegtās atbildes uz jautājumu “Kā jūs vērtētu mediju politikas īstenošanu Latvijā ārkārtējās situācijas laikā? Lūdzu, ierakstiet, ko vērtējat pozitīvi, vai ko labprāt redzētu darām citādi” izkristalizē trīs secinājumus. Pirmais – daļai mediju pārstāvju aizvien nav pilnīgas izpratnes par to, ko īsti nozīmē mediju politika. Piemēram, uz mediju politiku tika arī attiecināts Izglītības un zinātnes ministrijas projekts attālināto mācību īstenošanai “Tava klase”, vairākkārt ar mediju politiku arī saprasta pati mediju darbība: “Mediji šajos saspringtajos pandēmijas apstākļos darīja un dara, ko var. Vērtēju atzinīgi.”

Otrs secinājums – lai gan bija sākusies Covid-19 izraisītā krīze, nebija zudušas tās problēmas mediju vidē, kas pastāvēja jau pirms pandēmijas. Jautājumā tika lūgts vērtējums tikai par Covid-19 krīzes laiku, tomēr atbildēs tika aktualizēti citi jautājumi, tostarp žurnālistu sociālā nodrošinātība (“lielākā daļa žurnālistu pēc gadiem pensijas vecumā būs trūcīgo slānis”) un tiesību aizsardzība, PVN likmes samazināšana medijiem līdz 5 %, nepieciešamība sniegt atbalstu reģionālajiem medijiem u. c. Trešais secinājums ir attiecināms uz valsts pārvaldes darbu kopumā – lai gan daļā atbilžu bija kritiskas piezīmes par izpildījumu, tomēr kā pozitīvais faktors ir dažu mediju pārstāvju atzinība par ātro reaģēšanu un jautājuma risināšanu, paralēli vērtējot, ka “iespējams, daži konkursi bija pārāk sasteigti un varētu būt bijuši kvalitatīvāki rezultāti, ja būtu laiks sagatavoties vismaz 2 nedēļas, nevis pāris dienas”. Kāda medija sniegtajā atbildē ir teikts: “Ir saņemts kaut vai daļējs atbalsts medijam radušos zaudējumu segšanai – tas ir pozitīvi, bet, iespējams, to varēja organizēt ar vēl mazāku birokrātisko procedūru, pieteikums pabalstam bija izstrādāts pēc citu biznesa modeļu – vairāk veikalu ieņēmumu veidošanās principa. Mums bija jāiesniedz dati, kādus par preses izdevumu realizāciju varam saņemt stipri vēlāk par dokumentu iesniegšanas termiņu, abonēšanas ieņēmumi konkrētam periodam ir veidojušies stipri agrāk pirms Covid-19 krīzes. Krīze ietekmēs nākamo periodu ieņēmumus, kurus vēl nezinām.”

SECINĀJUMI

Covid-19 raisītā krīze citās nozarēs negatīvi atsaucās arī uz medijiem. Pārorganizēt ikdienas darbu rutīnu, pievienot garākus mikrofonu turētājus 2 m distancē ievērošanai bija vienkāršākā pārmaiņu daļa. Smagākā – samazinājās vai pavisam izsīka ienākumi mediju bankas kontā, jo bija mazāk to, kas vēlējās izvietot reklāmas vai pat tika pārtraukti esošie līgumi. Mediji īsā laikā izrādīja solidaritāti un spēja saorganizēties kampaņai “Klusums inficē”, jo ārkārtējā situācija teju visus bija ielikusi vienā laivā. Tomēr mediju aptauja rāda, ka krīzes laiks ir nesis arī iespējas – vismaz tie nacionālā mēroga mediju pārstāvji, kas aizpildīja anketu, uzskata, ka viņu redakcijas ārkārtējās situācijas laikā ir spējušas saglabāt un pat dažos gadījumos – uzlabot auditorijai piedāvāto.

Mediju pārstāvju aptauja un intervijas iezīmē būtisku atšķirību starp drukātajiem un digitālajiem medijiem – interneta mediji, kas pieredzēja auditorijas pieplūdumu, paredz, ka izdosies atpelnīt zaudējumus un piesaistīt arī jaunus darbiniekus. Tiešsaistes portālu darbiniekiem

arī bija vieglāk pielāgoties sociālās distancēšanās ierobežojumiem. Skatoties uz mediju telpu kā ekoloģisku vidi, var teikt, ka pandēmijas izraisītā krīze novājināja sliktāk pielāgotos (drukātos un reģionālos izdevumus), kamēr būtiski neietekmēja vai pat ilgtermiņā palīdzēja tiem, kas bija labāk pielāgojušies 21. gadsimta tehnoloģiju telpai. Uz to norāda arī žurnālistikas pētījuma *“Baltic Media Health Check”* redaktore Aija Krūtaine, rakstot, ka pandēmija izgaismoja lielo atšķirību starp lielajām un mazajām mediju organizācijām. Lielākās varēja straujāk attīstīt digitālās transformācijas plānus, lai uzaustītu jaunus ienākumu avotus, savukārt mazajiem medijiem pandēmijas laiks izgaismoja tos aspektus, kuros tie ir visneaizsargātākie – nelieli ienākumi kļuva vēl mazāki ierobežotās digitālās kapacitātes dēļ. (Krūtaine 2020, 2) Drukātajiem izdevumiem, kuriem interneta vietnes vai ziņu portāli ir, būtu jāpārdomā sava attīstības stratēģija un, iespējams, jāiegulda vairāk dažādu digitālo produktu attīstībā.

Iespējams, medijiem arī jāmeklē jauni veidi auditorijas sasniegšanai – ar aktīvāku komunikāciju sociālajos medijos un vairāk iesaistot mārketinga instrumentus, jo arī pasaules vadošo mediju paraugs rāda, ka mūsdienās vairs nepietiek tikai ar kvalitatīvu saturu, taču jāprot to arī prasmīgi pārdot auditorijai.³ Tāpat arī medijiem būtu drošāk jālūkojas pēc papildu finansējuma starptautiskos projektos, tādējādi mediju uzņēmumi ir kļuvuši arvien līdzīgāki citiem uzņēmumiem, kuriem konkurences apstākļos jādomā ne tikai par kvalitatīvu pakalpojuma sniegšanu, bet arī auditorijas (klientu) piesaisti. Iespējams, šis laiks arī auditorijai būs parādījis, ka ne tikai krīzes laikā vērts uzticēties kvalitatīviem medijiem. Runājot par finansēm, jānorāda, ka pēkšņie ienākumu zaudējumi īstermiņā būtiski neietekmēja mediju spējas radīt saturu. Reģionālo mediju redakcijās Covid-19 izraisītā finansiālā krīze lika visiem darbiniekiem mobilizēties, strādāt intensīvāk un radošāk, lai spētu radīt nepieciešamo saturu avīžu aizpildīšanai. Lasītāji reģionālo žurnālistu darbu krīzes periodā vērtē atzinīgi – jaunas rubrikas, operatīva informācija, vēl ciešāka komunikācija ar auditoriju, sociālais atbalsts. Tomēr mediju pētījumā žurnāliste Anastasija Tetarenko norāda, ka tieši mazie mediji, to skaitā reģionālie mediji, ir apdraudēti, un viņa prognozē, ka tieši 2021. gadā viņi saskaries ar lielākajiem izaiicinājumiem (Tetarenko 2020, 22).

Taupības nolūkos mediji bija spiesti samazināt darbiniekiem atalgojumu, bet, kā liecina VID nodarbinātības dati (Valsts ieņēmumu dienests 2020a), aptauja un intervijas, tas nenoveda pie masveida darbinieku aiziešanas. Tomēr drukāto izdevumu pārstāvji uzskata, ka ilgtermiņā pandēmijas izraisītās ekonomiskās sekas varētu piespiest slēgt finansiāli mazāk veiksmīgās mediju redakcijas. Intervijā žurnālam *“Sestdiena”* reģionālo mediju redaktori ir pesimistiskāk noskaņoti, piemēram, kāds Kurzemes reģionālais laikraksts *“bez plašāka atbalsta reģionālajiem izdevumiem un pašvaldību izdevumu pilnīgas izskaušanas [...] varētu izturēt vēl divus gadus”* (Vilūns 2020). Tādējādi secināms, ka Covid-19 radītā krīze ir vēl vairāk paspilgtinājusi

³ Piemēram, par to liecināja mediju profesionāļu konference *“Reinventing media business: International Ander Forum”* 2019. gada 6.–7. novembrī Rīgā. Arī *“The Guardian”* savā interneta vietnē lūdz auditorijas ziedojumus, *“The New Yorker”* īsteno mārketinga pasākumus digitālo abonētu piesaistei sociālajos medijos, piedāvājot izmēģinājuma periodu abonēšanai un dažādus papildu materiālos labumus utt.

jau esošās problēmas mediju vidē, tostarp finansiālās ilgtspējas trūkumu un jautājumu par žurnālistu sociālo apdrošināšanu.

Reģionālie mediji jau ilgstoši cīnās par savu eksistenci: tirāžu un periodiskuma samazināšanās, abonentu skaita kritums ar katru gadu veicina ienākumu līmeņa lejupslīdi, līdz ar to liedzot jebkādas attīstības iespējas. Jau 2008. gada ekonomiskā krīze un 2011. gada administratīvi teritoriālā reforma, kas sekmēja pašvaldības informatīvo izdevumu rašanos, līdz ar to kropļoja reklāmas tirgus izveidi un reģionālo laikrakstu ienākumu samazināšanos, mediju vidē radīja ļoti postošas sekas. Daudzi reģionālie mediji vēl aizvien nav pilnībā no tās atguvušies. Koronavīrusa Covid-19 radītā krīze vairākās reģionālajās redakcijās spiedusi pieņemt nepatīkamus lēmumus – samazināt atalgojumu un darbinieku skaitu, reģionālais laikraksts “Kursas Laiks” pārtraucis savu darbību. Lai izdzīvotu, tiek prognozēta arī laikrakstu cenu paaugstināšana, kas, visticamāk, nozīmē – vēl jo lielāku abonentu skaita samazinājumu.

Vīrusa izraisītā krīze mainījusi arī līdzšinējās laikrakstu izplatīšanas un iegādes iespējas, jo daudzviet mazās pasta nodaļas tika slēgtas, tādējādi apgrūtinot lauku reģionos dzīvojošajiem cilvēkiem preses abonēšanu un iegādi. Pašvaldību informatīvo izdevumu jau tā novājinātais reklāmas tirgus reģionos Covid-19 krīzes rezultātā samazinājies vēl vairāk, reģionālajos laikrakstos daudzviet reklāmdevēji un ieņēmumi no reklāmām samazinājušies pat par 50 %. Ilgstošos un regulāros aicinājumus pēc palīdzības atbildīgās institūcijas uzklauša daļēji, vairākas atrisināmas problēmas ignorējot. Pateicoties izveidotajām mediju atbalsta programmām un realizētajiem projektu konkursiem, daļai reģionālo mediju izdevies rast papildu finanses satura dažādošanai, tomēr, kā norāda mediju pārstāvji, šobrīd ļoti trūkst līdzekļu arī infrastruktūras uzlabošanai. Reģionālo mediju izzūšana apdraud daudzpusīgas mediju vides un viedokļu nodrošinājumu Latvijā, objektīvas informācijas pieejamību un varas līdzsvaru reģionos, kā arī latviešu valodas un kultūras fenomena eksistenci.

Līdzīgi kā mediji ātri saorganizējās kampaņai “Klusums inficē”, arī valsts pārvalde un valdība, piešķirot finansējumu mediju nozarei, kopumā reaģēja ātri. Taču jāatzīmē, ka atkal šī krīzes situācija izgaismoja jau esošu problēmu mediju atbalsta sadales kārtībā un jautājumu par valsts atbalstu saņēmušo mediju satura veidoto kvalitāti. Iespējams, krīzes laiks būs ienesis lielāku valsts pārvaldes fleksibilitāti un prasmi pielāgoties jauniem, negaidītiem apstākļiem, iespējams arī – veicinājis mediju valsts atbalsta sistēmas pilnveidi. Taču to izvērtēt varēs tikai pēc kāda laika. Nevar izslēgt, ka šis mediju vides satricinājums var arī atstāt rētas mediju ainavā, mazinot daudzveidību, sarūkot mediju un to darbinieku skaitam, iespējams, pavairojot no ārzemēm tulkotu materiālu skaitu oriģinālsatura vietā un varbūt arī atstājot ietekmes, ko šobrīd apjaust vēl nevaram. Iespējams, kādi digitālie mediji, kas līdz šim saturu lietotājiem piedāvāja bez maksas, apsvērs maksas satura sadaļas ieviešanu līdzīgi kā, piemēram, ziņu portāls “Delfi” ar “Delfi+” sadaļu. 2020. gada novembra beigās arī TVNET Grupa paziņoja par augstvērtīgā satura tiešsaistes žurnāla “Klik” izveidi (TVNET 2020). Taču tas var arī samazināt iedzīvotāju piekļuvi informācijai gadījumā, ja liela daļa no interneta ziņu portāliem pāriet uz daļēju maksas saturu tīmeklī, it sevišķi, ja tiek būtiski sašaurināts informācijas

apjoms brīvpieejā. Portāla “TVNet” galvenā redaktora vietnieks Jānis Žilde jau 2019. gada vasarā publikācijā norādīja, ka skatās uz Igaunijas medijiem, kuri jau ir pārgājuši uz daļēju maksas saturu tīmeklī, un portāla “Delfi” piemēru, domājot par sava pārstāvētā medija struktūru, taču viņš arī akcentēja: “Laikā, kad pasaulē arvien agresīvāk sevi piesaka viltus ziņas, mēs nedrīkstam šai lavīnai likt pretī “maksas sienu” – ir vesels ziņu segments, kuram būtu jābūt pieejamam bez maksas (“karstās ziņas”, sēru vēstis u. c.), un jāsniedz objektīvs, kvalitatīvs pretrīciens” (Žilde 2019). Tādējādi ne tikai mediju slēgšana var samazināt Latvijas mediju vides daudzveidību – to skaitā redakcionālo un viedokļu daudzveidību –, bet arī gadījumā, ja tiks ievērojami samazināts brīvpieejas mediju saturs, tiks radīti labvēlīgāki apstākļi dezinformācijas izplatīšanai, sabiedrības viedokļu polarizācijai. Arī mediju skaita potenciālā samazināšanās var ietekmēt žurnālistu darba tirgu un iespējas mainīt darbu medijos un turpināt izaugsmi, kā tas jau ir daļēji noticis ar medijiem krievu valodā. Pastāv risks, ka arī mazāk pelnošie nacionālie izdevumi, piemēram, divi dienas laikraksti latviešu valodā, krīzei ieilgstot, varētu būt spiesti pieņemt drastiskus lēmumus – samazināt darbinieku skaitu, lapušu apjomu vai dienas, kad laikraksts tiek izdots. Iespējams, Covid-19 raisītā krīze pastiezinās izmaiņas mediju vidē, kas bija jau sākušās auditorijas paradumu maiņas, iepriekšējās ekonomiskās krīzes, globālās mediju attīstības un citu iemeslu dēļ un citkārt būtu notikušas ilgstošākā laika periodā un pakāpeniskāk.

Reklāmdevēji, mediju aģentūras, paši mediji un mediju darbinieki, tipogrāfijas un daudzi citi tirgus dalībnieki veido mediju nozares ekosistēmu. Izmaiņas vienā no tās daļām neapšaubāmi ietekmē pārējos. Latvijas mediju tirgus un auditorija ir salīdzinoši mazi. Krīze parādīja, cik trausla ir dažu mediju pastāvēšanas iespēja. Valdības piešķirtais atbalsts politiski bija pozitīvs signāls un novērtējums mediju lomai un nozīmei demokrātijā. Taču mediju nozarē priekšā vēl citas lielas pārmaiņas, tostarp sabiedrisko mediju iziešana no reklāmas tirgus, kam arī nepieciešami valsts budžeta līdzekļi. Visticamāk, pēckrīzes periods turpināsies jautājuma zīmes ēnā par to, kā mediju videi dzīvot turpmāk. 2020. gada decembrī beidzās arī pirmais Latvijas mediju politikas pamatnostādņu piecu gadu periods – laiks rādīs, kurus attīstības virzienus kā prioritārus noteiks mediju politikas plānošanas dokumenti jaunajam periodam no 2021. gada.

LITERATŪRA

Bērtule, I., Petrova, A. (2019). LNT neturpinās darbu esošajā formātā. *LSM.lv*. 8. nov. Izgūts no: <https://www.lsm.lv/raksts/zinas/latvija/lnt-neturpinas-darbu-esosaja-formata.a337723/>

Danielsone, V. (2020). Līdz ārkārtas situācijas atcelšanai 253 mazajās pasta pakalpojumu sniegšanas vietās klientus apkalpos pēc pieprasījuma. *Pasts.lv*. 17. marts. Izgūts no: <https://pasts.lv/lv/zinas/5551-lidz-arkartas-situacijas-atcelsanai-253-mazajas-pasta-pakalpojumu-sniegšanas-vietas-klientus-apkalpos-pec-pieprasijuma>

Feldmanis, K. (2020). “Covid-19” krīzē Baltijas medijus vissmagāk skar reklāmas ieņēmumu kritums. *LSM.lv*. 20. maijs. Izgūts no: <https://www.lsm.lv/raksts/zinas/arzemes/covid-19-krize-baltijas-medijus-vissmagak-skar-reklamas-ienemumu-kritums.a360549/>

- Gemius Latvia. (2020). Gemius: Martā ievērojami pieaugusi TOP 20 populārāko portālu auditorija. *Gemius.lv*. Izgūts no: <https://www.gemius.lv/all-reader-news/gemius-marta-ieverojami-pieaugusi-top-20-popularako-portalu-auditorija.html>
- Čīga, A. (2020). LŽA atklātā vēstule par COVID-19 ietekmi uz nozari. Latvijas Žurnālistu asociācija. LŽA. 27. marts. Izgūts no: <http://www.latvijaszurnalisti.lv/lza-aicinajums-valdibai-uznemejiem-un-sabiedribai/>
- Informatīvais ziņojums "Par atbalsta risinājumiem Covid-19 krīzes radīto negatīvo seku mazināšanai mediju nozarē". Izgūts no: <http://tap.mk.gov.lv/mk/tap/?pid=40486002>
- Irliepaja.lv. (2020). Izdevums "Kursas Laiks" paziņo par apvienošanos ar "Kurzemes Vārdu". *Ir Liepāja*. 3. sept. Izgūts no: <https://irliepaja.lv/business/izdevums-kursas-laiks-pazino-par-apvienosanos-ar-k/>
- Kokale, L. (2020). Valdība apstiprina KM un mediju nozares izstrādātos pasākumus plašsaziņas līdzekļu atbalstam. *Ministru kabinets*. 7. apr. Izgūts no: <https://www.mk.gov.lv/lv/aktualitates/valdiba-apstiprina-km-un-mediju-nozares-izstradatos-pasakumus-plassazinas-lidzeklu>
- Kolāte, S. (2020). Dodiet mums maizi, skolu un Patrišu! *Diena.lv*. 15. maijs. Izgūts no: <https://www.diena.lv/raksts/vidokli/latvija/dodiet-mums-maizi-skolu-un-patrisu-14241270>
- Krūtaine, A., Jemberga, S. (2019). *Baltic Media Health Check 2018–2019. Protecting Media Freedom*. Rīga; Vilnius; Tallinn: Baltic Center for Investigative Journalism Re: Baltica; Centre for Media Studies at the Stockholm School of Economics in Riga. Izgūts no: https://www.sseriga.edu/sites/default/files/inline-files/Baltic%20Media%20Health%20Check%202018-2019_final.pdf
- Krūtaine, A. (2020). Foreword from the editor. In: Krūtaine, A., Jemberga, S. (eds). *Baltic Media Health Check 2019–2020: The Media After Covid: Finding Strategies to Survive and Thrive*. Rīga; Vilnius; Tallinn: Anne-Marie and Gustaf Ander Centre for Media Studies at SSE Riga, The Baltic Center for Investigative Journalism Re: Baltica, p. 2.
- Latvijas Reklāmas asociācija. (2010). Latvijas mediju reklāmas tirgus apjoms 2009. gadā krities par 46 %. *Latvijas Reklāmas asociācija*. Izgūts no: [https://www.lra.lv/webroot/file/uploads/files/LRMT_2009\(2\).pdf](https://www.lra.lv/webroot/file/uploads/files/LRMT_2009(2).pdf)
- Latvijas Žurnālistu asociācija. (2020). Aicinājums valdībai, uzņēmējiem un sabiedrībai. LŽA. Izgūts no: <http://www.latvijaszurnalisti.lv/lza-aicinajums-valdibai-uznemejiem-un-sabiedribai/>
- Latvijas Žurnālistu asociācija, SSE Rīga Mediju studiju centrs (2020). Video: Žurnālistu aicinājums valdībai, uzņēmējiem un sabiedrībai. *Delfi.lv*. 6. apr. Izgūts no: <https://www.delfi.lv/news/versijas/video-zurnalistu-icinajums-valdibai-uznemejiem-un-sabiedribai.d?id=52032045>
- LETA (2020a) "Neatkarīgā Rīta Avīze" no maija iznāks tikai digitālā formātā. *TVNet.lv*. 12. marts. Izgūts no: <https://www.tvnet.lv/6921006/neatkariga-rita-avize-no-maija-iznaks-tikai-digitala-formata>
- LETA. (2020b). Par "Dienas biznesa" 100 % daļu īpašnieku kļuvis Edgars Kots. *Delfi.lv*. 3. jūl. Izgūts no: https://www.delfi.lv/business/biznesa_vid/par-dienas-biznesa-izdeveja-100-dalu-ipasnieku-kluvis-edgars-kots.d?id=52275703
- Ministru kabinets. (2016). Par Latvijas mediju politikas pamatnostādņēm 2016.–2020. gadam. *Likumi.lv*. Izgūts no: <https://likumi.lv/ta/id/286455-par-latvijas-mediju-politikas-pamatnostadnem-2016-2020-gadam>
- Prieto-Ramos, F., Pei, J., & Cheng, L. (2020). Institutional and news media denominations of "Covid-19" and its causative virus: Between naming policies and naming politics. *Discourse @ Communication*, 14(6), 635–652. DOI: 10.1177/1750481320938467
- Pučeka, I., Eipurs, T. (2020). Krīzes iespaidā daudzi Latvijas mediji ir kraha priekšā. Nozare meklē risinājumus. *Lsm.lv*. 6. apr. Izgūts no: <https://lr1.lsm.lv/lv/raksts/pecpusdiena/krizes-iespada-daudzi-latvijas-mediji-ir-kraha-prieksa-nozare-a128512/>
- Re: Baltica. (2020). Valsts tomēr nedos naudu avīzei "Segodņa" un portālam "BB.lv". *Re: Baltica*. 6. aug. Izgūts no: <https://www.tvnet.lv/7034031/valsts-tomer-nedos-naudu-avizei-segodna-un-portalam-bb-lv>
- Rodrigues, U. M., & Xu, J. (2020). Regulation of "Covid-19" fake news infodemic in China and India. *Media International Australia*, 177(1), 125–131. DOI: 10.1177/1329878X20948202
- Rožukalne, A., Skulte, I. (2016). Latvijas mediju auditorija recesijas laikā. No: Kruks, S. (red.). *Ekonomiskā krīze Latvijā: "veiksmes stāsta" pēcgārša*. Rīga: Rīgas Stradiņa universitāte, 175.–192. lpp.

- Skogerbø, E., Winsvold, M. (2011). Audiences on the move? Use and assessment of local print and online newspapers. *European Journal of Communication*, 26(3), 214–229. DOI: 10.1177/0267323111413112.
- Šulmane, I., Uzule, L. (2018). Latvijas mediju vides raksturojums: Ieskats nacionālo un reģionālo mediju darbinieku viedoklī. No: Zelče, V. (red.). *Latvijas mediju vides daudzveidība*. Rīga: LU Akadēmiskais apgāds, 117.–135. lpp.
- Tetarenko, A. (2020). Life after Covid-19: Latvia: Cost Cuts and Government Aid Gives Latvian Media Breathing Space. In: Krūtainė, A., Jemberga, S. (eds). *Baltic Media Health Check 2019–2020: The Media After Covid: Finding Strategies to Survive and Thrive*. Rīga; Vilnius; Tallinn: Anne-Marie and Gustaf Ander Centre for Media Studies at SSE Riga, The Baltic Center for Investigative Journalism Re:Baltica, pp. 22–27.
- TVNet. (2020). Pasaule atveras ar Klik. TVNet. 24. nov. Izgūts no: <https://klik.tvnet.lv/7114630/pasaule-atveras-ar-klik>
- Uzule, L. (2018). Reģionālie mediji. No: Zelče, V. (red.). *Latvijas mediju vides daudzveidība*. Rīga: LU Akadēmiskais apgāds, 156.–188. lpp.
- Valsts ieņēmumu dienests (2020a). Informācija par darba vietām atbilstoši profesiju klasifikatoram. Izgūts no: <https://www.vid.gov.lv/lv/informacija-par-darba-vietam-2020gada-atbilstosi-profesiju-klasifikatoram>
- Valsts ieņēmumu dienests. (2020b). VID izmaksājis dīkstāves pabalstus 17,5 miljonu eiro apmērā. *Lvportals.lv*. Izgūts no: <https://lvportals.lv/dienaskartiba/316014-vid-izmaksajis-dikstaves-pabalstus-175-miljonu-eiro-apmera-2020>
- Vēbere, I. (2020). Kā pandēmijas ēnā pārdalīt mediju tirgu. *Re:Baltica*. 4. jūn. Izgūts no: <https://rebaltica.lv/2020/06/ka-pandemijas-ena-pardalit-mediju-tirgu/>
- Vilūns, R. (2020). Pandēmijas panorāma. *SestDiena*. 28. aug., 21. lpp.
- Zariņa-Zviedre, D. (22.05.2020). Paziņoti mediji, kas saņems atbalstu pamatdarbības stiprināšanai. *Kultūras ministrijas mājaslapa*. 22. maijs. Izgūts no: <https://www.km.gov.lv/lv/mediju-politika/jaunumi/pazinoti-mediji-kas-sanems-atbalstu-pamatdarbibas-stiprinasanai-5202#gsc.tab=0>
- Žilde, J. (2019). Maksas saturs internetā – maksāt vai nemaksāt un kāpēc. *TvNet.lv*. 7. jūn. Izgūts no: <https://www.tvnet.lv/6700763/maksas-saturs-interneta-maksat-vai-nemaksat-un-kapec>



PIEZĪMES PAR COVID-19 LAIKA POLITISKI MEDICĪNISKO KOMUNIKĀCIJU

Ojārs Skudra

Viens no konsekventākajiem sistēmteorētiskās pozīcijas pārstāvjiem Vācijas komunikācijas zinātnē Klaus Mertens (*Klaus Merten*) savā 1977. gadā pirmoreiz izdotajā un nu jau par klasisku kļuvušajā darbā “Komunikācija. Jēdziena un procesa analīze”, izanalizējot 160 komunikācijas definīcijas, skaidroja, ka sociālajā dimensijā “komunikācija ir interakcijas process”, lietišķajā – “komunikācija ir apiešanās process ar rīcībām”, laika dimensijā – “komunikācija ir struktūras ģenēzes process”, lai noslēgumā piedāvātu paplašināto komunikācijas definīciju: “Komunikācija ir mazākā sociālā sistēma ar laika-lietišķo-sociālo refleksivitāti, kas caur komunikandu interakciju atļauj apiešanos ar rīcībām un izdiferencē sociālas struktūras” (Merten 1977, 163). Humānajā jeb cilvēku līmenī komunikācija ir mazākā sociālā sistēma ar laika-lietišķo-sociālo refleksivitāti.

Detalizēti savus teorētiskos uzskatus par komunikāciju un komunikācijas zinātni K. Mertens izklāsta 1999. gadā publicētajā darbā “Ievads komunikācijas zinātnē”, kas veltīts “komunikācijas zinātnes pamatiem” (Merten 1999). Laikmetu kopš avīzes kā medija parādīšanās 1609. gadā līdz pasaules tīmeklim 1992. gadā K. Mertens raksturo ar “evolucionāri nosacītu likumu” jeb “megatrendu uz mediju sabiedrību”, kas konfrontē cilvēka apziņu ar eksponenciāli pieaugušu informācijas piedāvājumu un piespiež recipientu veikt arvien radikālāku subjektīvo atlasī. Turklāt, tā kā “mediji konstruē īstenību”, ir pietiekams pamats runāt ne vairs par

industriālo, moderno vai postmoderno, bet gan par “mediju sabiedrību” (Merten 1999, 21). Sistēmteorētiskās pieejas pamatotību Mertens saskata tās piemērotībā procesu analīzei. Sociālo sistēmu funkcija saistās ar vides kompleksitātes reducēšanu līdz no sistēmas puses izmantojamam sistēmas kompleksitātes mēram. Komunikācija atveido mazāko un gaistošāko sociālo sistēmu, kas rada visas citas lielākās sistēmas un vienlaikus ir šo lielāko sistēmu (piemēram, grupas, organizācijas, ekonomiskā sistēma, zinātnes sistēma) integratīvs elements. Izmantojot politiskās sistēmas piemēru, Mertens skaidro, kā gaistošākās sistēmas vada jeb “stūrē” mazāk gaistošākās sistēmas. Gaistošāko sistēmu veido *face-to-face* jeb aci pret aci komunikācija, kas saistībā ar politisko sistēmu tiek inscenēta kā vēlēšanu cīņa un neformālajā līmenī izpaužas kā viedokli veidojošas sarunas pirms vēlēšanām, kurās izceļama viedokļu līdera loma. Gaistošā *face-to-face* komunikācijas sistēma vada nākamo augstāko, mazāk gaistošo sistēmu – publisko viedokli. Publiskais viedoklis ir stabilāka un vienlaikus mazāk gaistoša sistēma, jo mediji uz to pastāvīgi iedarbojas vai par to ziņo, tai skaitā izmantojot aptauju rezultātus. Publiskā viedokļa sistēma ar vēlēšanu iznākumu palīdzību vada nākamo augstāko sistēmu – parlamentu. Uz ievēlēšanas laiku parlamenta locekļi principā var būt indiferenti attiecībā pret vēlēšanu cīņām un publisko viedokli. Parlaments vada valdību kā nākamo augstāko sistēmu, kas vienlaikus ir mazāk gaistoša, taču parlamenta pilnvaru periodā atkarīga no tā vairākuma lēmumiem. Valdība savukārt vada stingušāko no visām sistēmām, proti, pārvaldes sistēmu (Merten 1999, 94–95). Protams, ka Latvijas gadījumā būtu jāietver arī politiskās partijas kā vēl viena sociālā sistēma, kas ir stabilāka par publisko viedokli, bet var būt nestabilāka par parlamentu, kā tas spilgti bija vērojams partijas “Kam pieder valsts?” (KPV LV) gadījumā.

Būtiski ir piebilst, ka Mertens sistēmteorētisko pieeju saista ar tādiem konstrukcionisma pieņēmumiem kā autopoēze, pašreferēnce un pašorganizācija. Tas attiecas arī uz konstrukcionisma bāzes teorēmu, saskaņā ar kuru īstenība, kurā cilvēki dzīvo, ir īstenība, kuru rada cilvēks pats, un tāpēc priekšstatam par objektivitāti piemīt tikai operatīvās fikcijas rangs (Merten 1999, 96). Masu komunikācija no sistēmteorētiskā viedokļa ir skaidrojama kā virtuāla komunikācijas sistēma. K. Mertens izdala četrpakāpju mediju hierarhiju, kas veidojusies mediju evolūcijas ceļā: “a) fizikālie mediji uztverei; b) simboliskie mediji komunikācijai; c) komunikatīvs medijs sajūtai un d) medijs īstenības konstrukcijai, kas kļūst pieejams, pateicoties tehniskiem medijiem” (Merten 1999, 144). Komunikācijas procesā izdalāmi faktiskie (reāla izturēšanās, rīcība, uztvere) un fikcionālie (reālās izturēšanās valodiska atveide, domāšana, zināšanas, sagaidīšana, priekšstati, attieksmes, viedokļi, tēli) struktūrelementi, turklāt mediji ir fikcionālo konstruktū avots, kuri kalpo kā drošticamību pastiprinošas struktūras, recipientiem diendienā konstruējot subjektīvās īstenības (Merten 1999, 216).

Publiskums kā komunikācijas process un sociāla sistēma (visas sistēmas ir komunikācijas procesi) strukturāli ietver “epizodisko publiskumu (tu un es), pasākumus (mēs (masa)) un virtuālo publiskumu (kāds (publika))” (Merten 1999, 234), bet tās centrālā funkcija ir “zināšanu konsensa izveide un garantija” (Merten 1999, 228). Arī sabiedrības komunikācijas sistēma kā process, nedaudz vienkāršojot, ietver tādus elementus kā notikumu klāsts (*agenda*), mediji,

sabiedriskās attiecības jeb *PR*, ekonomika, politika, recipienti, kurus visus ietekmē sabiedrība kā sociālais rāmis (Merten 1999, 395–396).

Savā 1999. gada publikācijā Mertens nozīmīgu uzmanību veltīja dažādiem īstenības un mediju īstenības mijiedarbības aspektiem, jo modernās sabiedrībās jau tad bija darīšana ar diviem īstenības līmeņiem: īstenība, kādā tā ir "īsteni" un var tikt autentiski optiski (autoptiski) uztverta un pārbaudīta, un, otrkārt, "mediālās (fikcionālās) īstenības līmenis, kāda tā mums īsteni šķiet, (vai: par kuru mums šķiet – mēs zinām, ka tā esot īstena)" (Merten 1999, 253). Šajā nolūkā tika piedāvāta shēma, kurā attēlots, kā, vērojot "reālo" īstenību un fikcionālo īstenību, kā rezultante top cilvēka aktuālā (dzīves) īstenība, kas ir subjektīva īstenības konstrukcija. Shēmu pastiprināja tēze, ka "Īstens šodien vairs nav tas, kas ir īstens, bet gan tas, ko mediji attēlo kā īstenu" (Merten 1999, 253).

Kādā nelielā 2008. gada publikācijā K. Mertens attīstīja savu konceptuālo shēmu tālāk, dodot tai nosaukumu "etablētās mediju sabiedrības piecas īstenības". Tā publicēta arī starptautisku atzinību ieguvušajā austriešu komunikācijas zinātnes pārstāvja Rolanda Burkarta (*Roland Burkart*) grāmatā "Komunikācijas zinātne". Mūsdienu jeb "metamediālajā sabiedrībā", uzskatīja K. Mertens, recipientiem nepārtraukti jānodarbojas ar ļoti kompleksu īstenības menedžmentu, kas iedalāms piecos etapos: 1) "reālā" īstenība un 2) fikcionālā (novērotā) īstenība, kuru rezultātā veidojas 3) aktuālā īstenība, kas, savukārt, mijiedarbībā ar 4) aktuālās īstenības novērošanu (= reakcijas), noved recipientus pie 5) stratēģiskās īstenības (= novērotās īstenības novērošana). Kā stratēģiskās īstenības piemērus K. Mertens minēja aptauju un satura analīzes datu izmantošanu, lai veidotu biežāk minēto politiķu vai svarīgāko tēmu reitingus (Burkart 2019, 234–235). Akadēmiskais korektums gan prasa norādīt, ka vienā no savām pēdējām grāmatām "Komunikācijas koncepcija" (Merten 2013) Mertens saglabā savu sākotnējo 1999. gadā pausto īstenību triādi, bet nedaudz modificē attēla detaļas un piešķir tam virsrakstu "Mediju sabiedrības reālā, fikcionālā un aktuālā īstenība" (Merten 2013, 350). Mediju sabiedrības recipients savu "aktuālās īstenības" redzējumu izmanto diendienā kā "īstenības uzmetumu", kas, savukārt, ļauj izdarīt piecus secinājumus: 1) fikcijas var aizstāt faktus; 2) tas, kas nav medijos, nav aktuāls; 3) kas nav medijos, nav īstens; 4) mediji iegūst ģenerālo pārstāvju funkciju lietu kopsakariem visās citās sabiedriskajās daļsistēmās un 5) mediju sistēma (to veido prese, radio, televīzija, grāmatu tirgus, filmu industrija un internets) kļūst par svarīgāko sabiedrisko daļsistēmu: nekāda noieta bez reklāmas, nekādas politikas bez publiskā viedokļa, nekādas kultūras/nekāda sporta bez televīzijas, nekādas publiskas uzticēšanās bez *PR* (Merten 2013, 351).

Pats Burkarts pārstāv sociālās rīcības teoriju un uzskata komunikatīvo rīcību par sociālās rīcības veidu, kas kā process vērstas uz saprašanos, taču ar piebildi, ka cilvēki sistēmteorētiski uzskatāmi par rīcības sistēmām un komunikācijas process starp tām analizējams no sistēmteorijas pozīcijām (Burkart 2019, 58–61). Par Burkarta pozīciju būtu vēl piebilstams, ka viņš uzskatīja par nepieciešamu pieminēt austriešu mediju zinātnieku Štefanu Vēberu (*Stefan Weber*), kurš līdzās konstrukcionismam nostādījis Klāgenfurtes filozofa Jozefa Miterera (*Josef Mitterer*) nondualistisko izziņas teoriju un balstījies tās idejās savus medijteorētiskos

pārspriedumus jeb nonduālistisko mediju teoriju. Nonduālistsms atmet tradicionālo nošķirumu starp objektu un tā aprakstu, tā vietā apgalvojot, ka "objekts neesot nekas cits kā tā aprakstīšanas pēdējais stāvoklis". Vēbers savā nonduālistiskajā mediju teorijā tad nu secina, ka īstenība un apraksts veido "dinamisku vienību" un tas attiecināms arī uz medijiem un īstenību: "Mediji tātad nevis konstruē īstenību, bet gan katrs jauns mediju apraksts izmaina to/īstenību/kā lietu pēdējo stāvokli ap tieši šo aprakstu" (Burkart 2019, 273). Taču Burkarts atzīst, ka nonduālistiskā izziņas teorija un nonduālistiskā medijteorija vēl aizvien nav izturējušas empīriskas apliecināšanas testu.

Savu 1999. gadā izdoto grāmatu Klausss Mertens noslēdza ar konceptuālu prognožu izklāstu saistībā ar mediju sabiedrības nākotni. Dažas no Mertena tēzēm ir aktuālas arī mūsdienā Latvijas mediju sabiedrībai. Tā, piemēram, vācu zinātnieks norādīja uz pedagoga un mediju ekologa Neila Postmena (*Neil Postman*) pieņēmumu, ka mediji ir radījuši sava veida "pilnīgu noplakšanu, tādu *Laissez-faire* atbilstoši "mazākās piepūles principam" un tos masīvi veicina", radot "vidi, kas var publisko komunikāciju padarīt netīru vai pat saindēt" (Merten 1999, 468). Pats Mertens risinājumu saskatīja mediju pedagogijā, saprastā kā didaktiska informācija par apiešanos ar informāciju, tai vienlaicīgi iegūstot "sistemātiski vingrināma *kognitīvas izdzīvošanas treniņa*" rangū (Merten 1999, 480). Darba rezumējumu Mertens formulējis piecpadsmit "stipri aprautu konstatāciju" veidā, kas lasāmas kā brīdinājumi. Lūk, dažas skarbākās: "Tehnizācija devalvē rakstību un domāšanu", "Mediju tehnika sagrauj kultūru", "Mediju sabiedrība nav vadāma", "Mediju sabiedrība radikāli izmainīs apziņas un mentalitātes", "Trūkst aizsardzības pret informācijas ļaunprātīgu lietojumu", "Fikcijas aizstāj faktus", "Mediju definēšanas vara, konstruējot īstenību, pastāvīgi pieaug", "Pietrūkst apziņas par nākotni", "Komunikatīvās pārmaiņas norisinās ātrāk nekā to izpēte" (Merten 1999, 480). Neviena no konstatācijām nav par medijiem un politiku vai medijiem un demokrātiju, tāpēc vēl neliels ieskats vairāku autoru darbos, kas pilnībā vai daļēji veltīti šo problēmu lokiem un izvēlēti atbilstoši raksta autora īstenības konstrukcijām. Publikāciju izvēli vadījis jautājums par to, cik lielā mērā Rietumeiropas zinātnieku publikācijas un to secinājumi ir attiecināmi arī uz Latvijas politisko sistēmu un mediju sistēmu, par kurām tiks formulētas dažas atziņas raksta empīriski apsvērumu sadaļā. Nedaudz aizsteidzoties priekšā piemēru analīzei, jāpiebilst, ka tas ir jautājums par to, vai Latvijas nedēļas žurnālu "Ir" un "SestDiena" 2020. gada publikācijas, kuru autori un autores pretendē uz zināmu analītiski vērtējošas žurnālistikas pārstāvju statusu, ļauj vilkt vismaz paralēles ar demokrātijas un neo/liberālā kapitālisma krīzes parādībām, kā tās tiek argumentētas akadēmiski pazīstamu Rietumeiropas autoru publikācijās.

Londonas Universitātes politiskās komunikācijas profesors Arons Deiviss (*Aeron Davis*) savā darbā "Politiskā komunikācija", piekrītot Džeja Blumlera (*Jay Blumler*) spekulatīvajai tēzei par "jaunas elites un masu "divu līmeņu politiskās komunikācijas ekoloģijas" rašanās" tendencēm, uzskaita šādu faktoru kopumu, kas liecina par "šodienas demokrātisko krīzi un politiskās komunikācijas ceturto laikmetu": nozīmīga valsts institūciju novājināšanās; lielu, kompleksu politikas jomu un risku attīstība; ticības politiskajām institūcijām, ekspertiem un elitēm sabrukšana; ideoloģiski fragmentētas partijas; kultūras identitāte un nacionālistu izaicinājumi;

ātri augošas nestabilas jaunas partijas, interešu grupas un sociālās kustības; tradicionālo ziņu mediju operāciju iztukšošanās; bezatbildīgas un neizsekojamas ziņu un informācijas plūsmas sociālo mediju tīklos; problēmas ar informācijas pārslodzi un “patiesību”; nepiesaistīti un ļoti svārstīgi elektorāti; fragmentētas un polarizētas visdažādāko mediju publikas; pieaugoša plaša starp publiskās, redzamās, simboliskās politikas pasauli no vienas puses un privāto politiku, kas ietver lobijus un ekspertus, no otras puses. Katrs no šiem faktoriem, kas detalizēti tiek aplūkoti grāmatā, “būtiski transformē politiskās komunikācijas sistēmas” un ne tikai demokrātijās (Davis 2019, 6–9). Mediju un avotu, mediju un politikas “ekoloģija nav nedz optimāla demokrātijām, nedz ilgtspējīga”, jo “abas puses ir fragmentētas, konfliktējošas, polarizētas un neuzticamas”, pat atrodoties “nacionālo politiku *oficiālajā centrā*”, kas “vairs negarantē būšanu ne politikas vai mediju *centrā*” (Davis 2019, 105). Politiskās komunikācijas “ceturrtā laikmeta” problēmas Deiviss saista ar piecām faktoru grupām: jaunais informācijas un komunikācijas tehnoloģiju vilnis, kas fundamentāli mainījis sociālo kustību, politisko partiju, platformu kapitālisma, ziņu mediju un sociālo attiecību konfigurāciju; centrālo demokrātijas reprezentatīvo organizāciju augoša nestabilitāte un nedrošība; sagrūvums visam, kas bija palicis pāri no nācijā balstītas publiskās sfēras; problēma lokalizēt patiesību un reālu “ekspertīzi” publiskajā diskursā; pieaugoša plaša starp publisko un privāto politiku. Risinājumus Deiviss aicina meklēt “demokrātiskas atjaunotnes” ceļā gan politikajā un mediju sistēmā, gan esošo institūciju un mediju pārorientēšanā atpakaļ uz publikām, kā arī pa jaunam pārdomājot ar moderno demokrātiju asociētās normas, vērtības un ekspektācijas (Davis 2019, 207–211).

Krietni radikālāku “kritisko politisko analīzi” Deiviss kopā ar trim citiem Londonas Universitātes kolēģiem piedāvā 2020. gadā izdotajā, bet tikai priekšvārdā ar Covid-19 pandēmiju saistītajā grāmatā “Mediji, demokrātija un sociālās pārmaiņas” (Davis *et al.* 2020). No kritiskās teorijas pozīcijām, izmantojot marksistu, neomarksistu un tiem radniecīgu teoriju autoru publikācijas, bargi tiek kritizēti “modernā kapitālisma nepiepildītie solījumi tā atsevišķajā neoliberalajā momentā”, lai “identificētu ceļus, kādos mediji un komunikācija var spēlēt lomu neoliberalo demokrātisko rāmējumu radikālā kritikā un atšķirīgi veiktajā demokrātijas reģenerēšanā” (Davis *et al.* 2020, 3). Piemēram, “vai nu jānotiek radikālai partiju struktūru un reprezentācijas pārskatīšanai, vai mums jādomā par to, kā demokrātijas varētu funkcionēt vispār bez partijām” (Davis *et al.* 2020, 94). Grāmatā tiek analizētas “nevienlīdzības, nabadzības un ekoloģiskās krīzes globālās problēmas”, lai “saprastu mediju un komunikācijas lomu hegemonisko racionalitāšu uzturēšanā un kontrhegemoniju rašanās iespējamībā” (Davis *et al.* 2020, 113). Pēdējā nodaļa par intelektuāļiem un politiskās komunikācijas pāriztēlošanos (*re-imagining*) noslēdzas ar domu par “mediju zinātnieku” svarīgo lomu “patiesības teikšanā varai” un “empātijas demonstrēšanā ar marginalizētajiem, dēmonizētajiem, apspiestajiem”, apliecinot atbalstu “materiālo un intelektuālo resursu redistribūcijai” (Davis *et al.* 2020, 150).

Pavisam citu – “regulatīvā liberālisma” – risinājumu vēlē modernitātes politikajām, ekonomiskajām un kultūras problēmām savā grāmatā “Gals ilūzijām”, kas nepilnu divu gadu laikā piedzīvojusi jau sesto izdevumu, piedāvā Berlīnes Humbolta Universitātes vispārējās socioloģijas un kultūrsocioloģijas profesors Andreass Rekvics (*Andreas Reckwitz*). Mūsdienu vēlē

modernitātes kapitālismā un vēlās modernitātes ekonomikā jaunas kopumā ir divas lietas: *polarizēts postindustriālais un kognitīvi kulturālais kapitālisms* (Reckwitz 2020, 140). Piekrītot “pazīstamajam neoliberalisma kritiķim Kolinam Kroučam (*Colin Crouch*)”, Rekvics atzīst, ka mēs vairs neatrodamiem nacionālā, bet gan globālā ekonomikā, globālā kapitālismā, kurā atsevišķas zemes un reģioni atrodas konkurences situācijā par kapitālu un darbu (Reckwitz 2020, 288–289). Risinājumu neoliberalisma radītajām problēmām Rekvics saskata regulatīvajā liberālismā, kas “jauno sociālo jautājumu” risinātu kā *sociālliberalisms*, kultūras jautājumu kā *kultūrliberālisms*, bet vienlaikus izmantojot “jaunus valstiskos un civilsabiedriskos regulējumus”. Vēlās modernitātes sabiedrība “nav kopība, nav homogēns kolektīvs un nekad arī vairs nebūs. Tā ir dzīves stilos pluralizēta, šķīrās stratificēta un multietniska. Izaicinājums drīzāk ir sabiedriski vispārējā konstitūcija, kas spēj apliecināties to iekļaujošajās sociālajās atšķirībās un kulturālajās heterogenitātēs.” (Reckwitz 2020, 290) Grāmata beidzas ar norādi uz “trīs sistemātiskiem cēloņiem”, kuru dēļ mums jārēķinās ar to, ka “sabiedriskā attīstība 21. gadsimtā nes sev līdzīgu *zaudējumu pieredzi*”, proti, transformācija no industriālās uz postindustriālo sabiedrību, kuru uzkurina digitalizācija; globalizācijas procesa rezultātā ekonomiski un politiski paceļas daļa globālo dienviņu, bet “Rietumi”, visticamāk, neatgriezeniski zaudē hegemoniju, labklājības uzkrāšanas privilēģiju un politisko kundzību; ekoloģisko problēmu potenciēšanās nozīmēs neatsaucamu sabiedriskās attīstības modeļa zaudējumu, kurš par normālu uzskatīja materiālās labklājības kāpinājumu bezgalīgā nākotnē, kas savukārt nozīmē, ka kopš Apgaismības pastāvošajam progresā jēdzienam 21. gadsimtā nepieciešama revīzija (Reckwitz 2020, 304).

Abi žurnāli – “Ir” (iznāk ceturtdienās, tirāža – 15 000) un “SestDiena” (iznāk piektdienās, tirāžu nenorāda), kas faktiski ir dienas laikraksta “Diena” pielikums un kuru iespējams abonēt atsevišķi, – ir privāti mediji ar visai izteiktām politiskās orientācijas un politisko simpātiju atšķirībām. Abu izdevumu 2020. gada komplekti tika pakļauti kontentanalīzei, lai tādējādi rastu priekšstatu par izvēlētajām redakcionālajām pieejām valdības, parlamenta, politisko partiju, politiķu, medicīnas iestāžu un mediķu darbam Covid-19 pandēmijas apstākļos, kuri turpināja pastāvēt arī 2021. gadā.

Tirgus, sabiedriskās domas un mediju izpētes kompānijas “Kantar Latvia” 2020. gada rudenī veiktā Nacionālā preses auditorijas pētījuma publiski pieejamie rezultāti liecināja, ka TOP100 lasītāko periodiskās preses izdevumu pēc viena numura vidējās auditorijas sarakstā “Ir” ieņēma 15. vietu (2,7 %, 42 000 lasītāju), bet “SestDiena” 23. vietu (2,4 %, 38 000 lasītāju), bet, vērtējot pēc pēdējo sešu numuru kopējās auditorijas, “Ir” (4,9 %, 76 000) un “SestDiena” (4,8 %, 74 000) ieņēma attiecīgi 23. un 24. vietu TOP100 sarakstā. Vērtējot visu žurnālu lasītāju auditoriju pēc demogrāfijas datiem divu gadu periodā, pētījumā secināts, ka stabilākā visu žurnālu auditorijas daļa saglabājās vecuma grupā no 50 līdz 59 gadiem, sieviešu, lauku apdzīvoto teritoriju un Latgalē dzīvojošo iedzīvotāju vidū. Aktuālo politisko informāciju un viedokļus piedāvājošie laikraksti “Latvijas Avīze” un “Diena” pēc viena numura vidējās auditorijas atpaliek no abiem žurnāliem, it īpaši “Diena”, toties pēc pēdējo sešu numuru kopējās auditorijas abi laikraksti jūtami apsteidz abus nedēļas izdevumus. Vismazāk preses izdevumus

patērēja jaunieši vecumā no 16 līdz 19 gadiem, jo 68,7 % jeb 52 000 jauniešu 2020. gada rudenī bija "lasījuši vismaz vienu periodiskās preses numuru" (Kantar 2020). Saistībā ar medijiem piemītošo īstenības definēšanas spēku vēl būtu piebilstams, ka starptautiskā interneta pētniecības uzņēmuma "Gemius" Latvijas filiāles veidotajā TOP20 apmeklētāko interneta lapu sarakstā 2020. gada decembrī, TV24 īpašumā pārgājusi "la.lv" ar 637 630 reālajiem lietotājiem atradās 7. vietā, bet "diena.lv" ar 236 019 reālajiem lietotājiem 18. vietā (Gemius 2021).

Žurnāls "lr" deva iespēju divreiz izteikties kā premjeram Krišjānim Kariņam (Jaunā Vienotība (JV)), tā arī viņa valdības ministrei Ilzei Viņķelei (Attīstībai/Par! (A/P)). Vienreiz izteicās ministri Jānis Reirs (JV) un Jānis Vitenbergs (KPV LV). Savā pirmajā intervijā žurnālistiem Gunitai Naglei un Paulam Raudsepam, kas publicēta 2020. gada marta beigās, Viņķele norādīja, ka "vismazāk mums ir mediķu", turklāt uz to brīdi "Latvijā trūkst 2000 māsu. Atspēlējas veselības nozares badināšana". Atzinusi, ka "šī situācija ir skarbs stresa tests pilnīgi visām sistēmām" un tā "tik ļoti paveik vaļā Latvijas hroniskās vainas – nabadzība, nevienlīdzība", ministre aicināja mācīties no sekmīgajām Covid-19 epidēmijas apkarotājām Āzijas valstīm "apzinīgumu. Likumpaklausību kā kultūras sastāvdaļu, nevis – vienalga, ko dara valdība, viss ir slikti". Atbildot uz jautājumu par Latvijas "nacionālām īpatnībām", Viņķele atkātoja – "apšaubīt to, ka valdība zina, ko dara. Atkal ir hroniska kaite – neuzticēšanās valdībai", bet intervijas beigās izteica cerību, ka "šī krīze mūs visus tomēr saliedēs", jo "valdība pašreizējā situācijā strādā labi, un tas drusku pakausēs to neuzticēšanās ledu starp varu un sabiedrību", it īpaši, ja vēl "kolēģiem būs viedums un izlēmība piedāvāt ekonomiskā atbalsta mehānismus" (Nagle, Raudseps 2020, 14–17). Nedēļu vēlāk žurnālists Aivars Ozoliņš apgalvoja, ka "vīruss liks atteikties no populistiskiem avantūristiem politikā", jo "ir cerības, ka sabiedrības vairākums šajā krīzē iegūs imunitāti pret klauniem politikā, jo krīze liks atskārst, ka politiķa profesija patiesībā ir vissvarīgākā. Tieši no politiķu lēmumiem ir atkarīgs, kuri un cik daudzi šo epidēmiju pārdzīvos" (Ozoliņš 2020a, 6). Savukārt finanšu ministrs Reirs telefonintervijā Raudsepam norādīja, ka "pašreiz problēmas rada ārējā pieprasījuma kritums un vīruss. Mūsu darbības ir vērstas uz diviem trim mēnešiem", lai cilvēkiem būtu stabilitāte, strauji nepieaugtu bezdarbs, bankas uzņēmējiem neatprasītu kredītus. Reirs arī apliecināja atbalstu Viņķeles piedāvājumam "iesaistītajiem mediķiem palielināt atalgojumu, kamēr ir šī krīze", jo tas "ir fiskāli atbildīgs" (Raudseps 2020a, 14–16).

Par mediķiem un zinātniekiem, "kuri karā ar vīrusu ir frontes līnijai vistuvāk", "lr" žurnālisti rakstīja ļoti daudz un ļoti pozitīvos toņos, jo uzskatīja tos par "supervaroņiem", kā tas teikts Gunitas Nagles rakstā par Neatliekamās medicīniskās palīdzības dienesta (NMPD) darbiniekiem (Nagle 2020a, 18–23). Pie tādiem pieder arī infektologs Uga Dumpis, kurš kopš Covid-19 izplatības sākšanās "bieži parādās ziņu raidījumos un viņa ieraksti tviterī daudziem kļuvuši par obligātu lasāmvielu", intervijas ievadā raksta Raudseps. Dumpis atsakās prognozēt, kā ritēs cīņa ar vīrusu, taču norāda, ka "ir nenovēršami, ka mums būs problēmas un slimnīcās uzkrāsies cilvēki", jo "mums jāsaprot, ka savu veselības aprūpes nozari neesam mērķtiecīgi kopuši". Infektologs atzīst, "ja vīruss iekļūst veselības aprūpes iestādēs, kā tas noticis Itālijā vai Uhaņā, tas ir kritiskais punkts, jo tad slimo mediķi, slimo vāji pacienti", tāpēc "mūsu uzdevums

ir maksimāli izlīst ārā no šīm nepatīkšanām ar mazākiem zaudējumiem. Bet zaudējumi būs, šaubu nav.” (Raudseps 2020b, 14–17) Traģisku zaudējumu piedzīvoja arī “lr” galvenā redaktore Nellija Ločmele, kuras vīru Rolandu Tjarvi “nonāvēja Covid-19”. Atklāti izstāstot žurnāla lasītājiem savu dziļi personīgo stāstu par “pāragro un ļoti sāpīgo zaudējumu”, Ločmele aicināja visus uz “saprātīgu rīcību epidēmijas ierobežošanai” (Ločmele 2020, 14–15).

Drīz pēc apstiprināšanas Saeimā interviju “lr” (14. aprīlī) sniedza arī jaunais ekonomikas ministrs Jānis Vitenbergs (KPV LV), kurš par savu galveno izaicinājumu uzskatīja “pārstāvēt uzņēmējus, viņu intereses tālāk valdībā un ļaut viņiem pārziņot šo krīzi un pēc tam turpināt darbību”. Ministrs uzsvēra, ka, tiklīdz “sabiedrība jutīsies droši, jāatsāk ražošana un uzņēmējdarbība ar pilnu jaudu”, turklāt saistībā ar infektologu skepsi Vitenbergam “ir sajūta, ka tam vērsta pārāk liela loma”, jo “cilvēku pakļaušana tādām stresa līmenim šobrīd nav vajadzīga”, drīzāk otrādi, “jādod iedzīvotājiem ticība, ka viss būs labi”. Tāpēc loģiski, ka par iekšlietu ministra Sanda Ķirģena domām, ka jāievieš daudz stingrāka karantīna, KPV LV tolaik “nav sanākusi iespēja diskutēt”. KPV LV un Vitenbergs “augstu vērtē” priekšgājēja Ralfa Nemiro “paveikto ministrijā”, bet 13. aprīlī ministrs bija pārtraucis sadarbību ar padomnieku Pāvelu Rebenoku (Sprance 2020, 20–21).

Valsts galvenais epidemiologs Jurijs Perevoščikovs maija beigās intervijā Paulam Raudsepam bija piesardzīgi optimistisks par gaidāmo Covid-19 otro vilni rudenī un ziemā, jo “mēs nebūsim tik satraukti, jo mums jau ir pietiekami liela pieredze”. Perevoščikovs norādīja, ka “lai nodrošinātu kolektīvo imunitāti, ir nepieciešams, lai imūni būtu 70–90 procenti. Es pagaidām neticu, ka varam sagaidīt tik augstu procentu pirmajā gadā” un tāpēc “turpināsim konsekventi ievērot politiku, ka jācenšas atklāt ikvienu gadījumu, to izolēt, noteikt kontaktpersonas”. Taču speciālistu “visvairāk biedē tas, ko redzu cilvēku uzvedībā. Psihologiski var saprast, [...] bet diemžēl, ja neturpināsim ievērot distanci, situāciju varam pasliktināt”. Viņu iepriecināja tas, “ka pagaidām ir politisks atbalsts speciālistu ieteikumiem”. Tomēr Perevoščikovs brīdināja, “kamēr vakcīnas un zāļu nav, stratēģiju lielākoties mainīt nevaram” (Raudseps 2020c, 20–23). Jūnija vidū optimisma pilns bija arī premjerministrs Krišjānis Kariņš, atzīmējot intervijā Raudsepam, ka “mums viss ir labi tāpēc, ka kopumā sabiedrība ir ievērojusi visus ierobežojumus”, “izdevās nepārslogot veselības aprūpes sistēmu”, bet “Veselības ministrija plāno informatīvu kampaņu, līdzīgi kā mums bija – “mājas, ziepes, divi metri””. Jautāts par to, cik pamatoti ir tas, ka “9. jūnijā beidzas ārkārtējā situācija”, Kariņš atbildēja: “Eksperti ir tie, kas mums to visu iesaka. Dumpis ir veselības ministres Ilzes Viņķeles padomdevējs. Jurijs Perevoščikovs ir galvenais epidemiologs. Visi soļi, kurus esam spēruši līdz šim, ir tieši ekspertu ieteikti.” Taču premjers solījās, ka vajadzības gadījumā valdība atkal pievilks grožus, kaut gan, “ja kaut ko palaižam vaļā, es gribētu, lai tas ir vienvirziena ceļš. Varu iedomāties, ka sabiedrībai varētu būt ļoti grūti tikt raustītai.” (Raudseps 2020d, 12–14) Vēlākā notikumu attīstība Covid-19 frontē izvērtās tieši tāda, izraisot neapmierinātību gan sabiedrībā, gan žurnālistos.

Līdz Covid-19 otrajam vilnim rudenī un 2021. gada ziemā vēl bija Rīgas domes ārkārtas vēlēšanu kampaņa, kuras gaitā “lr” slejās bija atrodama Jaunās konservatīvās partijas (JKP) saraksta līderes Lindas Ozolas reklāma, gan dueta tipa intervijas jeb numurēti “ideju duelji”

starp Eināru Cilinski (Nacionālā apvienība/Latvijas Reģionu apvienība (NA/LRA)) un Ozolu, Konstantīnu Čekušinu (Saskaņa) un Oļegu Burovu (Gods kalpot Rīgai (GKR)), Mārtiņu Staķi (A/P/Progresīvie) un Vilni Ķirsi (JV), pie vārda nelaižot Latvijas Krievu savienības (LKS) un Zaļo un Zemnieku savienības (ZZS) pārstāvjus, kas gan netraucēja LKS būt pārstāvētai Rīgas domē. Par sava veida redakcionālās kampaņas noslēgumu uzskatāma detalizētu vēlēšanu rezultātu publicēšana, kurus pavadīja intervija ar tolaik vēl potenciālo jauno Rīgas mēru M. Staķi, kuru izvirzījušie politiskie spēki savukārt vēl nebija paspējuši sadalīties divās frakcijās – “Latvijas attīstībai” (LA) un “Par/Progresīvie” (P/Pr.).

Draudīgais uzraksts “Covid-19 otrais raunds” un jautājums “Kā uzlabot testēšanas jaudu, kas mums viszemākā Baltijā?” bija lasāmi uz žurnāla “Ir” 40. numura vāka, bet novembra pirmajā numurā atrodams Aivara Ozoliņa komentārs “Gaidīšanas politika” ar kategorisku apakšvirsrakstu “Valdībai nav stratēģijas Covid-19 epidēmijas apkarošanai”, kurā norādīts, ka “drīzāk gan valdība ir piekususi no “ekonomikas neaizvēršanas” lobiju spiediena” (Ozoliņš 2020b, 8).

Otrajā intervijā Raudsepam premjers Kariņš, raksturojot situāciju valstī, paziņoja: “Temps, kādā tiek saprasta situācija un piedāvāti risinājumi, ir sen par lēnu. Esmu dziļi neapmierināts ar veselības ministres tempu un kā valdības vadītājs uzņemos atbildību, ka neesmu spiedis rīkoties ātrāk. 8. oktobrī ministre teica, ka nekāda stratēģija nav vajadzīga. 27. oktobrī mēs pēdīgi pieņēmām stratēģiju. Ilgstoši mūsu eksperti un ministrija nebija gatava teikt, ka faktiski esam krīzē.” (Raudseps 2020e, 12–14)

Novembra beigās Viņķele sniedza kaut ko līdzīgu atbildes intervijai “Ir”, kurā atzina, ka nebūtu labi sekot to valstu piemēram, kuras “noteiktos laika posmos visus resursus ir veltījušas Covid-19 pacientiem”, jo uzskatīja, ka “nedrīkstam šādu situāciju pieļaut. 500–550 [stacionētie pacienti] būtu tā robeža, aiz kuras mums nevajadzētu kāpt, lai būtiski nesašaurinātu citu pakalpojumu sniegšanu.” Nosauktā robeža vēlāk tika divkārt pārsniegta. Aizstāvēt ekspertus, ministre norādīja, ka “ir sabiedrības daļa, kas sagaida no ekspertiem secinājumu, ka viss ir blēņas. Vēl viena sabiedrības daļa pagēr stingrākus noteikumus. Eksperti starp šīm visām dzinām emocionāli izskst.” Arī kopumā situācija vērtējama drīzāk pozitīvi, jo “slimnīcas funkcionē, un neesam pārtraukuši sniegt plānveida pakalpojumus. Ar tik vāji finansētu sistēmu, manuprāt, tas ir brīnums, kas panākts ar mediķu un lielā mērā ar valsts pārvaldes paš-aizliedzīgu darbu.” Savas kļūdas ministre bija gatava atzīt ar nosacījumu, ka iestājas “situācija, kurā es teiktu, ka esmu reāli aizšāvusi garām”, jo tad “mums nebūtu iespējas Covid-19 pacientus izvietot slimnīcās” (Nagle 2020b, 12–15). Gada beigās izrādījās, ka slimnīcu sistēmas kolaps ir pat tuvāks, nekā tas ministrei novembrī šķitis, tāpēc 2021. gada 7. janvārī nācās demisionēt pēc premjera Kariņa pieprasījuma.

Sniegt atbildi uz jautājumu “Kā man pagāja šis gads?” žurnāla gada pēdējā numurā “Ir” uzaicināja arī Ugu Dumpi, kurš sarunā ar žurnālisti Gunitu Nagli atzina, ka “kā nekad izjutis sabiedrības spiedienu teikt vienu vai otru patiesību”, kas apstiprina Klausu Mertena tēzi par fikcionālo īstenības konstrukciju lielo ietekmes spēku, saistītu ar recipientu vēlmi pēc drošīcamības savām īstenības konstrukcijām. Dumpis vēlreiz uzsvēra, ka “ne viņš nosaka to, kādu

stratēģiju Veselības ministrijā izstrādā un kādus lēmumus pieņem valdība”. Gads kopumā “padarījis mūs daudz gatavākus nākamajai pandēmijai, ko varētu izraisīt jauns gripas vīruss”, bet noteikti jāizpēta būtu “sabiedrības psihosociālā uzvedība pandēmijas laikā”. Nagle tālāk citē Dumpi: “[...] visas konspirācijas, nogurums – tas noteikti ir pētījumu temats. Mēs zinām, kā tikt galā ar vīrusu, bet nezinām, kā tikt galā ar cilvēka dabu.” (Nagle 2020/2021, 12–13)

Cita politiski redakcionālā līnija ir “nolasāma” nedēļas žurnāla “SestDiena” 2020. gada publikācijās.

“SestDiena” nedod vārdu premjeram un valdības ministriem, izņemot vienīgi tolaik vēl jauno ekonomikas ministru Jāni Vitenbergu, ar kuru sarunājas iekšpolitisko norišu vadošā aprakstītāja Sarmīte Kolāte. Tā publicēta vienlaikus ar ministra interviju žurnālā “Ir”. Gads iesākas ar Kolātes rakstu par Krišjāņa Kariņa kā premjera darbības pirmo gadu, kuru pavada premjera un protestējošu mediķu fotogrāfijas. Atsaucoties uz SKDS sociologu Arni Kaktiņu, tika konstatēts, ka Kariņa valdība “līdzīgi kā citas ir tipiski latviski nepopulāra”, jo “tikai 22 % sabiedrības pauž atbalstu valdībai iepretim tiem vairāk nekā 70 % iedzīvotāju, kas ar valdības darbu nav apmierināti”. Turklāt, kā atgādinājis A. Kaktiņš, “lai arī piekrišana pašreiz ievēlētajai pārstāvniecībai galvaspilsētā [O]ļega Burova vadītā dome] samazinās, atbalstītāju tai – atšķirībā no valdības – joprojām esot vairāk nekā neapmierināto”. Atsaucoties uz Latvijas Pilsoniskās alianses direktori Kristīni Zonbergu, secināts, ka Kariņa valdība “nespēj nodrošināt mūsdienīgu, visaptverošu un dažādas sabiedrības grupas iekļaujošu dialogu ar valdību visos lēmumu pieņemšanas posmos”, taču “ar pirmo gadu nekas nebeidzas, un pagaidām nav arī indikāciju, ka tuvākajā laikā gaidāma valdības gāšana” (Kolāte 2020a, 20–23).

No februāra vidus līdz marta beigām Kolāte apmeklēja KPV LV, JKP, GKR, JV un AP/Progresīvie dažāda tipa saietus un publicēja par tiem rakstus piecos “SestDienas” numuros. Ieskats Latvijas un Rīgas politisko organizāciju sistēmā aizsākās ar rakstu “Notika sapulce” par “valdības partijas KPV LV kongresu”, kurā autorei “garlaicīgi nebija ne mirkli”, jo šaubas raisījuši “partijas nu jau īstenā priekšsēdētāja Ata Zakatistova” izteikumi par to, ka neviens no partijas biedriem “nav agrāk berzējies gar elites tauku bundulīšiem” un kongress vērtējams kā “demokrātijas svētki”, kaut gan Kolātei “bija redzams, ka partijā demokrātiju īsti nemīl”. Raksta beigās, nosaukusi visus KPV LV valdē ievēlētos, Kolāte vēl formulēja divas cerības. Pirmo par to, ka, “ja cilvēki grib spēlēt partijās, svarīga ir ideoloģija” un nepietiek ar “kaut kādiem atslēgas vārdiem” A. Zakatistova runā. Otro – “lai biedriem un Uzņēmumu reģistram... viss patīk” (Kolāte 2020b, 12–16). Tālāko notikumu gaita partijā noslēdzās ar vēlā rudenī notikušo partijas līdera un partijas nosaukuma maiņas mēģinājumu, kuram sekoja ilgstoša cīņa par partijas vadību un visai iespaidīgo naudas daudzumu partijas kasē.

Par attieksmi pret JKP kongresu liecina jau raksta virsraksts – “Saule aust, jo ir JKP”. Partijā “ir pat tādi”, kas sevi identificējot “kā “konservatīvus borderjūgendus””, bet atkārtoti ievēlēto partijas priekšsēdētāju Jāni Bordānu “sauc par dievu”. Šī “teju pielūgsmei līdzīgā attieksme pret JKP līderi” un “ļoti izteiktais “mēs viņi” pretnostatījums visdažādākajās runās” atstājis uz Kolāti “nedaudz biedējošu – pēņojautu”. Pamanījusi daļbnieku vidū “Māri Kaijaku, kurš savulaik bija nudien izdarīgs TP [Tautas partijas] rindās” kā Valsts nekustamo īpašumu

aģentūras vadītājs, Kolāte ironiski secina, ka, “neskatoties uz autoratīvisma noskaņām un paštaisno runu stilu”, ir bijis patīkami “beidzot ieraudzīt partiju, kuras biedriem interesē politika un kura saprot, ka kongress – tas ir svarīgi”. (Kolāte 2020c, 24–27)

Pirms GKR kongresa Kolāte bija no “zinātājiem” saklausījusi, “ka tas būs viens varen garlaicīgs pasākums”, un “viņiem diemžēl bija taisnība”. Atcerējusies Bordāna paziņojumu JKP kongresā, ka “taisnība ir mūsu”, Kolāte aicina padomāt par mācītāja Aināra Baštika tēzi, ka “žēlastība ir daudz labāka par taisnību, jo taisnība sašķeļ cilvēkus”, jo, “ja partijai taisnība nepatīk, tad jau nepatīk arī ideoloģija”, un tas ir “sarežģīti”. Kaut arī kongress radījis iespaidu, ka “acīmredzot partijas piedāvājums un programma vēlēšanām nav tik būtiska”, žurnālistei “atliek vienīgi cerēt, ka kaut maza daļa no sapulču sezonas trakumā izspļautajām idejām arī tiks realizēta un sapņi neizšķīdīs”, kad Rīgas “rātsnamu atkal iecienīs procesuālu darbību veicēji” (Kolāte 2020d, 12–15).

Nelielu stresu Kolāte izjūt 2020. gada 14. martā, kad gandrīz vienlaikus notiek JV domes sēde, bet pēcpusdienā “Attīstībai/Par un Progresīvo” Rīgas domes vēlēšanu saraksta un programmas prezentācijas pasākums Ģertrūdes ielā, “kādā no tai piegulošajiem pagalmiem”. Pirmais tiek publicēts raksts par JV, par kuru “jau sen zināms, ka “Vienotība”, kura visus ir apčakarējusi, veicot it kā apvienošanos, it kā rebrandingu, pārsaucoties par “Jauno Vienotību” (jo taču ik pa laikam vajag atkārtot mītu par jauna politiskā spēka mūžīgu jaunu dzimšanu), kongresus un sapulces māk”. Tēze par atdzimšanas mītu vēlāk izrādīsies par galveno “Dienas” redakcijas “SestDienas” slejās īstenotajā “Politiskā atbildīguma” kampaņā (Dienas red. 2020).

Kolāte bažīga par to, ka “tik augstu izcelta korupcija kā problēma”, jo “pareizāk to būtu saukt par aizdomām par plaša mēroga korupciju”, taču “SestDiena” noskaidrojusi, ka “tā varbūt nav visaktuālākā problēma vēlētajam, bet tuvu tam”. Kopumā “šajā samērā profesionāli organizētajā sapulcē” tomēr pietrūcis “mazāk redzamo biedru viedoklis, vēlējumi vai kritika”, bet “ko lai dara agrāk liela un varena partija, kurai runāt gribētāju ar īpašiem nopelniem nu ir tik daudz”, kā, piemēram, Valdis Dombrovskis, kurš “aizvien ir vērtīgākais zīmols” (Kolāte 2020e, 12–15).

Tā kā A/P un Progresīvo apvienība 14. martā “savu saraksta un vēlēšanu programmas prezentāciju rīkoja teju uz ielas”, Kolāte ar nedēļas nokavēšanos publicētajam rakstam izvēlas virsrakstu “Pēdējā ballīte”. Visvairāk Kolāti nodarbina jautājums “kā un kāpēc tad tomēr ir iespējama A/P un “Progresīvo” kopība, cik ilgs mūžs tai lemts un kam tas vispār izdevīgi”. Piemēram, “kas ir “Izaugsme””, jautā Kolāte un atbild: “Nu tā ir Andra Skrides vadītā sīkpartija, kas, pievienojoties Jura Pūces vadītajai “Latvijas attīstībai”, savukārt ļāva arī šai partijai izstāstīt stāstu par it kā jaunu politisko spēku.” No apvienības ieguvēji esot gan A/P, gan “Progresīvie”, uzskata Kolāte, jo “abu partiju vēlētajī bieži pārklājas”, kā par to liecinot A/P rīcībā esošie dati, jo tā “regulāri pasūtot socioloģiskos pētījumus, lai noskaidrotu vēlētajū portretu un attieksmi pret dažādiem jautājumiem”. Saeimas vēlēšanās, tajās gan “Progresīvie” “startēs atsevišķi”, jo pēc “Islaicīgā sakara ar A/P pirms domes vēlēšanām būs gan krietni grūtāk izmantot stāstu, ka tiem otriem jau visu nosakot kaut kādi šmaukļi un/vai Edgars Jaunups” (Kolāte 2020f, 32–35).

Partiju dzīvi iepazīsinī Kolāte ir arī tā, kura sagatavo Kariņa valdības ekonomikas ministra Vitenberga tikšanās laikā ar žurnālisti stāstītā atreferējumu, kas paliek vienīgais valdības pārstāvja vēstījums “SestDienas” lasītājiem. Lasāmgabals nenomoka ar dziļām pārdomām, tāpēc arī tam virsraksts atbilstošs – “Zaļumballes apsargs no Zentenes”. Vitenbergs kā domu-biedrus min Ralfu Nemiro un uzņēmēju Klāvu Olšteinu, par kuru “zinātāju aprindās pastāv viedoklis, ka Olšteins palīdzējis arī Vitenberga vēlēšanu kampaņā”, no kuras ministrs “daudz iemācījies”, kaut atzīst, ka “tas ir liekulības un divkosības pilns process”. Arī gados vēl jaunā ministra “autoritāte politikā esot bijusī Valsts prezidente Vaira Vīķe-Freiberga”, vēsta Egīla Zirņa intervija, kas publicēta tajā pašā žurnāla numurā. Vitenbergs “cenšoties runāt ar visiem”, tāpēc ZZS pozitīvo balsojumu Saeimā par viņa kandidatūras apstiprināšanu ministra amatā drīzāk skaidro ar “ZZS mērķi iegriezt” JKP, kamēr Artuss Kaimiņš “SestDienai” to komentē, uzsverot, ka viņa mērķis bijis nosargāt partiju no Aivara Lemberga ietekmes, taču šāds balsojums liekot domāt, ka nav jau vairs ko sargāt”. Ministrs korigē savu izteicienu par to, ka “KPV LV ir vienkāršās tautas pārstāvji”, jo patiesībā ar to domājais, ka “partija pārstāv lielāku iedzīvotāju grupu nekā citas”, bet vienlaikus tas nozīmējot, ka “mūsu balsotājs ir ļoti dažāds” (Kolāte 2020g, 20–23).

Maija vidū “Diena” aizsāk ilglaicīgu kampaņu “SestDienā” ar nosaukumu “Politiskā atbildība”, kas turpinās līdz oktobra otrajai pusei, noslēdzoties ar publikāciju par Saeimas priekšsēdētājiem. Pirmo publikāciju ar apakšvirsrakstu “Visi ministri 15.05.1990–01.03.2020” un norādi uz “Diena.lv” ievada divās rindkopās formulēts visas kampaņas stratēģiskais vēstījums, kas pretendē uz Latvijas politiskās sistēmas vērtējumu: “Šodien modē “jaunajiem politiķiem” ir kritizēt “vecos laikus un veco politiku”, taču “Dienas” apkopotā statistika rāda, ka tikai neliela daļa kādreiz aktīvo politiķu pēdējos desmit gadus tiešām “nav iekšā” vai vismaz cieši pietuvināti valdībai vai kādai no Saeimā pārstāvētajām partijām. Pārsvārā šie cilvēki nekur nepazūd – pamaina partiju vai ministra krēslu, bet principā viņi tur bija vakar. Viņi tur ir šodien. Un, šķiet, plāno būt arī rīt. Griboši lemt, vadīt un mācīt. Taču tā pa īstam – ne uzņemties atbildību, ne atzīt kļūdas. Atjaunotā Latvija faktiski šo cilvēku vadībā – šādā vai citādā varas kombinācijā vai politiskajā piederībā – pieredzējusi daudzas krīzes un pastāvīgi cīnījusies ar samērā vāju spēju pietuvoties Rietumeiropas dzīves līmenim. Piedzīvoti ar skaļiem lozungiem un vājiem darbiem pavadīti restarti, kapitālie remontu un ekonomiskie izrāvieni. Un ar apskaužamu regularitāti šie cilvēki nāk ar “jaunās politikas” karogiem, spītīgi izlikdamies, ka visas agrākās problēmas uz viņiem neattiecas.” (Dienas red. 2020, 32–33) Politiskā populisma retorikas klasisko piemēru cienīgs teksts, kurā dominē pastāvošā noliegums un “to tur augšā” padziļināšanas lozungi, neieņemoties par demokrātiju un vēlēšanu atbildīgu lomu tajā.

Personīgi tiek identificēti tikai Top30 politiķi, kas visilgāko laiku pavadījuši ministra vai Saeimas priekšsēdētāja un Ministru prezidenta amatā, jo, būtu jāpiebilst, Valsts prezidents atbilstoši Satversmei nenes politisko atbildību. Visās pārējās publikācijās norādīts tikai dienu skaits, kādu tās vai citas politiskās organizācijas pārstāvis vadījis attiecīgo ministriju, MK vai Saeimu. Visai tendenciozi ir formulēti teksti par ministrijām. Tā, piemēram, saistībā ar Aizsardzības ministriju netiek minēta Latvijas iestāšanās NATO, bet tekstā par zemkopības

ministriem faktiski tikai negatīvi tiek vērtēta Latvijas iestāšanās ES. Principā “SestDiena” piedāvā saviem lasītājiem populistisku shēmu, jo, noliedzot pastāvošo partiju sistēmu un izmantojot noklusējuma principu, arī politisko demokrātiju kā tādu, kā arī nepiedāvājot alternatīvu, kas savukārt neliecina par profesionālu žurnālistiku, tiek veidota krasi negatīva aktuālās politiskās īstenības konstrukcija un līdz ar to radikāli negatīvi, neuzticēšanās noskaņojumi pret partijām, valdību un Saeimu.

Protams, problēmas ar Latvijas politisko partiju sistēmu pastāv, kā to savā publikācijā par līdzdalības veicināšanu partijās Centrāl- un Austrumeiropā norāda, piemēram, ASV Vācijas Māršala fonda pētnieks Jans Jakobs Hromiecs (*Jan Jakub Chromiec*). Viņš visas reģiona valstis iedala patronāžas demokrātijās (visas Balkānu valstis un Rumānija), sagrābtajās (*captured*) demokrātijās (Moldova, Ukraina) un kadru demokrātijās (*cadre democracies*), (Višegradas četrinieks un Baltijas valstis). Termina “kadru” partija autorību saista ar K. Krouču, kurš to izmantoja Rietumvalstu demokrātiju politisko partiju evolūcijas raksturošanai. Pēc Hromieca domām, kadru demokrātiju problēmas saistītas ar tādiem faktoriem kā zems partijas biedru skaita līmenis (mazāk nekā 1 % elektorāta Polijā un Latvijā), politisko partiju apzināta priekšroka kadru tipa organizācijai ar profesionālo politiķu dominēšanu, negatīvās atmiņas par kādreiz pastāvējušajām komunistiskajām partijām, haotiskā partiju ainava 20. gs. 90. gados, partiju vājās izglītojošā un analītiskā darba spējas, zemā partiju reputācija jaunatnes vidū (Hromiec 2020). Šīs problēmas ir risināmas, tai skaitā izmantojot visdažādākās politiskās līdzdalības formas, ieskaitot sociālo mediju un citas informācijas un komunikācijas tehnoloģiju radītās iespējas, jo pretējā gadījumā nāksies saskarties ar demokrātijas dekonsolidācijas procesiem.

Par Covid-19 epidēmiju “SestDiena” raksta gan no dažādiem mediķu darba skata punktiem, gan arī aicinot paust savu viedokli speciālistiem un cilvēkiem par epidēmijas seku pārvarēšanu citās dzīves jomās. Protams, ir arī intervijas ar Juriju Perevoščikovu un Ugu Dumpi, abu ārstu portretiem greznojot žurnāla pirmo vāku. Salīdzinoši mierīgākajā maijā Egīla Zirņa intervētais Perevoščikovs tomēr norādīja, ka “situācija ir trausla, varētu attīstīties jaunais izplatības vilnis, ja ieteikumi netiktu ievēroti”. Epidemiologs piekrita tam, ka “ekonomika, protams, ir ļoti nozīmīga lieta. Ir jābūt līdzsvaram.” Vakcīnas parādīšanos Perevoščikovs prognozēja tikai “jau nākamajā pavasarī”, nodēvējot to par “labvēlīgo prognozi” un, visiem par prieku, kļūdījās, kaut Latvijā vakcinēšanās process aizkavējās Veselības ministrijas atbildīgo darbinieku nolaidības dēļ. Intervijas noslēgumā ārsts uzsvēra, ka visu veikto pasākumu mērķis, tai skaitā medicīnas iestādēs, “ir panākt tādu stāvokli, kad intensīvās terapijas gultas nebūtu pārpildītas ar Covid-19 pacientiem, kuri ārstējas ilgstoši” (Zirnis 2020a, 8–13). Arī šī vēlme izrādījās piepildāma ar milzīgu piepūli, salīdzinoši ilgi nespējot novērst augstu mirstības līmeni.

Arī Ugas Dumpja intervija Zirnim septembra beigās vēl arvien ir relatīvi optimistiska, jo “komunikācija ar tautu bija izdevusies tādā ziņā, ka lielākā daļa cilvēku saprata, kas jādara, un joprojām saprot, kas ir distancēšanās, kur šo slimību var dabūt”. Pandēmijas izmantošanu politiskajās cīņās un interesēs Dumpis saskatīja “tajās valstīs, kurās ir populistiskas valdības, piemēram, Amerikas Savienotajās Valstīs, Brazīlijā, Lielbritānijā, situācija ir sliktāka”. Kaut

arī “Latvijā mēs esam trīsreiz piesardzīgāki nekā citās valstīs tāpēc, ka mūsu slimnīcas ir nožēlojamā stāvoklī”, tomēr “mums pagaidām iet labāk nekā citiem – gan ekonomikā, gan slimības ierobežošanas ziņā. To rāda skaitļi.” Norādījis, ka “apbrīnojami liels procents cilvēku tic visa veida konspirācijas teorijām”, jo “krīzēs un juku laikos cilvēki tic konspirācijas teorijām”, Dumpis atzina, ka “veikalā man nāk klāt cilvēki un stāsta, kā es esmu sagrāvis Latvijas ekonomiku. Tāds ir eksperta liktenis.” Infektologam nebija šaubu par to, ka “oktobrī būs skaidrs, vai vakcīna ir iespējama”, bet, kaut arī tas ir ļoti iespējams, “nav skaidrs, cik tā būs efektīva un cik ilgi darbosies” (Zirnis 2020b, 8–13). Valdības pārstāvjiem vārds netika dots arī tad, kad izrādījās, ka abu ekspertu optimisms tomēr ir bijis pārāk liels.

Toties valdības kritikai tika veltīta liela uzmanība atbilstoši politiskās atbildības kampaņas stratēģiskajam vēstījumam. “SestDienas” īpašu uzmanību izpelnījās trauksmes cēlājs, bijušais “Latvijas attīstībai” (LA) biedrs, bet arvien Rīgas domes deputāts Māris Mičerevskis. Zirnis novembra vidū publicētajai intervijai ar Mičerevski bija izvēlējis virsrakstu apgalvojuma formā “Mičerevskis: Pūce ir Jaunupa roka”, kas tad izvērsti tika argumentēts bijušā LA biedra atbildēs. To, ka LA jāpamet, Mičerevskis “neilgi pēc Saeimas vēlēšanām sapratis”, jo “tie ideāli, par kuriem kādreiz runāja, nevienam tur vairs nav svarīgi, svarīgs ir tikai personīgais labums, amatī, intereses”. LA “šobrīd oficiāli ir kādi 700 biedri, kaut cik aktīvi varētu būt kādi 90 biedri, no tiem puse varētu būt Jaunupa un Pūces radi un draugi, pārējie ir naivi ideālisti kā es, kas visu laiku tiek muļķoti”, tāpēc Mičerevskis nāk ar “labu padomu” kustībai “Parl”, “ka ar “Latvijas attīstībai” nevienam nevajadzētu būt pa ceļam”. Atzinis, ka viņam “ne pārāk patīk Ilzes Viņķeles darbība”, vispirms komunikācijas jomā, Mičerevskis vēlreiz uzsvēra, ka LA “nenotika domāšana par to, kā novērst Covid-19 krīzi, tika gaidīts, ka tā atrisināsies pati no sevis, nenotika nekāda gatavošanās otrajam vilnim. Visu laiku tika domāts tikai par savu PR un par privātajām interesēm.” Mičerevskis pauda cerību, ka “šī krīze aizmēzīs lielu daļu negodīgu, negodprātīgu un slinku politiķu, kuri domā tikai par sevi”, kaut gan to var traucēt tas, ka “pasaulē ir notikusi milzīga polarizēšanās starp konservatīvo un liberālo spārnu” un “ir izvilktas dažas [...] diezgan marginālas problēmas”, izmantojot kuras “politīki visā pasaulē blāuj un sauc cits citu par idiotiem, un mēģina ar šiem problēmjaudājumiem kārtējo reizi iebraukt varā, lai tur lielākā daļa viņu spētu gūt personīgu labumu”. Cerību stariņu Mičerevskis saskatīja “Progresīvajos”, jo “tieši viņi būs tie, kuri neļaus tādiem kā Edgars Jaunups bīdīt kādas savas intereses”, kaut gan viņš personīgi “nebūtu tik liberāls kā “Progresīvie”, kaut arī “pašu ideju saprotu un atbalstu”, jo “latvieši un krievi un visas citas tautības esam kopīgā valstī ar kopīgām interesēm”. Jautāts par “Kremļa interešu aizstāvjiem, kuri paši nezina, ka viņi tādi ir”, Mičerevskis atzīst, ka “protams, un tādi ir gandrīz visos politiskajos spēkos”, tāpēc “jebkuras politiskas partijas darbība var tikt izmantota arī pret Latviju, bet, kamēr “Progresīvie” ir tikai Rīgas domē”, viņš “tādus riskus nesaskatot”. Noslēgumā vēl sekoja jautājums par angļu valodu kā latviešu jauniešu sarunvalodu. Mičerevskis ieteica, ka “vajag radīt tādu kultūru un saturu, ko latviešu valodā var patērēt masas, nevis tā, kā bieži gadās, kad, pateicoties tādiem darboņiem kā Edgars Jaunups, atbalsts kultūrai parasti tiek dots tikai pietuvinātām personām un šī kultūra tiek veidota nevis cilvēku dēļ, bet pašu veidotāju dēļ – visi saņem finansējumu un uztaisa

it kā kultūru, kuru neviens nepatērē”. Piesaucis kā labo piemēru filmu “Kriminālās ekselences fonds”, Mičerevskis vēlreiz atgādina, ka LA “nav nākotnes” un “Latvijai kopumā nāktu tikai par labu, ja šādas “kabatas partijas” beigtu pastāvēt” (Zirnis 2020c, 8–13). Šī intervija vēlreiz “apstiprina” “Politiskās atbildības” kampaņas stratēģisko vēstījumu un Sarmītes Kolātes hipotēzi par “šmaukļiem” apvienībā A/P un “Progresīvie”.

Tādu kā valdības darba rezumējumu gada griezumā varēja saskatīt Jolantas Plaukas rakstā “Pelēkais kabinets”, kuru ievadīja kopsavilkuma rindkopa: “Draugi, nav labi! Šo premjera Krišjāņa Kariņa (JV) aizvadītajā svētdienā [29. novembrī] Latvijas Televīzijas tiešraidē teiktās uzrunas sākumu var attiecināt uz daudzām pašreizējām aktualitātēm – un vispirms jau uz Ministru kabinetā notiekošo. Nav laba ne tikai epidemioloģiskā situācija, bet nav laba arī Covid-19 izplatības pārvaldība. Nepavisam nav laba komunikācija, nav laba gaisotne valdībā. Un nav uzticības.” Tekstā gan galvenokārt norādes uz “sajūtām” [šeit un turpmāk autora izcēlums], kuras “Sestdienai” “neoficiāli” “atzīst procesā iesaistītie”, “iespējāmību,” ja premjers kontrolētu situāciju valdībā un koalīcijā, arī epidemioloģiskā situācija kopumā tiktu kontrolēta”, to, kā “bēdīgi slavenais eksministrs, tagad Saeimas deputāts Juris Pūce un A/P Saeimas frakcijas vadītājs Daniels Pavļuts – steidzās aizstāvēt Viņķeli un kritizēja Kariņa nostāju kovīdkrīzes laikā”. Gala rezultātā, konstatē Plauka, “vienotu un visaptverošu stratēģiju izstrādā tikai tagad” un, “ja būs stratēģija, lēmumus vieglāk un pamatotāk varēs izskaidrot arī sabiedrībai”. Taču, žurnālistei pauž Latvijas Tirdzniecības un rūpniecības kameras (LTRK) valdes priekšsēdētājs Jānis Endziņš, “no Finanšu ministrijas puses iepriekš diskusijās esot dzirdēts, ka nekādu stratēģiju nevajag – vienkārši nāksim kopā ceturtdienās un lemsim”, kaut gan “otrais saslimšanas vilnis bija prognozējams risks, kam vajadzēja sagatavoties laikus” (Plauka 2020, 6–10). Raksts kopumā ilustrē uz žurnāla pirmā vāka pausto konstatāciju par to, ka “ministru pretrunīgie paziņojumi un haotiskie lēmumi saistībā ar Covid-19 ierobežošanu izsaukuši daudz kritikas”, kaut gan numurā publicētās atbildes uz interneta aptauju paneļa “Snapshots” jautājumu “Ko patlaban saskatāt kā vislielāko draudu Latvijai?”, liecina, ka 52 % to saskata apdraudējumā “iedzīvotāju sociālai/finansiālai stabilitātei”, 25 % par lielāko draudu uzskata “sabiedrības noskaņojuma pasliktināšanos, bailes saistībā ar Covid-19”, bet vēl 14 % nomoka iracionālo “sazvērestību teoriju/viltus ziņu izplatība informatīvajā telpā” (SestDienas red. 2020, 4). Taču atbildi uz jautājumu “Cik politizēta ir pašreizējās krīzes vadība Latvijā, un kāpēc no pirmrindniekiem esam kļuvuši par slikto piemēru?”, kas izvietots uz pirmā vāka zem Krišjāņa Kariņa portretfoto, kurā premjers redzams ar masku uz sejas, Plauka tā arī nesniedz, taču enerģiski tiecas nostiprināt “Politiskās atbildības” kampaņas stratēģisko vēstījumu, piedāvājot konstrukciju par neveiksmīgi strādājošu valdību.

Nemēģinot vispārināt “I” un “SestDienas” publikāciju pārskatā gūtās atziņas, nobeigumā vēl vairākas atziņas no vācu filozofa Juliāna Nidas-Rimelīna (*Julian Nida-Rümelin*) grāmatas “Demokrātijas apdraudētā racionalitāte”. Demokrātijā nesaskaņu tālāk pastāvēšana ir “normalitātes gadījums”, bet konsensus attiecas “tikai uz pieņemto nolēmumu leģitimitāti”. Taču “politiskās prakses pieaugošais teoriju iztrūkums, politikas atdalīšanās no ekonomiskās un sociālās lietpratības, no zinātnes un dzīves pasaules pieredzes, ir demokrātijai nepanesami”.

Tāpēc "patiesībai ir sava vieta demokrātijā, bez nopūlēšanās ap trāpīgiem empīriskiem un normatīviem spriedumiem demokrācija iztukšojas līdz lielam ilūziju teātrim" (Nida-Rümelin 2020, 240–251).

Par Latvijas demokrātijas apdraudēto racionalitāti ar skatu 2021. gadā rakstīja "Dienas" komentētāja Agnese Margēviča, apgalvojot, ka "vienīgais stabils lielums, kurā mēs atrodamies, ciniskā kārtā ir uzticības krīze visos līmeņos", jo "brīdī, kad vienīgā atbilde varētu šķist uzticības atgūšana un atbildīga rīcība, var droši prognozēt, ka politiskās situācijas destabilizācija, ekspluatējot cilvēku dusmas, bailes un neuzticēšanos, pieņemsies spēkā, un paradoksālā kārtā atliek cerēt uz protestējošo sašķeltību un nespēju vienoties kopīgam bezatbildīgam neprātam" (Margēviča 2020, 2). Provinciālās žurnālistikas atkailinātais iracionālisms visā savā tiešumā.

Taču arī tādas žurnālistu piedāvātās fikcionālās īstenības konstrukcijas ir ļoti noderīgs materiāls kognitīvās izdzīvošanas vingrinājumiem kognitīvi kulturālā kapitālisma un regulatīvā liberālisma vāji skartajā Latvijā, kurā ilūziju teātri var sākt spēlēt arī tādi politiskie "aktieri", kuri neapzinās sevi esam demokrātijai svešu varu ietekmes aģentu lomās. Politiskā un mediju ekoloģija aicināt aicina veikt jaunus tās pētījumus, tā veicinot demokrātijas racionalitātes saglabāšanos Latvijas Republikā. Taču primāri atbildība par demokrātijas pasargāšanu no dekonsolidācijas procesiem Latvijā ir jāuzņemas politiķiem visos līmeņos, bet publiskajiem un privātajiem medijiem jāspēj sniegt savu analītiski kritisko pienesumu šajos procesos.

LITERATŪRA

Burkart, R. (2019). *Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder einer interdisziplinären Sozialwissenschaft*. 5., völlig überarbeitete und aktualisierte Auflage. Wien, Köln, Weimar: Böhlau Verlag.

Chromiec, J. J. (2020). Boosting Party Engagement in Central and Eastern Europe. *The German Marshall Fund of the United States. Policy Paper*, No. 10, July 10. Retrieved from: <https://www.gmfus.org/publications/boosting-party-engagement-central-and-eastern-europe/>

Davis, A. (2019). *Political Communication. A New Introduction for Crisis Times*. Cambridge, Medford: Polity Press.

Davis, A., Fenton, N., Freedman, D., Khiabany, G. (2020). *Media, Democracy and Social Change. Re-Imagining Political Communications*. London, Thousand Oaks, New Delhi, Singapore: Sage Publications.

Dienas redakcija (2020). Politiskā atbildība. *SestDiena*, 8.–14. maijs, 32–33.

Gemius (2021). Gemius: decembrī pieaudzis populārāko ziņu portālu apmeklējums. *Gemius Latvia mājaslapa*. 8. janv. Izgūts no: <https://www.gemius.lv/all-reader-news/gemius-decembrī-pieaudzis-popularako-zinu-portalu-apmeklejumus.html>

Kantar Latvia (2020). Preses izdevumu patēriņā vērojamas sezonālas svārstības, saglabājot patēriņa stabilitāti noteiktās demogrāfiskās grupās. *Kantar Latvia mājaslapa*. 11. nov. Izgūts no: <https://www.kantar.lv/preses-izdevumu-paterina-verojamas-sezonalas-svarstibas-saglabajot-paterina-stabilitati-noteiktas-demografiskas-grupas/>

Kolāte, S. (2020a). Trešajam tēvadēlam gadiņš. *SestDiena*, 24.–30. janv., 20–23.

Kolāte, S. (2020b). Notika sapulce. *SestDiena*, 14.–20. febr., 12–16.

Kolāte, S. (2020c). Saule aust, jo ir JKP. *SestDiena*, 28. febr.–5. marts, 24–27.

Kolāte, S. (2020d). Gods kalpot un ātri pazust. *SestDiena*, 6.–12. marts, 12–15.

- Kolāte, S. (2020e). Liktenīgās partijas ķiršu koki. *SestDiena*, 13.–19. marts, 12–15.
- Kolāte, S. (2020f). Pēdējā ballīte. *SestDiena*, 20.–26. marts, 32–35.
- Kolāte, S. (2020g). Zaļumballes apsargs no Zentenes. *SestDiena*, 9.–16. apr., 20–23.
- Ločmele, N. (2020). 26 dienas pirms pasaules gala. *Ir*, 15(520), 16.–22. apr., 14–15.
- Margēviča, A. (2020). Sagaidāms krīžu pārbagātības gads. *Diena*, 248(8494), 28. dec., 2.
- Merten, K. (1977). *Kommunikation. Eine Begriffs- und Prozeßanalyse*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Merten, K. (1999). *Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Bd.1/1: Grundlagen der Kommunikationswissenschaft*. Münster-Hamburg-London: LIT Verlag.
- Merten, K. (2013). *Konzeption von Kommunikation. Theorie und Praxis des strategischen Kommunikationsmanagements*. Wiesbaden: Springer VS.
- Nagle, G. (2020a). Superveraņi. *Ir*, 12(517), 26. marts–1. apr., 18–23.
- Nagle, G. (2020b). Kolapsa vēl nav. Un nebūs? *Ir*, 47 (552), 26. nov.–2. dec., 12–15.
- Nagle, G. (2020/2021). Uga Dumpis. *Ir*, 50/51 (555/556), 17. dec.–6. janv. 12–13.
- Nagle, G., Raudseps, P. (2020). Skarbs stresa tests. *Ir*, 11(516), 19.–25. marts, 14–17.
- Nida-Rümelin, J. (2020). *Die gefährdete Rationalität der Demokratie. Ein politischer Traktat*. Hamburg: Edition Körber.
- Ozoliņš, A. (2020a). Ākstu nolemtība. *Ir*, 12(517), 26. marts–1. apr., 6.
- Ozoliņš, A. (2020b) Gaidīšanas politika. *Ir*, 43(548), 29. okt.–4. nov., 8.
- Plauka, J. (2020). Pelēkais kabinets. *SestDiena*, 4.–10. dec., 6–10.
- Raudseps, P. (2020a). Divi miljardi un solidaritāte. *Ir*, 12(517), 26. marts–1. apr., 14–16.
- Raudseps, P. (2020b). Nedrīkst ielaist vīrusu slimnīcās. *Ir*, 13(518), 2.–8. apr., 14–17.
- Raudseps, P. (2020c). Lielāka brīvība prasa lielāku piesardzību. *Ir*, 20(525), 21.–27. maijs, 20–23.
- Raudseps, P. (2020d). “Divi metri nekur nepazudīs.” *Ir*, 23(528), 11.–17. jūn., 12–14.
- Raudseps, P. (2020e). Temps ir sen par lēnu. *Ir*, 44(549), 5.–11. nov., 12–14.
- Reckwitz, A. (2020). *Das Ende der Illusion. Politik, Ökonomie und Kultur in der Spätmoderne*. 6. Aufl. Berlin: Suhrkamp Verlag.
- [SestDienas red.] (2020). Finances un bailes. *Snapshots* aptauja. *Sestdiena*, 4.–10. dec., 4.
- Sprance, I. (2020). “Kauliņi ir mesti.” *Ir*, 14(519), 9.–15. apr., 20–21.
- Zirnis, E. (2020a). Fiziskā distancēšanās būs izšķiroša. *SestDiena*, 15.–21. maijs, 8–13.
- Zirnis, E. (2020b). Esam trīskārt piesardzīgāki. *SestDiena*, 25. sept.–1. okt., 8–13.
- Zirnis, E. (2020c). Mičerevskis: Pūce ir Jaunupa roka. *SestDiena*, 13.–19. nov., 8–13.

JCDecaux

#PALIECINĀJĀS

Atkārtojam uz
tris un četri:

**MĀJAS,
ZIEPES,
2 METRI**



MAZĀ AOKAS
VISHĀZ
2.0 SEKUNDES

JĀ TEV TIŠĀM
JĀĒT ĀRĀ, IETURI
2. M. DISTANCI
NO CĪTIEM



Simtsu profilakses un
kontrolas centrs

KĀPĀ APTURĒSIM
COVID-19 IZPLATĪŠANOS!

SPKC.GOV.LV
67387661

REKLĀMA COVID-19 KRĪZES VADĪŠANĀ

Marita Zitmane

2020. gada pavasarī vēstījums “mājas, ziepes, 2 metri” (SPKC 2020) sabiedrībai tika atkārtots kā dzejoļa skaitāmpants, skanēja no dažādiem medijiem un mācīja sabiedrībai, kā jaunajā Covid-19 realitātē uzvesties, ko darīt un nedarīt. Valsts, īstenojot rūpes par sabiedrību, izmantoja reklāmu kā informācijas sniedzēju par vēlamu uzvedību. Reklāma vēsturiski ir palīdzējusi cilvēkus informēt, mācīt jaunas prasmes, mainīt sabiedrības viedokli, radīt jaunas tradīcijas un paradumus. Tā allaž ir bijusi, ir un būs nozīmīga mediju ekoloģijas sastāvdaļa. 2020. gada Covid-19 izraisītajā pandēmijā ne tikai atbildīgās valsts iestādes, Slimību profilakses un kontroles centrs (SPKC) sabiedrībai stāstīja un mācīja, kāda ir jaunā realitāte, vēlamā uzvedība, bet arī komerciālie zīmoli komunikācijā izmantoja Covid-19 ietekmētus vēstījumus. Iespējams, ka reklāmas industrijai var pārņemt cinismu, izmantojot un pat radot noskaņojumu par vienotību, izturību un grūtību pārvarēšanu komerciālo panākumu gūšanā. Tai pašā laikā arī pašu reklāmas industrijai nelabvēlīgi ietekmēja Covid-19 izraisītā ekonomiskā nestabilitāte.

Nodaļā aplūkoti reklāmas vēstījumi, vadot sabiedrību cauri Covid-19 pandēmijas izraisītajai krīzei. Kā analīzes materiāls ir izvēlēti SPKC un veselības institūciju reklāmas komunikācijas vēstījumi, kā arī uzņēmumu reklāmas, kas reflektēja Covid-19 pandēmijas ietekmi uz mūsu dzīvi.

REKLĀMAS LOMA SOCIĀLI VĒLAMĀS UZVEDĪBAS VADĪŠANĀ

Reklāma no saviem pirmsākumiem kā instruments produktu un pakalpojumu popularizēšanā ir izveidojusies par vērtību, dzīvesstilu un ilgu veidošanas līdzekli. Reklāma ir viens no vissvarīgākajiem kultūras faktoriem, kas rada un reflektē sabiedrības dzīvi. Protams, preču un pakalpojumu pārdošana ir reklāmas pamata un vispārzināmākā funkcija (Williamson 1978, 12).

Viena no specifiskām reklāmas komunikācijas izpausmēm ir sociālās reklāmas kampaņas, kas auditorijai sniedz vēstījumus par sociāli vēlamu uzvedību sabiedrības labklājībai (Moriarty *et al.* 2018).

Sociālo kampaņu mērķis ir ietekmēt un panākt uzvedības izmaiņas. Sociālās kampaņas ir vērstas nolūkā: 1) *pieņemt* jaunu uzvedību (piemēram, valkāt masku publiskās vietās); 2) *noraidīt* potenciāli nevēlamu uzvedību (piemēram, drūzmēšanos); 3) *modificēt* pašreizējo uzvedību (piemēram, retāk apmeklēt tirdzniecības vietas) vai 4) *atteikties* no jau zināmas nevēlamas uzvedības (piemēram, roku nemazgāšana). Kampaņas var mudināt uz vienreizēju uzvedību vai izveidot ieradumu un mudināt uz atkārtotu rīcību. Pie iepriekš minētā vēl var uzsvērt divas vēlamās uzvedības: ietekmēt cilvēkus turpināt vēlamu rīcību (lietot masku publiskās vietās gripas sezonā), kā arī pārslēgties uz citu uzvedību (brīvdienās izklaides vajadzībām apmeklēt dabas takas, nevis lielveikalus) (Lee, Kotler 2020, 33). Atšķirībā no komerciālās reklāmas, kurā galvenais ieguvējs ir reklāmdevējs, sociālo kampaņu galvenais ieguvējs ir sabiedrība (Lee, Kotler 2020, 37).

Sociāli vēlamās uzvedības jomas ir ļoti dažādas, tāpēc sociālo kampaņu stratēģijas un pieejas var atšķirties, piedāvājot specifiskus pasākumus, balstoties uz noteikto sociālo sfēru. Covid-19 pandēmijas gadījumā sociāli vēlamā uzvedība ir piederīga veselības komunikācijai. Sociālo kampaņu izmantošana sabiedrības veselības nodrošināšanā ir ierasta prakse. Tās ir kļuvušas par neatņemamu valsts īstenoto stratēģisko darbību daļu, kuru mērķis ir uzlabot sabiedrības veselību un sociālo labklājību (Lefebvre 2020, 14).

Veselības komunikācijas specifika nosaka, ka vispirms jāpalielina izpratne par nepieciešamību pēc atbilstošas uzvedības, otrkārt, jāsniedz skaidra informācija par to, kāda ir uzvedība, un, treškārt, jāintegrējas citās sabiedrības veselības komunikācijas darbībās. Saziņai ir jābūt specifiskai vēlamajai uzvedībai, slimībai un kontekstam (Thompson 2014, 24–41). SPKC sociālās reklāmas vēstījums “Ziepes, mājas, 2 metri” daļēji atbilst šiem priekšnosacījumiem. Reklāma norādīja uz vēlamu uzvedību, skaidri informēja par to, savukārt vēlamās uzvedības sabiedrībā integrācijas process netika koordinēts, bet īstenots, palaujoties uz iestāžu, organizāciju, sabiedrisko vietu pašiniciatīvu un atbildīgu aktivitāti. SPKC sociālās reklāmas vēstījums tika izstrādāts ļoti īsā laika posmā, strauji reaģējot uz vides diktētajām prasībām. Reklāmas vēstījums ir ļoti vispārīgs, tas neizmanto vērtības vai noteiktām sabiedrības grupām domātus vēstījumus. Pētījumi uzsver, ka uzvedības maiņu nevar sagaidīt, nenodrošinot cilvēkiem atbalstu vēlamās uzvedības pieņemšanai. Ideālā gadījumā veselības komunikācijas kampaņas tiek izstrādātas, izplatītas un novērtētas, pamatojoties uz mērķa grupas vērtību un vajadzību novērtējumu. Neizveidojot saikni ar sabiedrību, komunikācijas kampaņa var būt neefektīva vai pat radīt pretēju efektu (Stolow *et al.* 2020, 533).

Dažādo ar pandēmiju saistīto sabiedrības uzvedības izaicinājumu risinājumu izvērtējums uzsver tradicionālās, uz faktiem balstītas, visiem piemērotas komunikācijas pieejas robežas. Sociālā mārketinga pētījumi atklāja, ka cilvēki atšķirīgi reaģē uz intervences darbībām. Piemēram, lielāka varbūtība pieņemt vēlamu uzvedību ir augstākās vecuma un izglītības, kā arī sieviešu grupās (Bish, Michie 2010, 801). SPKC vēstījums ir universālās pieejas paraugs, kas

balstās uz faktiem, uzrunājot pilnīgi visu sabiedrību. SPKC reklāmas vēstījuma pieeja – veidot universālu, visu sabiedrību uzrunājošu vēstījumu – vienlaikus ir gan tā stiprā un vājā puse.

Pandēmijas laikā tapušajos pētījumos kā piemērs labai un produktīvai valsts komunikācijai tiek minēta Jaunzēlandes pieredze. Lai mobilizētu sabiedrību noteiktā mērķa sasniegšanai – samazināt kaitējumu dzīvībai un labklājībai –, Jaunzēlandes valdība lielu uzsvāru lika uz sabiedrības informēšanu un izglītošanu par koronavīrusu. Komunikācijā uzsvēra regulāras roku mazgāšanas nozīmi, paskaidroja, kas ir sociālā distancēšanās un kāpēc tā ir svarīga, paskaidroja, kur saņemt palīdzību tiem, kam ir slimības simptomi, kā arī mudināja cilvēkus izvairīties no paniskas pārtikas pirkšanas. Šādus ziņojumus nemitīgi atkārtoja un uzsvēra pēc valdības pasūtījuma veidotajās sociālajās reklāmās (Wilson 2020, 284). Komunikācijā ar sabiedrību tika ievērots valodas un intonācijas mērķtiecīgums un iejūtība, tādējādi mīkstinot nepatīkamās un satraucošās informācijas nodošanu, mazinot risku, ka cilvēki jutīsies nomākti. Vienotība bija daļa no Jaunzēlandes valdības galvenā zīmola, reaģējot uz pandēmiju: “Vienoti pret Covid-19”. Kolektīvā mobilizācija ietvēra tādu vārdu vai frāžu pastāvīgu lietošanu kā “mēs”, “mūs”, “visi jaunzēlandieši”, “5 miljonu komanda”, kā arī slavēja cilvēku rīcību, uzsverot, ka lielākā daļa sabiedrības ir rīkojusies, kā valdība ir norādījusi (Wilson 2020, 287). Salīdzinot Latvijas oficiālā komunikācija neizmantoja vienotības motīvus, koncentrējoties uz vēlamās uzvedības izklāstu. Vienotības motīvs kaut kādā ziņā ir ievēts galvenajā uzstādījumā un aicinājumā #PaliemMājās, kas prasīja kopīgu un reizē individuālu darbību, norādot uz kopēju un individuālu atbildību par vēlamās situācijas panākšanu. Kā piemēru var minēt Paula Stradiņa Klīniskās universitātes sociālo reklāmu (KULTFILMA 2020), kurā ārsti vērsās pie skatītājiem, aicinot palikt mājās, tādējādi sniedzot ieguldījumu mūsu kopējā nākotnē, cīņā ar Covid-19.

Austrumu slimnīcas reklāmas vēstījums “Vīrusam nav brīvdienu, paliec mājās” uzrunā daudz tiešāk: “Ir pienācis brīdis, kad mēs visi kopā varam izdarīt kaut ko nozīmīgu. Mēs, ārsti, izdarīsim savu darbu, bet jums ir jāizdara savs. Lūdzu, palieciet mājās, lai mēs visi kopā varētu uzveikt šo slimību” (Rīgas Austrumu klīniskā universitātes slimnīca 2020). Jāatzīmē, ka šīs reklāmas vēstījums izmanto iebiedēšanas taktiku, gan rādot morga kameru, gan pie mākslīgās elpināšanas aparāta pieslēgtu pacientu reanimācijā. Turklāt vēstījumā ieskanas arī kaunināšanas motīvi, pārmetot sabiedrībai neapdomīgu rīcību. Lai arī šādi pārmetumi varētu būt patiesi un pamatoti, tomēr kaunināšanas taktika netiek uzskatīta par produktīvu, bet drīzāk uztvērēju atgrūdošu.

Baiļu vēstījumi jeb biedēšanas taktika ir bieži izmantota stratēģija, lai rosinātu cilvēkus uzvedības maiņu. Biedēšanas taktikā parasti tiek izmantoti grafiski attēli un sensacionāla valoda, lai izraisītu bailes, kā arī koncentrējas uz negatīvajiem scenārijiem, kas var iestāties, ja ieteiktā uzvedība netiks pieņemta (Stolow *et al.* 2020, 531). Valsts savā komunikācijā ar sabiedrību neizvēlējas izmantot biedēšanu ar Covid-19 saslimšanu un/vai slimības izraisītājiem sekām. Iespējams, ka šāda taktika bija pareizā izvēle, jo pētījumi apliecina, ka biedēšanas taktikas izmantošana komunikācijas kampaņās var izraisīt neparedzētas sekas, piemēram, noliegumu, pretreakciju, izvairīšanos, aizstāvību, stigmatizāciju, depresiju, trauksmi, paaugstinātu riska uzvedību un kontroles trūkuma izjūtu (Stolow *et al.* 2020, 532). Ja komunikācijas

vēstījumos tiek izmantoti bailes izraisoši ziņojumi, tie arī var individuus mudināt uzvesties tieši pretēji ieteiktajam (Shen 2010). Turklāt, ja reklāmās veselības aprūpes apstākļi tiek atveidoti kā augsta riska, tad cilvēki var izvairīties no ārstēšanās arī ar Covid-19 nesaistītām slimībām (Stolow et al. 2020, 532).

Kopumā izvērtējot, veselības institūciju sociālajām reklāmām var pārnest, ka tās bijušas ļoti formālas, sniedzot instrukcijas (mājas, ziepes, divi metri), bet nesniedzot atbalstu, nedodot uzmundrinājumu un neizmantojot emocionālu uzrunu, lai cilvēkus motivētu pieņemt sociāli atbildīgu uzvedību.

UZŅĒMUMU KOMUNIKĀCIJA

Covid-19 pandēmijas noteiktās realitātes motīvi tiek atspoguļoti arī dažādu uzņēmumu reklāmas komunikācijā kā reklāmas vēstījumos, tā stratēģiskajās pieejās. Pandēmijas radītā ekonomiskā situācija negatīvi iespaidoja reklāmas tirgu. Latvijas Reklāmas asociācija (LRA) ir apkopojusi mediju reklāmas tirgus datus par 2020. gada pirmajiem sešiem mēnešiem, tirgus kopējais apjoms ir 30,395 miljoni EUR. Salīdzinājumā ar šo pašu periodu aizpērn tirgus apjoma samazinājums pārsniedz 10 miljonus eiro, kas ir teju 25 % kritums (Latvijas Reklāmas asociācija 2020). LRA norāda, ka samazinājums 2020. gada pirmo sešu mēnešu periodā ir saistāms ar Covid-19 apstākļu izraisīto krīzi reklāmas un komunikācijas jomā. Latvijas valdības ieviestais ārkārtējais stāvoklis un globālie procesi ietekmēja reklāmdevēju lēmumus, kuru rezultātā reklāmdevēji gan atcēla, gan neuzsāka plānotās reklāmas kampaņas. Visvairāk samazinājās apjomi kino un vides reklāmu jomā, jo kinoteātri bija slēgti, bet vides reklāmas samazinājumu ietekmēja tukšās ielas.

Lai gan mārketinga ir pirmais, kas cieš krīzes laikā, ir nepieciešams saglabāt komunikāciju ar patērētāju. Viena no reklāmas vēsturē gūtajām atziņām par reklāmas komunikāciju ekonomiskās krīzes laikā ir nepārtraukt savu komunikāciju ar patērētāju, pat zinot, ka patērētājs nespēj veikt un neveic pirkumus. Krīze beigsies, un patērētājs novērtēs, ka zīmols vai uzņēmums ir simboliski pārvarējis šo krīzi kopā ar saviem patērētājiem.

Zīmola patiesa un autentiska komunikācija krīzes apstākļos veido spēcīgāku saikni ar patērētājiem un sabiedrību kopā. Pētījumi atklāj, ka patērētāji jūtas lepnī par to, ka krīzes laikā zīmoli palīdz saviem darbiniekiem, ziedo naudu un aprikojumu. Saistība, kas izveidojusies starp zīmolu un patērētāju šajā krīzes laikā, var būt daudz nozīmīgāka un noturīgāka nekā "miera" laikos. Tāpēc Covid-19 pandēmija uzņēmumiem piedāvā lieliskas iespējas aktīvi komunicēt ar patērētājiem (He, Harris 2020, 177).

Jau veiktie pētījumi par zīmolu komunikāciju pandēmijas laikā un patērētāju attieksmēm iezīmē, ka patērētāji novērtē zīmolu pausto attieksmi un veiktās rīcības. "Edelman Trust Barometer" pētījumā, kurā piedalījās 12 000 patērētāju visā pasaulē (Rogers 2020), divas trešdaļas patērētāju norādīja, ka viņu nākotnes lēmumus par pirkšanu būtiski ietekmēs tas, kā zīmoli reaģēs uz pandēmiju. Trešdaļa aptaujāto jau ir aktīvi nomainījuši zīmolu, pamatojoties

uz, viņuprāt, zīmolu neatbilstošu reakciju uz krīzi. Piemēram, Brazīlijā šādi ir rīkojušies 76 % aptaujāto, savukārt Indijā 60 %. Zīmoli īpaši tiek kritizēti, ja rodas iespaids, ka tie darbojas pašlabuma iegūšanas nolūkā vai izvairoties no zaudējumiem, tai pašā laikā sagaidot, ka citi no zaudējumiem necentīsies izvairīties (Kirka, Rifkinc 2020, 127). Tas nozīmē, ka patērētāji aktīvi vērtē zīmolu darbību un soda tos, kas nav uzvedušies atbilstoši pašu izvirzītajiem uzstādījumiem par kopību un ziedošanos. Iespējams, ka zīmoli, kas sevi ir pozicionējuši kā sociāli atbildīgus, var būt īpaši pakļauti patērētāju nosodījumam, ja rodas iespaids, ka pandēmijas laikā tie ir atkāpušies no savas apņemšanās. Lielākā daļa patērētāju iepriekšminētajā aptaujā norādīja, ka viņi sagaida, ka zīmoli demonstrēs izpratni par pandēmijas ietekmi un rādīs, kā to produkti un pakalpojumi var palīdzēt cilvēkiem tikt galā ar jaunās realitātes radītajiem izaicinājumiem (Kirka, Rifkinc 2020, 127). Latvijas gadījumā šāda komunikācija bija īpaši izteikta telekomunikāciju reklāmas vēstījumos. “Tele2” reklāmu sērija radīja gan darbu no mājām, gan attālināto mācīšanos un mācīšanu, gan produktu iegādi internetā.

Interesanti, ka “Edelman Trust” aptauja atklāja, ka 57 % patērētāju uzskata, ka pārāk humoristiska vai vieglprātīga komunikācija par pandēmiju nav piemērota (Kirka, Rifkinc 2020, 127).

Pasaules pieredze rāda, ka daudzi zīmoli savā komunikācijā izteica pateicību veselības aprūpes darbiniekiem un citiem būtisko nozaru darbiniekiem, kuru darba specifika neļauj veikt darbu attālināti (Ad Council 2020). Daži uzņēmumi fokusējās uz veselības aprūpes darbiniekiem, piedāvājot viņiem bezmaksas pārtiku. Arī Latvijā šādas iniciatīvas tika īstenotas, visplašāk publikajā telpā izskanot “Circle K” bezmaksas kafijas vai citu karsto dzērienu piedāvājumam visiem operatīvo dienestu darbiniekiem (Delfi 2020). Zīmoli ne tikai izteica pateicību, bet arī sniedza atbalstu saviem patērētājiem, piedāvājot bezmaksas produktus, tādējādi atvieglojot sadzīvi, kā arī stiprinot savu tēlu. Latvijā var izcelt “TET”, kas visiem saviem “Helio” interaktīvās televīzijas klientiem bez maksas dāvināja Bērnu tematisko paku un bērniem vecumā no 2 līdz 7 gadiem īpaši pielāgotu un drošu Bērnu stūrīti. Savukārt “Helio” virszemes televīzijas klientiem – Bērnu un jauniešu paku (TET 2020). LMT stiprināja savu zīmolu, atbalstot XII Latvijas Skolu jaunatnes dziesmu un deju svētku oficiālās dziesmas “Tavs karogs” videoklipa tapšanu, kura pamatu veidoja 1127 cilvēku no visas Latvijas iesūtītie video (LMT 2020a). Jāatzīmē, ka šī bija viena no retajām sabiedrību iesaistošajām aktivitātēm sociālās distancēšanās laikā. Kopumā LMT mazāk izmantoja klasisko reklāmas komunikāciju – reklāmas video, bet radīja saturu savos sociālo tīklu kontos par cilvēkiem, kas tiek galā ar dažādiem jaunās realitātes izaicinājumiem, kā arī par uzņēmuma atbalstu mediķiem un skolotājiem. LMT video sižetu sērija “Cilvēki Covid pirmajā līnijā” (LMT 2020b) ir zīmolu komunikācijas piemērs par varoņu tēmas izmantošanu, “YouTube” un “Instagram” paužot Covid-19 pirmās līnijas darbinieku stāstus. Pateicības un atzinības izteikšanas mūsdienu varoņiem – Covid pirmajās līnijās nodarbinātajiem – kopumā salīdzinoši maz tiek izmantots reklāmas komunikācijā, lai gan pasaules pieredzē šis ir plaši izplatīts motīvs.

Pasaules pieredzes analīze liecina, ka kopumā Covid-19 tika izmantots kā jauna marķēta stratēģija, ņemot vērā esošo mājās palikšanas realitāti. Reklāmas ziņojumi atsaucās uz palikšanu mājās, sociālo distancēšanos, minimālu kontaktu vai garlaicību, esot karantinā. Arī Latvijas uzņēmumi aktīvi izmantoja šīs iespējas, gan jēgpilni komunicējot par vēlamu sociāli

atbildīgo uzvedību, gan pašmērķīgi sasaistot reklāmas vēstījumu ar jauno realitāti. Piemēram, “Cēsu alus” vēstīja, ka uzņēmuma ražojuma skārdenēm tīrība ir garantēta – “Cēsu alus, jo drošība ir pirmajā vietā!”, pozicionējot folijas vāciņu skārdenēm kā drošības garantu. Mājdzīvnieku barības ražotājs “Purina” aicināja, ka jāpārlicinās “par sava mīluļa drošību, veselību un lab sajūtu” (Purina Latvia 2020). Auto ražotājs “Toyota”, reklamējot automašīnas, aicināja “Distancējies dabā!” – doties izbraukumā ar jauno auto. Tomēr, neskatoties uz šiem minētajiem piemēriem, kopumā zīmolu komunikācija nevajadzīgi neizmantoja pandēmijas radīto situāciju. Diemžēl saliedētības, izturības un kopības ziņojumi nepiepildīja publisko telpu. Latvijā līdz 2020. gada nogalei netika ieviesta stingra karantīna un citi sabiedrisko dzīvi kardināli ietekmējoši ierobežojumi, kas noteikti ietekmēja publisko vēstījumu saturu un emocionālo tonalitāti.

Var apšaubīt to uzņēmumu ētiku, kuri veido pašslavināšanas reklāmas, maskējoties ar sabiedrības informēšanu (Cowden, Sellnow 2002, 198). Kopš Covid-19 pandēmijas zīmoli peļņas nolūkos ir izmantojuši patēriņeciskotus vienotības, aprūpes un kopienas jēdzienus. Lai (atkārtoti) parādītu savus produktus, pakalpojumus un sevi kā būtiskus, ētiskus un ieinteresētus sabiedrības labklājībā – nevis (tikai) peļņā – zīmoli ir izstrādājuši mārketinga saturu un komunikācijas stratēģijas, kas reflektē pašreizējo Covid-19 situāciju un tās izraisītās bailes un bažas (Sobande 2020, 2). Bieži vien zīmoli savā reklāmas komunikācijā pašreizējo Covid-19 globālo pandēmiju pasniedz kā spēku, kas apvieno cilvēkus, lai novērstu uzmanību no zīmolu apšaubāmās attieksmes pret darbiniekiem un dzīšanos pēc peļņas. “Mēs visi...” vēstījuma banalitāte ļauj zīmolam sevi reklamēt, maskējoties ar ieguldījumu cilvēku vienotībā, aprūpē un sabiedrībā, nevis komerciālos panākumos (Sobande 2020, 2).

Tomēr jāuzsver, ka šāda rīcība nav unikāla tikai Covid-19 pandēmijas situācijai. Zīmoli ilgstoši ir lietojuši emocionālu retoriku un reprezentācijas, to starpā arī izmantojot tēlus un idejas, kas saistās ar *grassroots* aktīvismu, lai izveidotu pievilcīgas reklāmas. Bieži vien šādu centienu mērķis ir padarīt zīmolus humānākus un dzīves realitātei pietuvinātākus.

PIEMĒRGADĪJUMU ANALĪZE

Atbildīgās institūcijas ar sabiedrību komunicēja tieši, reklāma kā sabiedrības vadīšanas instruments netika izmantota. Reklāma netika izmantota arī kā sabiedrību vienojošs instruments. Šo funkciju veica komerciālie zīmoli, savos reklāmas vēstījumos reflektējot par jauno pandēmijas izraisīto realitāti, aicinot uz vienotību un konstruējot stāstus par veiksmīgu, bez problemātisku grūtību pārvarēšanu. Analīzei esmu izvēlējusies divu zīmolu reklāmas komunikāciju, kas atveidoja pandēmijas ietekmēto uzvedību, kā arī vadīja sabiedrības uzvedību atbilstoši sociāli vēlamajai.

“Rimi Latvija” reklāmas komunikācija

Lielveikalus pandēmijas apstākļi reizē gan ietekmēja, gan neietekmēja. Stingrāko ierobežojumu laikā (raksts pabeigts 2020. gada novembrī) lielveikali turpināja strādāt, tai pašā



1. attēls. Tirdzniecības ierobežojumi "Latvija Rimi".
2020. gada 23. decembris. Sanitas Dubras foto

laikā tajos bija jānodrošina epidemioloģiski droši apstākļi patērētājiem, kā arī jācer, ka patērētāji tos ievēros. "Rimi Latvija" ļoti aktīvi komunicēja ar saviem patērētājiem, liekot galveno uzsvāru uz atbildīgu uzvedību. "Rimi Latvija" video reklāmu sērija "Esi atbildīgs" uzskatāmi rādīja, kādam jābūt atbildīgam iepirkšanās procesam ar roku dezinficēšanu un distancēšanas ievērošanu un citiem procesa aspektiem (Rimi Latvija 2020a). "Rimi Latvija" ar reklāmas komunikāciju vadīja vēlamu uzvedību ne tikai attiecībā uz iepirkšanās procesu, bet daudz plašākā kontekstā. Reklāmu sērija "Pāliec mājās", izmantojot slavenību spēku, mudināja cilvēkus ievērot noteikto sociāli vēlamu uzvedību. Tieši šajā lielveikala reklāmu sērijā ieskanējās kopības aicinājums, kopības izjūta un arī atbildība: "Izdarām to kopā, bet katrs atsevišķi" (Rimi Latvija 2020b). Jāuzsver, ka šie ziņojumi tika izveidoti arī krievu valodā, tādējādi aptverot plašu Latvijas sabiedrības daļu. "Rimi" kā aktīvākais zīmols Covid-19 situācijā iesaistījās arī brīvprātīgo kustības #pāliecmājās atbalstā, reklamējot gan sociāli atbildīgu uzvedību – palikšanu mājās, gan sociāli atbildīgu darbību – palīdzēšanu cilvēkiem, kam ir jāpaliek mājās, gan arī veikalus "Rimi", kur var iegādāties nepieciešamās lietas (Rimi Latvija 2020c). Iespējams, ka šī ir vienīgā reklāma, kurā ieskanas motīvi par to, ka ne visi spēj tikt galā ar jaunās

realitātes radītājām grūtībām, ka ir cilvēki, kuriem nepieciešams atbalsts. Kopumā vērtējot, “Rimi Latvija” gadījums ir lielisks piemērs, kā zīmols var izmantot pandēmijas realitāti savā komunikācijā, turklāt darot to jēgpilni, neuzsverot savu ieinteresētību un peļņas mērķus.

“Tele2” reklāmas komunikācija

“Tele2” ļoti operatīvi un proaktīvi savā reklāmas komunikācijā reflektēja pandēmijas izraisītās izmaiņas sabiedrības ikdienā. Turklāt uzņēmuma reklāmas komunikācija arī savā ziņā konstruēja vēlamu jauno realitāti – pandēmiju –, kas, lai arī norit citādi nekā ierasts, ir ļoti sekmiņa, pat bezrūpīga. Reklāma, protams, piedāvāja patērētājam konkrētu produktu – mobilo internetu, turklāt vadot patērētāju uz jaunu patēriņa rīcību – pērkot nepieciešamo produktu vai pakalpojumu internetā un saņemot to ar piegādi uz mājām. Arī šis reklāmas vēstījums vada reklāmas uztvērēju un potenciālo patērētāju sociāli vēlamas uzvedības virzienā – neapmeklēt veikalus un palikt mājās.

Mobilo sakaru operators “Tele2” kopā ar reklāmas aģentūru “Not Perfect” radīja Latvijā pirmo televīzijas reklāmas klipus, kur viss gatavošanās un filmēšanas process tika veikts attālināti: “Mēs ar šo klipus reklamējam ne tikai mūsu mobilo mājas internetu, bet arī parādām, kāda ir pašreizējā dzīve, ievērojot distancēšanos – tā nav apstājusies, bet funkcionē savādāk” (Tele2 2020a). Klips rāda bērnus mājās, darbu mājās, mācīšanu un mācīšanos mājās un arī jaunās realitātes izraisītos kuriozus (Tele2 2020b). Šajā reklāmā ieskanas motīvs, kas izteikti raksturīgs pirmās puses pandēmijas laika reklāmas komunikācijā – mēs lieliski tiekam ar visu galā. Pandēmijas cikla noslēdzošā reklāma arī koncentrējās tikai uz pozitīvo pieredzi. Reklāmas teksts uzsver krīzi kā iespēju, fokusējoties uz pozitīvo pieredzi un ieguvumiem:

“Latvija. Tikai pāris mēnešu, bet iemācījušies esam tik daudz! Attīstām savus slēptākos talantus. Neatmaidīgi meklējam harmoniju un līdzsvaru. Ieskaite noliekam, neatstājot mīļoto dīvanu. Stāvēšanu rindā norakstām pagātnē. Un svinēt mēs tagad protam par spīti četrām sienām. Varam lepoties, šis laiks ir licis katram apgūt ko jaunu un visa Latvija izmanto internetu jēgpilnāk nekā jebkad.” (Tele2 2020c)

Reklāmas vēstījums ir skaidrs – mēs esam tikuši galā ar izaicinājumiem, guvuši vērtīgu pieredzi, kopumā esam ieguvēji, pandēmijas izraisītā krīze mums (reklāma runā par visu Latviju) ir sniegusi iespējas, nevis zaudējumus. Jāuzsver, ka reklāma vizuāli atveido visnotaļ labklājīgu dzīvi, tas attiecas arī uz jau iepriekš analizēto attālināti uzņemto reklāmas video. Reklāma rāda cilvēkus un ģimenes, kurus neierobežo dzīvojamās platības lielums un saziņas tehnoloģiju trūkums. Dzīve bez stresa, nomāktības un raizēm.

Protams, ka komercireklāmas uzdevums nav reflektēt par ciešanām un sāpēm, bet uzburt vēlamu un ilgotu normalitāti. Tomēr rodas jautājums, vai mērķauditorija spēja identificēties ar atveidoto realitāti? Vai bezbēdīgais – mums kovidā viss ir lieliski – nerada auditorijā frustrāciju par savas dzīves nespēju sasniegt šo bezrūpīgo atmosfēru? Līdzīgus procesus varēja

novērot sociālo tīklu telpā, kad atsevišķu sociālo tīklu personību pārdomas, ka pandēmijas laiks ir lieliska iespēja atvilkt elpu no saspringtā dzīves skrējiena, izsauca ironiju un neizpratni.

SECINĀJUMI

Krīzes piedzīvošanā un pārdzīvošanā mediju klātbūtne ir neizbēgama. Covid-19 pandēmija tika un tiek pieredzēta ar izteiktu mediju pieredzi. Arī reklāmas komunikācija bija un ir nozīmīga šīs pieredzes daļa. Krīzes situācija izgaismoja, cik ļoti reklāmas komunikācija veic sociālo funkciju, reklāma var kalpot kā sabiedrības vadīšanas instruments. Komerzcīmoli veica krīzes vadības funkciju, informējot cilvēkus par sociālu vēlamu uzvedību, mudinot un atbalstot krīzes sākotnējā posmā.

Valsts komunikācija ar sabiedrību drīzāk paļāvās uz ekspertu un atbildīgo amatpersonu tiešajiem vēstījumiem, līdz galam neizmantojot reklāmu kā sabiedrības vadības instrumentu. SPKC reklāmas materiāls – “Ziepes, mājas, 2 metri” – profesionāli un vizuāli atraktīvi izveidots, tomēr nesniedza cilvēkiem ziņojumu par atbalstu, kopību vai grūtību pārvarēšanu, koncentrējoties tikai uz vēlamās sociālās uzvedības instruktāžu.

Komerzcīmolu reklāmas komunikācijā bija sastopamas pandēmijas realitātes refleksijas, konkrētāk – konstrukcijas. Zīmoli reklāmas komunikācijā konstruēja tādu realitātes versiju, kas pārslīd pāri nevienlīdzībai un ikvienu atveido kā daļu no vienotas cilvēku masas, kurus visus Covid-19 skar vienādi. Frančeska Sobande (*Francesca Sobande*) norāda, ka šādi vēstījumi nevis vienkārši veicina zīmolu peļņu, bet arī noraida to cilvēku pieredzi, kurus Covid-19 pakļauj vislielākajam riskam un kurus Covid-19 skāra visvairāk un vistiešāk: “Zīmoli rada un komunicē “mēs”, kas atveido pasauli, sabiedrību, valsti kā brīvu no diskriminācijas un atšķirībām starp cilvēkiem” (Sobande 2020, 4). Reklāmu atveidotā “jaunā Covid-19 realitāte” reprezentē iluzoru realitāti, labklājīgas normalitātes sabiedrību, kur katrā mājāsaimniecībā ir viedtelefoni, datori un citas tehnoloģijas, kur ikviens var un māk iegādāties preces e-veikalos, kur visas ģimenes dzīvo mājokļos, kas ir gana ietilpīgi, lai vienlaikus bērni varētu mācīties un vecāki strādāt. Reklāma ignorē to cilvēku realitāti, kuriem pandēmijas noteikto ierobežojumu dēļ ievērojami samazinājās ienākumi, tika pārtrauktas darba attiecības, nebija pieejamas tehnoloģijas mācībām un/vai darbam. Reklāma uzbūra ainu par to, kādi mēs gribētu būt, bet diez vai esam. Pētnieks Džons Bergers (*John Berger*) izvirza jautājumu: kā reklāma saglabā savu ticamību? Un atbild: reklāmas patiesīgumu nosaka nevis tās solījumu izpildīšana, bet gan tās fantāziju atbilstība skatītāja – patērētāja – fantāzijām. Pats svarīgākais ir nevis saskaņa ar realitāti, bet gan ar sapņiem (Berger 1972, 146). Šādi vērtējot, reklāmas vēstījumi sasniedza savu mērķi, piedāvājot sapni, nevis realitāti.

Mediju ekoloģijas pieeja sniedz iespēju apskatīt medijus kā vidi, skatoties uz to gan kā uz veselumu, gan atsevišķiem to veidojošajiem elementiem. Arī reklāma nenoliedzami ir būtiska mediju ekoloģijas daļa, izmaiņas reklāmas vidē ietekmē norises mediju sistēmā kopumā. Piemēram, reklāmas virzīšanās no produkta tēla uz patērētāju pieredzes atveidošanu savulaik

būtiski vājināja žurnālu industriju, reklāmai aizplūstot uz audiovizuālo mediju – televīziju (McLuhan 1994, 227).

Covid-19 pandēmijas radītā ekonomiskā krīze ir ietekmējusi reklāmas industriju. Uzņēmēji, pielāgojamies jaunajai situācijai, pārorientēja daļu tirdzniecības uz digitālo vidi, kas nosacīti nāca par labu interneta medijiem, kā rezultātā reklāmas kritums interneta medijos 2020. gadā ir vismazākais (mīnus 3,3 %) salīdzinājumā ar reklāmas apjoma izmaiņām citos medijos (Latvijas Reklāmas asociācija 2021). Šīm izmaiņām varētu būt tālāka ietekme uz mediju vidi kopumā, atbalstot un sekmējot digitālo mediju izaugsmi. Pandēmijas ierobežošanas pasākumi sekmēja e-komercijas attīstību, piesaistīja cilvēku dzīvi ekrāniem. Reklāmai ir svarīgi sasniegt auditoriju, un, ja auditorija atrodas digitālajā vidē, tad reklāma to uzrunās no dažādajiem ekrāniem. Iespējams, ka reklāmas kontekstā pandēmija veicinās digitālo mediju ietekmes palielināšanos.

LITERATŪRA

Ad Council (2020). *Ad Council Launches 'Out There for Us' Campaign Thanking Workers on the Front Lines of the COVID-19 Pandemic*. April 27th. Izgūts no: www.adcouncil.org/News-Events/Press-Releases/Ad-Council-Launches-Out-There-For-Us-Campaign-Thanking-Workers-on-the-Front-Lines-of-the-COVID-19-Pandemic

Berger, J. (1972). *Ways of Seeing*. London: Penguin Books.

Bish, A., Michie, S. (2010). Demographic and Attitudinal Determinants of Protective Behaviours During a Pandemic: a Review. *British Journal of Health Psychology*, 15, 797–824. DOI: 10.1348/135910710X485826

Bronfenbrenner, U. (1977). Toward an Experimental Ecology of Human Development. *American Psychologist*, 32(7), 513–531. DOI: 10.1037/0003-066X.32.7.513

Cowden, K., Sellnow, T. (2002). Issues Advertising as Crisis Communication: Northwest Airlines' Use of Image Restoration Strategies During the 1998 Pilot's Strike. *The Journal of Business Communication*, 39(2), 193–219. DOI: 10.1177/002194360203900203

Delfi (2020). Covid-19: Degvielas mazumtirgotāji uzpildes stacijās ieviesuši papildu drošības pasākumus. *Delfi.lv*. 18. marts. Izgūts no: <https://www.delfi.lv/auto/zinas/covid-19-degvielas-mazumtirgotaji-uzpildes-stacijas-ieviesusi-papildu-drosibas-pasakumus.d?id=51977337>

Frewer, L. (2004). The Public and Effective Risk Communication. *Toxicology Letters*, 149, 391–397. DOI: 10.1016/j.toxlet.2003.12.049

He, H., Harris, L. (2020). The Impact of Covid-19 Pandemic on Corporate Social Responsibility and Marketing Philosophy. *Journal of Business Research*, 116, 176–182. DOI: 10.1016/j.jbusres.2020.05.030

Kirka, C., Rifkinc, L. (2020). I'll Trade you Diamonds for toilet paper: Consumer reacting, coping and adapting behaviors in the COVID-19 pandemic. *Journal of Business Research*, 117, 124–131. DOI: 10.1016/j.jbusres.2020.05.028

KULTFILMA (2020). #PaliēcMājās. Paula Stradiņa Klīniskās universitātes slimnīca. *Youtube.com*, 27. marts. Izgūts no: <https://www.youtube.com/watch?v=qKx9iCXkDe4>

Latvijas Reklāmas asociācija (2020). *Mediju reklāmas tirgus apjoms pirmajā pusgadā samazinājies par 25 %*. Izgūts no: https://www.lra.lv/webroot/file/uploads/files/2020.%20gada_1.pusgada_tirgus%20dati_relize.pdf

Latvijas Reklāmas asociācija (2021). *Latvijas mediju reklāmas tirgus 2020. gadā samazinājies par 16,4 %*. Izgūts no: <https://www.lra.lv/lv/zinas/latvijas-mediju-reklamas-tirgus-2020-gada-samazinajies-par-16-4>

Lee, N., Kotler, P. (2020). *Social Marketing. Behavior Change for Social Good. Sixth Edition*. London: SAGE Publications.

- Lefebvre, C. R. (2013). *Social Marketing and Social Change Strategies and Tools for Health, Well-Being, and the Environment*. San Francisco: John Wiley & Sons.
- McLuhan, M. (1994). *Understanding Media. The Extensions of Man*. Cambridge: The MIT Press.
- LMT (2020a). Dziesmas "Tavs karogs" videoklipa veidošanā iesaistījušies vairāk nekā 1100 cilvēku no visas Latvijas. LMT internetvietne. 4. maijs. Izgūts no: <https://www.lmt.lv/lv/jaunumi?pid=980>
- LMT (2020b). Cilvēki Covid pirmajā līnijā. *Facebook.com*. 17. apr. Izgūts no: <https://www.facebook.com/watch/197239286963377/263383105071285>
- Moriarty, S., Mitchell, N., Wood, C., Wells, W. (2018). *Advertising @ IMC. Principles @ Practice*. New York: Pearson.
- Purina Latvija (2020). Mājās ar mīļiem! *Facebook.com*. 22. apr. Izgūts no: <https://www.facebook.com/PurinaLatvija/videos/215072909794997/>
- Rimi Latvija (2020a). Esi atbildīgs! *Youtube.com*. 7. apr. Izgūts no: https://www.youtube.com/watch?v=yVYczbCpExs&list=PLHiScgpbBU3edFxoUrXVDNJ9b6Z_BM6D0&index=8
- Rimi Latvija (2020b). Esi atbildīgs. *Youtube.com*. 27. marts. Izgūts no: https://www.youtube.com/watch?v=wvfw2XQu-A&list=PLHiScgpbBU3edFxoUrXVDNJ9b6Z_BM6D0&index=3
- Rimi Latvija (2020c). Piesakies brīvprātīgo atbalsta kustībai. *Youtube.com*. 17. apr. Izgūts no: https://www.youtube.com/watch?v=ckkff5QyCU&list=PLHiScgpbBU3edFxoUrXVDNJ9b6Z_BM6D0&index=16
- Rīgas Austrumu klīniskā universitātes slimnīca (2020). Vīrusam nav brīvdienu, paliec mājās! *Youtube.com*, 10. apr. Izgūts no: <https://www.youtube.com/watch?v=MfLIKd8q5Y>
- Rogers, D. (2020). Consumers are Putting Brands on Notice Over Coronavirus Behaviour, Study Finds. *Campaign*, March 31st. Izgūts no: <https://www.campaignlive.co.uk/article/consumersputting-brands-notice-coronavirus-behaviour-study-finds/1678821>
- Shen, L. (2010). Mitigating Psychological Reactance: The Role of Message-Induced Empathy in Persuasion. *Human Communication Research*, 36(3), 397–422. DOI: 10.1111/j.1468-2958.2010.01381.x
- SKPC (2020). Mājas. Ziepes. Divi metri. *Youtube.com*, 3. apr. Izgūts no: <https://www.youtube.com/watch?v=dDdwB-txS2c>
- Sobande, F. (2020) 'We're All in This Together': Commodified Notions of Connection, Care and Community in Brand Responses to COVID-19. *European Journal of Cultural Studies*. 23(6), 1033–1037. DOI: 10.1177/1367549420932294
- Stolow, J., Moses, L., Lederer, A., Carter, R. (2020). How Fear Appeal Approaches in COVID-19 Health Communication May Be Harming the Global Community. *Health Education @ Behavior*, 47(4), 531–535. DOI: 10.1177/1090198120935073
- Tele2 (2020a). Latvijā filmēta pirmā reklāma attālinātā veidā. *Tele2 internetvietne*. 23. apr. Izgūts no: <https://www.tele2.lv/tele2/tele2-jaunumi/jaunums/latvija-filmeta-pirma-reklama-attalinata/>
- Tele2 (2020b). Paliec mājās. *Youtube.com*. 17. apr. Izgūts no: https://www.youtube.com/watch?v=D_SE5TxFcQ0
- Tele2 (2020c). Jauna Latvija. *Facebook.com*. 21. maijs. Izgūts no: <https://www.facebook.com/121645514542989/videos/1202757446722905>
- TET (2020). Tet saviem klientiem dāvina plašu saturu bērniem. Izgūts no: <https://www.tet.lv/par-tet/par-mums/jaunumi/tet-davina-plasu-saturu-berniem>
- Thompson, T. (ed.). (2014). *Encyclopedia of Health Communication*. London: Sage Publications. DOI: 10.4135/9781483346427
- Williamson, J. (1978). *Decoding Advertisements. Ideology and Meaning in Advertising*. London: Marion Boyars.
- Wilson, S. (2020). Pandemic Leadership: Lessons from New Zealand's Approach to COVID-19. *Leadership*, 16(3), 279–293. DOI: 10.1177/1742715020929151

REDAKCIJAS SLEJA

LORETA JARGANE,
PORTĀLA "ALŪKSNEŠIEM.LV"
REDAKTORE
LORETA.JARGANE@ALUKSNESIEM.LV

Kultūra pārceļas uz virsma

Sistībā ar ārkārtas situāciju valstī, kas aicina cilvēkus ierobežot savus pārvietošanos, uzskaita kampaņu #Ekskurs, kas aicina pasākumus, izrādēs koncertus un izstādes apmeklēt virtuālajā vidē. Kultūras ministrija internetā vietnē em.gov.lv ir izveidojusi sarakstu ar digitālajiem resursiem, kurus iedzīvotāji var izmantot bez maksas. Taču netrūkst arī privāto iniciatīvu, kas ļauj baudīt kultūras pasākumus, neizejot no mājām. Interneta laikmetā pieejama arī virtuāla ārvalstu resursu.

apskatīti 72 stundas pēc transkrīpcijas.

Kino

ALŪKSNES PILSĒTAS SĀKUMSKOLA
**MĒS TEVI IZAICINĀMĪ
MĀCĀMIEM NO MĀJĀMĪ TAS IR LIELISKI,
PIEDĀLĀMIEM!**



**MĀCĪBAS
NAV ATCELTAS, TĀS
NOTIEK ATTĀLINĀTĪ NO
23.MARTA LĪDZ 14.APRĪLIM**

**SKOLOTĀJS E-KLASĒ NOSŪTĪS
INFORMĀCIJU PAR
MĀCĪBĀM. SEKO VIŅA
NORĀDĪJUMIEM!**

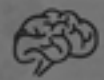


Ja skolēns nespēj piedalīties mācībās attālinātā veidā vai citu apstākļu dēļ, vecāki par to informē klases audzinātāju. Ja skolēns nepiedalās mācību procesā ieviektas un neiesaistīts uzdotos un nepiedalīties komunikācijā tas tiks uzskatīts par neattālinātu kavējumu.

**SKOLA
UN PEDAGOGI NODROŠINA
MĀCĪBU PROCESA
ORGANIZĒŠANU UN
ISTENOŠANU.**



**VECĀKI
NODROŠINA SKOLĒNU
PIEDĀLĀŠANOS MĀCĪBU
PROCESĀ.**



**ESI MIERĪGS
UN ATBILDĪGS!
PĀRĒJĀS LŪGT**



MS". Lese Gundars Aboljē.



ēmieni
ijas Centrālās bibliotēkas n
pā rchiv sadaļas "Bērnu
akadēmijai "Internets" at
"Nedēļas interneta vi

Būt atbildīga būt mājās

Ja, visa pasauli ir pārņēmis vīruss, tas ir fakts. Zināms, ka saslimšana ar jaunā koro infekcijas slimība "Covid-19" pirmo reizi kā da 31. decembrī Ķīnā. Kopš tā laika inficēti vairākos desmitos valstu.

Vīruss konstatēts arī Latvijā un pārējās B sa avots pagaidām nav zināms. Pret to nav Cerībā kerobēlot vīrusa izplatību.

situācija no 13. martā.



foto: no insider.co.uk

Ja strādā no mājām

Nereti uzņēmumi izdevumu taupīšanas nolūkos izvēlas neieņēt ofissus, ļaujot/liekot saviem darbiniekiem strādāt no mājām. Īpaši aktuāli tas ir pašlaik.

Ja darba devējam galvenais ir padarīts darbs un nav svarīgi, kurā laikā tas tiek paveikts, darbinieks pats var plānot savu dienaskārtību tostarp apvienot darbu ar citām lietām. Darbs no mājām gan ir darbinieka pašdisciplīna, ir cija un laika plānošanas prasība. Strādājot mājās var būt produktīvāka, jo darbojas atvērta, kad strādāt, savi savu bioloģisko ritmu.

vien saziņu atvieglo, jo nav piemēram, jāgaida, kad atbrīvosies no darba. Taču izpaliek darbiniekiem, koleģiem, draugiem, ģimēņim.

Pieci pārskatīti
Nedēļas nogalē (no 20. līdz 23. martam) Valsts policija Valmierē par ārkārtas situācijas pārkāpumiem un konstatējumiem saistībā ar šo situāciju pieņēma piecus lēmumus.

Nedēļas nogalē (no 20. līdz 23. martam) Valsts policija Valmierē par ārkārtas situācijas pārkāpumiem un konstatējumiem saistībā ar šo situāciju pieņēma piecus lēmumus.

Aktualitātes Alūksnes un Apes novados par "Covid-19"

Alūksnes un Apes novados par "Covid-19" aktualitātes. "Ugunsdzēsības dienests (VUGD). "Ugunsdzēsības dienests (VUGD) ir jābūtu izstrādājis individuālas drošības gādības instrukcijas, arī tīrīšanai, skaidro VUGD pārstāvi Sandra Vijaņa. Tāpat darbinātā gūst struktūrvienību nodrošināt ar drošības instrukcijām.

šitā cilvēkus, kuri tiešas palīdzības. Par lauku iespēju jānoskaidro palīdzība. Tāpat Apes novads gūst un gatavo organizēt pietu var tautas palīdzības sociālajam dienestam.

Murta Kauliņa arī ielūdzoties vakar pūcēšanai to apstiprinot. tas ir būtiski, ka citā veidā, kas problēmas cilvēkiem mājās, šitā un šitā.

REGIONĀLO MEDIJU LOMA KRĪZES VADĪŠANĀ UN IZZIŅOŠANĀ

Laura Uzule

Laiki nav svarīgi. Svarīgs ir cilvēks.

(I. Ziedonis)

Līdz ar Pasaules Veselības organizācijas 2020. gada 11. marta paziņojumu, ka koronavīruss Covid-19 ir sasniedzis pandēmijas apmērus, un Latvijas Republikas Ministru kabineta 2020. gada 12. martā pieņemto lēmumu – izsludināt visā valsts teritorijā ārkārtējo situāciju ar mērķi ierobežot Covid-19 izplatību (Ministru kabinets 2020a) – ierastais dzīves ritējums pilnībā mainījās. Lai gan Latvijas varas pārstāvju operatīvo un plānveidīgo rīcību¹ Covid-19 pandēmijas sākumposmā atzinīgi novērtē citu valstu pārstāvji (Lielbritānijas prestižais laikraksts “The Daily Telegraph” Latvijas stratēģiju cīņai ar Covid-19 izplatību nodēvējis par īpašu veiksmes stāstu (LETA 2020b), Pasaules Veselības organizācija situāciju ar Covid-19 Latvijā vērtē kā labu) (Krenberga 2020), tomēr daudzas uzņēmējdarbības nozares Latvijā ir ļoti smagi cietušas, tostarp arī masu mediji un jo īpaši reģionālie mediji, kas par savu eksistenci cīnās jau daudzus gadus. Turklāt nav paredzams, vai un kad pasaulē izdosies uzvarēt cīņu ar vīrusu,

¹ Lai informētu sabiedrību par ārkārtējās situācijas nopietnību, slimības simptomiem, palīdzības saņemšanas iespējām, valdības pieņemtajiem lēmumiem un ierobežojumiem, sniegtu atbildes uz cilvēku interesējošajiem jautājumiem, nodrošinātu maksimālu operatīvu informācijas apriti, Valsts kanceleja izveidoja īpašu interneta vietni – [covid19.gov.lv](https://www.covid19.gov.lv).

līdz ar to Covid-19 aktivitāte, saslimstības dinamikas mainīgums un radīto seku ietekmes dziļums nav prognozējams. Līdz ar reģionālo mediju novājināšanos negatīvi tiek ietekmēta visa Latvijas mediju ekosistēma, kuras atsevišķie elementi ir savstarpēji cieši saistīti.

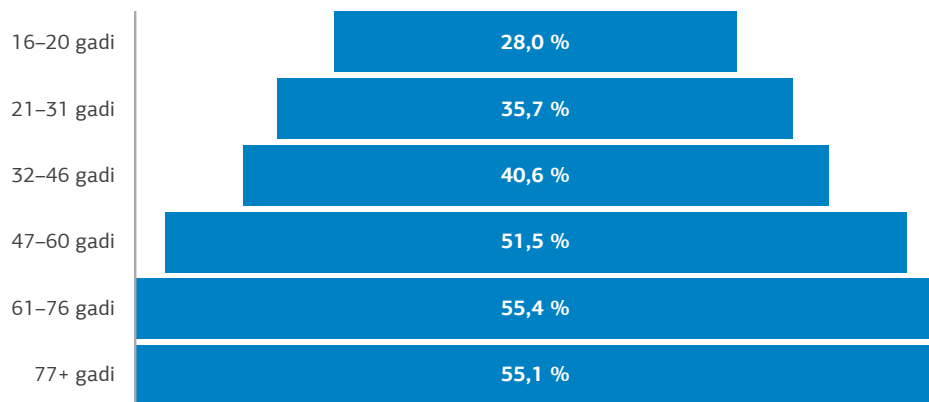
Lai noskaidrotu, kā koronavīrusa Covid-19 attīstība, izplatības mazināšanai noteiktie ierobežojumi un krīze ietekmējsi reģionālo laikrakstu kā Latvijas mediju ekoloģijas būtiskas komponentes darbu un radīto saturu, kādas problēmas šī krīze radījusi un kā mediju pārstāvji ar tām cīnās, tika īstenots vairāku pakāpju pētījums: 1) auditorijas anketēšana (1428 respondenti) (LU SPPI 2019); 2) nacionālo un reģionālo mediju pārstāvju anketēšana (26 respondenti); 3) reģionālā laikraksta "Alūksnes un Malienas Ziņas" satura analīze (valstī noteiktās ārkārtējās situācijas laikā); 4) dziļās, daļēji strukturētās intervijas ar reģionālo avīžu redaktorēm – Ivonnu Plaudi ("Neatkarīgās Tukuma Ziņas" – Kurzeme), Anitu Rozentāli ("Bauskas Dzīve" – Zemgale), Līgu Vīksnu ("Alūksnes un Malienas Ziņas" – Vidzeme) un Māru Nizinsku ("Rēzeknes Vēstis" – Latgale).

REĢIONĀLO MEDIJU PATĒRIŅŠ UN SATURS SABIEDRĪBAS VĒRTĒJUMĀ

Krīzes situācijā ārkārtīgi nozīmīga loma ir masu medijiem – operatīvas informācijas iegūšanai, analīzei, skaidrošanai, psiholoģiskam atbalstam. Cilvēki informāciju iegūst no tiem medijiem, kuriem uzticas visvairāk. Pētnieciskā darba izpildes laikā īstenotās aptaujas rezultāti apliecina, ka informāciju par aktuāliem jautājumiem Latvijā un pasaulē respondenti galvenokārt iegūst no tradicionālajiem medijiem: TV – 20,1 %, radio – 15,4 % un drukātie preses izdevumi – 10 %. Līdzīgi rezultāti arī citos pētījumos, piemēram, Baltijas valstīs vislielāko uzticību sabiedrības vērtējumā izpelnās radio, televīzija un drukātie mediji.² Dažādu informācijas resursu patēriņš ir cieši saistīts ar cilvēku vecumu – jo jaunāka auditorija, jo vairāk patērē internetu (sociālos medijus un ziņu portālus), izmanto digitālās platformas, jo vecāka auditorija, jo biežāk patērē televīziju, radio un preses izdevumus (NEPLP, Latvijas Fakti 2018). Šīs izteiktās mediju lietošanas atšķirības skaidrojamas ar mediju pieejamību, lietotprasmi un iemaņām, paaudžu tradīcijām un dzīvesveidu, interešu un medija piedāvātās informācijas saturisko segmentāciju.

Lai nodrošinātu informācijas pieejamību, daudzpusīgumu un ticamību, varas uzraudzību, ļoti nozīmīga loma Latvijas un arī pasaules mediju kopējā ekosistēmā ir reģionālajiem

² 2019. gada novembrī veiktais Eirobarometra pētījums parāda, ka visās Baltijas valstīs par uzticamāko mediju tiek atzīts radio (Latvijā – 65 %, Lietuvā – 62 %, Igaunijā – 62 %). Nedaudz uzticamības ziņa atpaliiek televīzija (Latvijā – 63 %, Lietuvā – 57 %, Igaunijā – 61 %). Drukātie mediji tiek ierindoti trešajā vietā kā uzticamākie (Latvijā – 48 %, Lietuvā – 48 %, Igaunijā – 50 %). Detalizētāk sk.: European Commission (2019). *Media use in the European Union. Standard Eurobarometer 92. Autumn 2019. November*. Retrieved from: <https://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/index.cfm/Survey/getSurveyDetail/instruments/STANDARD/yearFrom/1974/yearTo/2019/surveyKy/2255>



1. attēls. Reģionālo mediju patēriņš pēdējā mēneša laikā pa vecuma grupām (LU SZF SPPI 2019)

medijiem. Sabiedrības anketēšanas rezultāti liecina, gandrīz puse (46,2 %) visu aptaujāto respondentu pēdējā mēneša laikā ir lasījuši reģionālos medijus (drukātā veidā vai internetā), turklāt vērojama līdzīga tendence kā ar drukāto presi kopumā – jo respondenti ir jaunāki, jo reģionālā prese viņus interesē mazāk, jo respondenti ir vecāki, jo reģionālos medijus patērē vairāk (sk. 1. attēlu). Cilvēku interese par reģionālo laikrakstu saturu aug līdz ar katru sasniegto mūža desmitgadi (LU SZF SPPI 2019).

Reģionālos medijus teju vienlīdz bieži mēneša laikā patērējušas gan sievietes (47,4 %), gan arī vīrieši (44,7 %). Salīdzinot reģionālo laikrakstu patēriņu starp kultūrvēsturiskajiem novadiem, Rīgu un Pierīgas reģionu, vērojams, ka krietni retāk šie mediji tiek lietoti Rīgā (21,4 %), savukārt visaktīvāk patērēti Kurzemē (66,1 %) un Vidzemē (65,6 %). Šie anketēšanas rezultāti ļauj secināt, ka ļoti lielai daļai sabiedrības (arī jauniešiem, jo teju trešā daļa (28 %) aptaujāto līdz 20 gadu vecumam atzina, ka pēdējā mēneša laikā ir lasījuši kādu reģionālo izdevumu) reģionālo mediju radītais saturs ir ļoti svarīgs. Reģionālos laikrakstus patērē gan strādājošie (45 %), gan arī nestrādājošie (48,2 %) respondenti, arī cilvēki, kuru personīgie ienākumi ir salīdzinoši zemi – 300 eiro (52,5 %) līdz 500 eiro (52,1 %) mēnesī (LU SZF SPPI 2019).

REĢIONĀLO LAIKRAKSTU SATURS SABIEDRĪBAS VĒRTĒJUMĀ

Izdalot detalizētāk respondentus visvairāk interesējošās rubrikas reģionālajos laikrakstos, pārliecinoši dominē (turklāt ar katru cilvēka desmitgadi aizvien vairāk) lokālā

informācija – pašvaldības un novada ziņas (12,2 %). Tas ir reģionālo avīžu unikālais saturs, kurš valsts mēroga medijos nav atrodamas, līdz ar to neaizvietoama funkcija kopējā mediju sistēmā. Otrs sabiedrību biežāk interesējošais temats ir kultūra (11,1 %), kam seko vairākas ļoti līdzvērtīgi novērtētas rubrikas – dzīvesstāsti un intervijas (8,8 %), izglītība (8,6 %), ekonomika (8,6 %), sports (8,5 %), politika (8,2 %) un lauksaimniecība (7,9 %) (LU SZF SPPI 2019). Arī šīs respondentu intereses apstiprina kopējās mediju patērētāju tendences, proti, jau ilgstoši visvairāk lasīto preses izdevumu desmitniekā ir dzīvesstila (piemēram, “Ieva”, “Levas Stāsti”) un dzeltenās preses (piemēram, “Privātā Dzīve”, “Kas Jauns”) žurnāli (Kantar 2020). Cilvēki padziļinātāk interesējas par tematiem, kas skar viņus personīgi, piemēram, lokālās aktualitātes un notikumi, izglītošanās iespējas, darbs, finanses un hobiji.

Daudzi aptaujātie cilvēki norādījuši, ka viņus īpaši interesē reģionālo izdevumu redaktoru slejas un viedokļi (7,7 %). Tā kā reģionālo laikrakstu darbinieki un patērētāji dzīvo / veido vienu lokālo kopienu, neizbēgams ir gan ģeogrāfiskais, gan arī emocionālais tuvums. Līdz ar to bieži reģionālo avīžu veidotāji ir lokālās kopienas autoritātes, kuru viedoklī daudzi ieklausās, vērsas pēc padoma un palīdzības. Lai gan aptaujas rezultāti liecina, ka demogrāfiskās ziņas, tuvējā apkārtnē dzimušie (4,6 %), kā arī sēru vēstis un līdzjūtības (4,9 %) respondentus interesē salīdzinoši mazāk, tomēr veikto interviju laikā teju visi cilvēki atzina, ka šīs rubrikas ir vienas no pirmajām, kuras viņi izlasa.

Vēl viena būtiska reģionālo laikrakstu saturiskā sadaļa ir reklāmas un sludinājumi (6,3 %). Lokālais izdevums ir viena no pieejamākajām un populārākajām platformām šāda veida informācijas izplatīšanai. Tiesa, jau gadiem reģionālo laikrakstu veidotāji cīnās ar vietējām pašvaldībām, kuras izdod sabiedrisko attiecību speciālistu veidotus (pašvaldību darbu slavinošus) informatīvos izdevumus. Šie izdevumi ir bezmaksas, piegādāti iedzīvotājiem pastkastītēs, tajos tiek iekļauti arī reklāmveida raksti, tādējādi gūstot peļņu un kropļojot gan lokālo reklāmas tirgu, gan arī sabiedrības izpratni par profesionālu žurnālistiku.

Sievietes biežāk nekā vīriešus vairāk reģionālo laikrakstu saturā interesē ziņas par jaundzimušajiem (+21,4 %) un mirušajiem (+13,9 %) lokālās kopienas cilvēkiem, intervijas un dzīvesstāsti (+18,9 %), redaktoru slejas (+16 %), raksti, kas veltīti izglītības tematikai (+13,4 %), kultūras notikumiem (+10,9 %), kā arī horoskopi (+11,5 %). Savukārt vīriešus biežāk par sievietēm interesē ar sportu (+10,9 %) saistītie raksti un aktualitātes politikā (+2,3 %) (LU SZF SPPI 2019).

Kopumā iespējams secināt, ka drukāto mediju pieprasījums sabiedrībā un arī uzticība to piedāvātajam saturam vēl aizvien ir augsta, bet ne vienmēr potenciālajiem lasītājiem (ierobežoto finanšu dēļ) ir iespējams šos medijus iegādāties. Aktuālāko informāciju par notikumiem valstī vidējās un jaunākās paaudzes respondenti vislabprātāk iegūst no tradicionālajiem medijiem, savukārt jaunākās paaudzes cilvēki – no interneta medijiem. Vērojamas līdzīgas tendences drukāto mediju un reģionālās preses lietošanas paradumos, proti, jo cilvēki kļūst vecāki, jo viņi biežāk patērē šos mediju veidus. Reģionālo mediju auditoriju visvairāk interesē informācija, kas saistīta ar lokālo vidi – pašvaldības un novada ziņas, kultūra, kā arī sports, dzīvesstāsti un intervijas.



2. attēls. "Alūksnes un Malienas Ziņas" titullapa

REĢIONĀLĀ LAIKRAKSTA "ALŪKSNES UN MALIENAS ZIŅAS" SATURA ANALĪZES REZULTĀTI

Vairākus gadus Alūksnes un Apes novadu teritorijā tika izdoti divi laikraksti – vienu reizi nedēļā "Alūksnes Ziņas" (no 2001. gada līdz 2019. gadam) un divas reizes nedēļā "Malienas Ziņas" (no 1989. gada līdz 2019. gadam). Reģionālajam laikrakstam "Malienas Ziņas" ir sena vēsture, jo tā pirmsākumi meklējami jau 1925. gadā. Sabiedriski politiskais un literārais laikraksts "Malienas Ziņas" iznāca līdz 1944. gadam. No 1967. gada līdz 1989. gadam šajā teritorijā trīs reizes nedēļā tika izdots Latvijas Komunistiskās partijas Alūksnes rajona komitejas un Alūksnes rajona Tautas deputātu padomes laikraksts "Oktobra Karogs" (Latvijas Nacionālās bibliotēkas elektroniskais kopkatalogs). Finansiālu apsvērumu dēļ no 2019. gada 4. janvāra Alūksnes un Apes novadam adresētie reģionālie laikraksti tika apvienoti, un turpmāk divas reizes nedēļā (otrdienās un piektdienās) iznāk apvienotais izdevums "Alūksnes un Malienas Ziņas". Lai palielinātu un dažādotu potenciālo auditoriju, no 2008. gada laikrakstam ir izveidots arī reģionālais interneta portāls "Alūksniešiem.lv".

Lai noskaidrotu, kā Covid-19 pandēmija un tās radītās sekas, valstī noteiktie ierobežojumi ietekmējuši reģionālo laikrakstu dienaskārtību un žurnālistu radīto saturu, tika īstenotas gadījuma studijas – pēc nejaušības principa izvēloties reģionālo laikrakstu "Alūksnes un Malienas Ziņas" un analizējot laikraksta saturu laika posmā no 2020. gada 3. marta līdz 16. jūnijam, vienu nedēļu pirms un vienu nedēļu pēc Latvijas Republikā izsludinātās ārkārtējās situācijas sākuma (2020. gada 12. marts) un noslēguma (2020. gada 10. jūnijs).

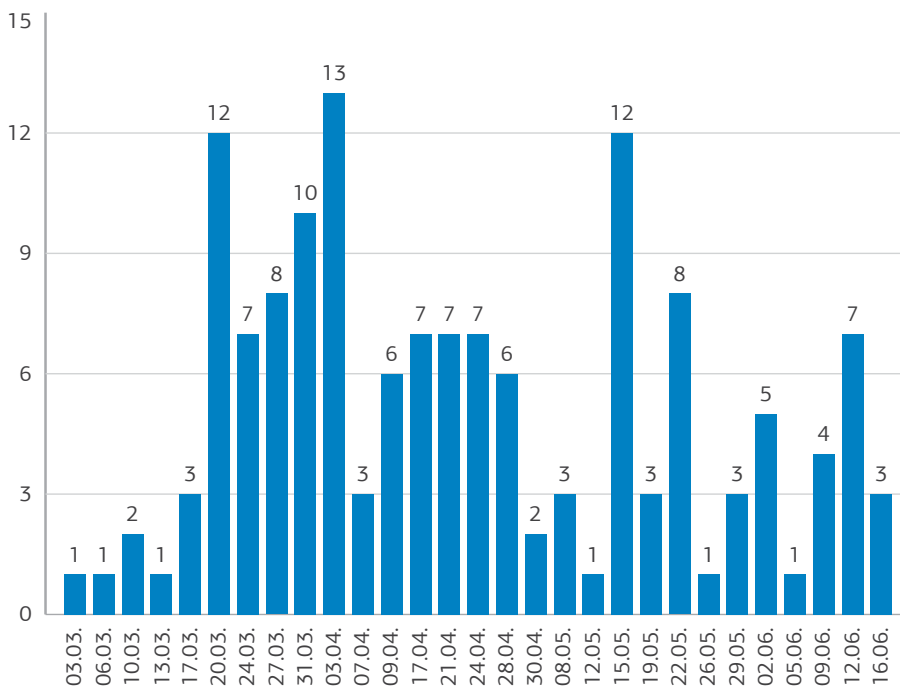
Reģionālā laikraksta “Alūksnes un Malienas Ziņas” satura analīzei tika atlasīti tie raksti, kuru saturs jebkādā veidā bija veltīts Covid-19. Lai veiktu padziļinātāku rakstu analīzi, tika izveidotas vairākas satura analīzes kategorijas, tādējādi cenšoties noskaidrot pandēmijai veltīto publikāciju tematiku, žanru, mērķi, konotāciju, ģeogrāfisko aptvērumu, apjomu, novietojumu. Lai saprastu, kādu emocionālo vēstījumu pauž žurnālistu sagatavoto materiālu virsraksti, tika īstenota arī koronavīrusam veltīto publikāciju virsrakstu analīze.

No kopskaitā analizē iekļautajiem 147 rakstiem 91 % ir sagatavojuši reģionālā laikraksta “Alūksnes un Malienas Ziņas” redakcijas darbinieki. 9 % visu koronavīrusam veltīto publikāciju ir citu cilvēku sagatavotie materiāli, piemēram, lasītāju pārdomas un dzeja par pandēmijas laiku, novada skolu pedagogu informatīvi raksti par izglītošanās iespējām skolā, valstī noteikto drošības pasākumu ievērošanu, arī Alūksnes novada pašvaldības sabiedrisko attiecību speciālistu sagatavoti ziņojumi par ierobežojumu ieviešanu pašvaldības iestādēs, darba laiku maiņu, saziņas iespējām, aktuālākajiem lēmumiem, kas saistīti ar pandēmijas ierobežojumiem, atbalsta pasākumiem (Kokle-Līviņa, Prūsis 2020; Prūsis 2020; Dubre-Dobre 2020; Rudbārža 2020; [B. a.] 2020b; Aploka 2020a). 63 % visu analizē iekļauto publikāciju bija pievienotas arī fotogrāfijas vai infografikas, tādējādi sagatavoto materiālu padarot pamanāmāku un vizualizējot tā saturu.

Tāpat jāatzīmē, ka, lai īpaši pievērstu lasītāju uzmanību valstī noteiktajiem distancēšanās ierobežojumiem (un arī laikraksta abonēšanas kampaņai), laika posmā no 31. marta līdz 3. aprīlim reģionālās avīzes “Alūksnes un Malienas Ziņas” titullapu rotā divu metru distancēšanās infografika, sauklis “Abonēt ir droši!” un mirkļbirka “#paliecmajas” (sk. 2. attēlu).

Pētījuma laikā tika fiksēts arī Covid-19 vīrusam veltīto materiālu apjoms. Tā kā tikai 28 % visu analizēto rakstu ir mazāki par ceturto daļu lapas, turklāt 20 % rakstu aizņēma pusi lapas, bet 18 % aizņēma vienu vai vairāk nekā vienu lapu (analītiski raksti), koronavīrusa temats reģionālā laikraksta dienaskārtībā bija prioritārs. To apstiprina arī rakstu izvietojums avīzē – lielākā daļa Covid-19 materiālu ir atrodami laikraksta pirmajās trijās lapaspusēs: pirmajā lapaspusē – 8 %, otrajā – 32 % (reģionālajā laikrakstā “Alūksnes un Malienas Ziņas” tā ir viedokļiem un komentāriem atvēlētā lapaspuse), trešajā – 15 %, pārejās lapaspusēs – 45 %.

Likumsakarīgi, ka, nosakot, kāds ir rakstu informatīvi ģeogrāfiskais aptvērums, visvairāk – trīs ceturtdaļas materiālu jeb 75 % reģionālajā izdevumā ir veltīti lokālajām aktualitātēm, 22 % – nacionālajām, 2 % – eiropeiskajām (attālinātās intervijas ar ārvalstīs mītošajiem cilvēkiem – Plaude 2020a; Apine 2020e) un 1% – globālajām aktualitātēm (intervija ar Džonu Kārvailu, ASV vēstnieku Latvijā) (Apine, 2020c) par koronavīrusa Covid-19 aktivitāti, ierobežojumiem un sekām. Līdzīgi rezultāti iegūti arī citu īstenoto pētījumu laikā (piemērus sk.: Lauterer 2006; Cole 2006), proti, reģionālo mediju prioritāte informācijas atlases procesā ir lokālās ziņas, kas arī nodrošina to popularitāti lokālās kopienas vidū. Arī reģionālo mediju pārstāvji norāda, ka lokālā informācija ir viņu īpašā atšķirības zīme, salīdzinot ar citiem mediju vienlaikus arī misija, jo neviens nacionālais medijs regulāri nefiksē lokālos notikumus (dienaskārtība, apjoma ierobežojums, distance, mērogs).



3. attēls. Koronāvirusam veltīto publikāciju skaits laikraksta “Alūksnes un Malienas Ziņas” numuros (2020. gada 3. marts–16. jūnijs)

KORONAVĪRUSAM VeltĪTO RAKSTU DINAMIKA UN SATURS

Kopumā pētījuma laikā tika izanalizēti 147 reģionālā laikraksta “Alūksnes un Malienas Ziņas” raksti, kas bija veltīti koronāvirusam Covid-19. Kā redzams 3. attēlā, visos analizē iekļautajos laikraksta numuros bija vismaz viens raksts, kas vēstīja par vīrusa tematiku, tādējādi apstiprinot šī notikuma augsto aktualitāti reģionālo laikrakstu dienaskārtībā. Publikāciju intensitāte daļēji skaidrojama arī ar laikraksta daļību projektu konkursā “Atbalsts medijiem Covid-19 krīzes radīto negatīvo seku mazināšanai”, kura viens no mērķiem bija sniegt atbalstu – “sabiedriski nozīmīga satura veidošanai ārkārtējās situācijas laikā, lai nodrošinātu sabiedrībai iespēju saņemt daudzpusīgu informāciju un viedokļus par COVID-19 krīzes pārvarēšanu” (Sabiedrības integrācijas fonds 2020).

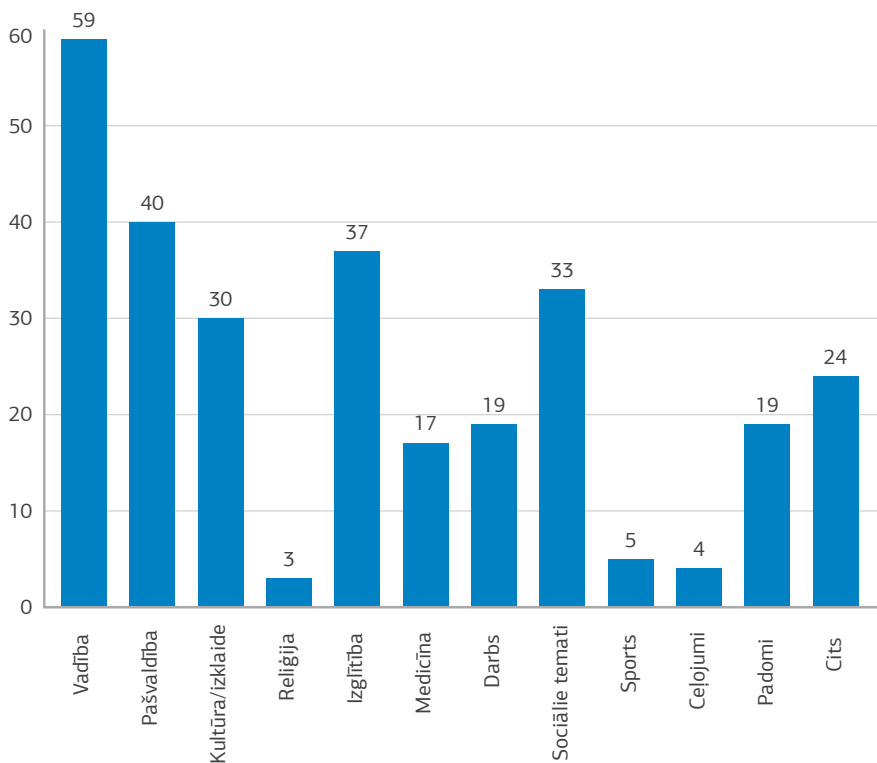
Kopumā vērojams viļņveidīgs publikāciju skaits, kas visaugstāko intensitāti sasniedz laika periodā no 20. marta līdz 28. aprīlim – slimības uzliesmojuma pīķis Latvijā un pasaulē, līdz ar to arī koronāvirusa izplatības ierobežojošo pasākumu un saslimušo skaita pieaugums, sabiedrības neziņas un baļu kulminācija. 15. maija laikrakstā koronāvirusam veltīto

materiālu straujais pieaugums skaidrojams ar Ministru kabineta pieņemto lēmumu pagarināt ārkārtējo situāciju valstī no 12. maija līdz 9. jūnijam (Ministru kabinets 2020d), tāpat Alūksnes novadā fiksēts otrs Covid-19 saslimšanas gadījums (Apine 2020k), kā arī maija vidū tiek pastiprināti apspriesta izlaidumu iespējamā norise (skolēnu un pedagogu viedokļi, aptauja portālā). 22. maija numurā tiek vērtēts 15. maija valdības sēdē pieņemtais lēmums (Ministru kabinets 2020e) ārkārtējās situācijas laikā (no 12. marta līdz 9. jūnijam) palielināt bērnu kopšanas pabalstu vecākiem, kuru atvases ir 1,5 līdz 2 gadus vecas (publicēti vecāku viedokļi un arī aptauja portālā – Lizdika 2020j), lasāma arī intervija ar premjerministru Krišjāni Kariņu (Roķe 2020).

Līdz 12. martam, kad Latvijā tika izsludināta ārkārtējā situācija, publikāciju skaits ir neliels, galvenokārt materiāli, kas publicēti reģionālā laikraksta viedokļu lapā, turklāt nereti tiek pausts viedoklis, ka koronavīrusa bīstamība nav tik liela, cik mediji to rada, tiek pārņemta masu mediju izsaukta histērija, kas “mūsdienās uzliesmo ļoti viegli, jo informācija izplatās zibens ātrumā un caur daudzajiem saziņas līdzekļiem sasniedz mūs visus” (Plaude 2020a). Līdzīgu viedokli pauž arī nozares profesionālis SIA “Alūksnes primārās veselības aprūpes centrs” valdes priekšsēdētājs Rolands Puriņš: “Par gripu tik plaši nerunā kā par koronavīrusu, lai gan ar gripu slimo biežāk un vairāk” (Vīksna 2020a).

Vēlākajās publikācijās (un jo īpaši redakcijas slejās, kas (kā apstiprina anketēšanas rezultāti) ir viena no lasītājiem būtiskākajām rubrikām laikrakstā) žurnālisti mudina cilvēkus būt atbildīgiem un nopietni izturēties pret koronavīrusu, ievērot valstī noteiktos ierobežojumus, tāpat aicina palīdzēt līdzcilvēkiem, jo īpaši riska grupā ietilpstošajiem senioriem (Apine 2020a). Piemēram, portāla “Alūksniešiem.lv” redaktore Loreta Jargane mudina lasītājus saglabāt mieru un atzinīgi novērtēt, ka cilvēki Latvijā ir likumpaklausīgi. “Uzmanību nevar nopirkt veikalā, bet to varam dāvināt viens otram, tāpat kā mīlestību un prieku,” viņa norāda un mierina: “Āfrikas cūku mēri pārdzīvojām, pārdzīvosim arī Covid-19” (Jargane 2020a).

Reģionālo mediju specifika (ģeogrāfiskais un emocionālais tuvums ar auditoriju) nosaka ciešu mijiedarbību, uzticību un savstarpējo sadarbību žurnālistiem ar lasītājiem un otrādi. Reģionālo laikrakstu slejās īpaša vieta ir lasītāju pārdomām, piemēram, laikrakstā “Alūksnes un Malienas Ziņas” ir izveidotas rubrikas “Lasītāja viedoklis” un “Lasītājs jautā”. Katrā laikraksta numurā žurnālisti aicina lasītājus būt aktīviem, publicējot motivējošu saukli: “Ziņo mums, ja ir kas priecīgs, arī tad, ja ir kas bēdīgs!” (piemēru sk. – [B. a.] 2020a). Koronavīrusa pandēmijas laikā reģionālo laikrakstu lasītāji (līdzīgi kā ikdienā) aktīvi iesaistījās laikraksta satura veidošanā: iesakot tēmas, iesaistoties diskusijās par iepriekš publicētiem materiāliem, zvanot uz redakciju un paužot bažas par notiekošo sabiedriskās vietās, ziņojot par ierobežojumu pārkāpumiem (Lizdika 2020a). Arī veikto interviju laikā reģionālo laikrakstu redaktore norādīja, ka ārkārtējās situācijas laikā laikrakstu lasītāji vēlējušies īpaši aktīvi komunicēt – cilvēki gan personīgi ieradās redakcijā, gan zvanīja un rakstīja e-pastus, lai noskaidrotu interesējošos jautājumus, vērstos pēc palīdzības vai iedrošinājuma, izteiktu savu viedokli par notiekošo, paustu bažas par citu cilvēku neapdomīgo rīcību, tādējādi



4. attēls. Koronavīrusam Covid-19 veltīto rakstu tematika laikraksta “Alūksnes un Malienas Ziņas” numuros (2020. gada 3. marts–16. jūnijs)

apliecinošā augsto uzticību žurnālistu darbam. Tā kā valsts un pašvaldību iestādes ārkārtējās situācijas laikā bija slēgtas (darbs notika attālināti), bieži vien reģionālo laikrakstu redakcijas bija vienīgā iestāde, kurā vērsties pēc palīdzības un padoma.

Satura analīzē, izdalot atsevišķi analizēto publikāciju žanus, var secināt, ka teju puse no visiem koronavīrusam veltītajiem rakstiem reģionālajā laikrakstā ir ziņas (47 %), tad seko viedokļi un komentāri (25 %) un apraksti (16 %). Krietni retāk lasāmas bija intervijas (6 %), preses relīzes (4 %), analītiski materiāli (1 %), kā arī dzeja un proza (1 %). Lai gan reģionālā laikraksta saturā dominē informatīvas ziņas par aktuālākajiem Ministru kabineta un pašvaldību lēmumiem, ierobežojumu papildinājumiem un to izpildi, tomēr bija arī daudz materiālu, kuros atainotas iedzīvotāju domas, uzklausti viņu viedokļi un bažas, rastas atbildes uz neskaidrajiem jautājumiem un arī sniegti padomi – emocionālā stāvokļa uzlabošanai, imunitātes stiprināšanai, produktīvākam darbam, strādājot mājās. Reģionālā laikraksta “Alūksnes

un Malienas Ziņas” saturu bagātina un dažādo tematiskā lapa “Padomu pūralāde”. Šajā lapā lasāmi materiāli par to, kā veiksmīgāk izvairīties no vīrusinfekcijām, kādi produkti stiprina cilvēku imunitāti, kā produktīvāk aizpildīt brīvo laiku un jēgpilnāk atpūsties kopā ar bērniem. Rubrikā “Mīts vai patiesība?” tiek skaidrots, kādam nolūkam kalpo sejas maskas un kad tās nepieciešams lietot (Lagzdiņa 2020).

Avīzes saturu analītiskāku dara žurnālistu veiktie eksperimenti un problēmas izpēte no dažādiem rakursiem. 20. marta numurā atspoguļota žurnālistes Sandras Apines veiktā izpēte vairākās Alūksnes novada publiskajās apkalpošanas vietās, fiksējot, vai un kā tiek ievēroti valstī noteiktie ierobežojumi, drošības pasākumi. Lielveikalos žurnāliste novērojusi “stihisku iepirkšanos ar pilniem iepirkumu ratiem ar griķiem, makaroniem, cukuru un tualetes papīru”, tomēr šī tendence pakāpeniski mazinājusies (Apine 2020b). Pētījums Alūksnes lielveikalos apstiprina, ka tikai daļa cilvēku ietur distanci, dezinficē rokas, izmanto cimds un iepirkšanās ratiņus. Arī portālā “Alūksniešiem.lv” ievietotās aptaujas rezultāti liecina, ka teju piektā daļa no visiem atbildējušajiem cilvēkiem neievēro nekādus drošības pasākumus (Jargane 2020d).

29. martā Slimību profilakses un kontroles centra (SPKC) publiskotajā interaktīvajā Latvijas kartē redzams, ka arī Alūksnes novadā ir reģistrēts pirmais saslimšanas gadījums ar Covid-19 (Jargane, Bērziņa, Apine 2020). Operatīvi reaģējot, laikraksta “Alūksnes un Malienas Ziņas” žurnālisti cenšas izdibināt, kurā pašvaldībā tas ir noticis, tomēr nedz uzraugošās iestādes (Valsts policija un SPKC), nedz arī Alūksnes novada domes priekšsēdētājs detalizētāku informāciju nesniedz, norādot, ka tā ir sensitīva informācija. Tomēr (kā jau tas mēdz būt nelielās kopienās) cilvēki tenko un apspriež dažādas versijas par iespējamo inficētās personas identitāti.

Jāatzīmē, ka 3. jūlijā numurā (izvēlētajā pētījuma laika periodā neietilpa) publicēta vaļsirdīga intervija ar Alūksnes novada Liepnas pagasta iedzīvotāju, Covid-19 pārslimojušo Lanu Sniedzāni. Viņa atzīstas, ka slimošanas laiks bijis ļoti smags, bet ne tik daudz Covid-19 vīrusa, cik sabiedrības attieksmes dēļ. Uzzinot, ka Alūksnes novadā ir kāds saslimušais, sākās “raganu medības” – meitene un viņas ģimene vairāku dienu garumā saņēmusi neskaitāmus zvanus, jautājumus, pārmetumus un nosodījumus. “Mani visvairāk apbēdināja fakts, kad man paziņas zvanīja un jautāja nevis, kā tu jūties, vai tev palīdzēt, bet gan – tu mani satiki, es arī esmu slim? Izskanēja frāzes – “Kā tu varēji saslimst?”, “Kāpēc tu atvedi vīrusu uz Liepnu?”, “Kā tu uzdrošinie?”,” atceras Lana Sniedzāne, norādot, ka “linčošana” un nepatiesu baumu izplatīšana ar katru dienu tikai palielinājās (Jargane 2020i). Tā vietā, lai piedāvātu palīdzību, lielākā daļa cilvēku viņu un viņas ģimeni nosodīja un nepatiesi apmeloja, izplatot pat utopisku informāciju, tādējādi apliecinot savas bailes un neinformētību par jaunā koronavīrusa izpausmēm.



5. attēls. Laikraksta "Alūksnes un Malienas Ziņas" 2020. gada 31. marta (Nr. 26) titullapas fragments

KORONAVĪRUSAM "COVID-19" VELTĪTO RAKSTU TEMATIKA UN INFORMĀCIJAS AVOTI

Viena no daudzskaitlīgākajām satura analīzes kategorijām īstenotajā pētījumā ir rakstu tematika (sk. 4. attēlu). Reģionālā laikraksta "Alūksnes un Malienas Ziņas" veidotāju sagatavotajos materiālos atainotā informācija ir daudzpusīga, informatīvi skaidrojoša un operatīva. Visbiežāk koronavīrusam Covid-19 veltītie raksti ir saistīti ar valdības pieņemtajiem lēmumiem (59 raksti jeb 20 %) un pašvaldības reakciju (40 raksti jeb 14 %) uz tiem – ierobežojumu palielināšanās, izglītības iestāžu slēgšana un mācību nodrošināšana attālināti, skolēnu ēdināšanas organizēšana, dažāda veida atbalsta nodrošinājums (uzņēmējiem, bezdarbniekiem, sociāli maznodrošinātajiem) u. c.

Reaģējot uz valdības lēmumu ārkārtējo situāciju pagarināt līdz 12. maijam, laikraksta žurnāliste aktuālo viedokļu rubrikā uzklaušījusi speciālistu viedokļus, kas slavē Alūksnes un Apes iedzīvotājus par drošības pasākumu ievērošanu (Lizdika 2020g). Tāpat šajā numurā sagatavots detalizēts apraksts par ēdināšanas atbalstu skolēniem – kam un cik bieži Alūksnes novadā pārtikas pakas pienāksies, kā un kur tās varēs saņemt (Vīksna 2020f). Citā laikraksta numurā lasāms raksts par Apes novada domes deputātu lēmumu – atbrīvojot vecākus no līdzmaksājuma par bērnu nodarbību apmeklējumu Gaujienas mūzikas un mākslas skolā, jo nodarbības klātienē krīzes laikā nenotiek (Bērziņa 2020b), apkopota informācija par Alūksnes novada pašvaldības piedāvātajiem palīdzības veidiem trūcīgajiem vai maznodrošinātajiem novada iedzīvotājiem (Aploka 2020b). Līdz ar jaunu lēmumu pieņemšanu žurnālisti operatīvi informē un skaidro tā būtību, uzklauš speciālistu viedokļus un lēmumu seku prognozes.

Tā kā Covid-19 izraisītās krīzes periodā pēc Ministru kabineta izsludinātā rīkojuma (Ministru kabinets 2020b) par vienu no aktuālākajām problēmām kļuva attālinātā mācīšanās procesa nodrošināšana, trešais biežāk reģionālajā laikrakstā aprakstītais temats ir izglītība (37 raksti jeb 13 %). Reģionālajā laikrakstā sistemātiski tika publicēti informatīvi un skaidrojoši materiāli par attālināto mācību organizēšanu, norisi un izvērtējumu. “Alūksnes un Malienas Ziņu” veidotāji intensīvi seko līdzi lokālās vides ikdienas ritmam un notikumiem, pētot un rakstot par konkrētā perioda aktualitātēm, piemēram, tuvojoties centralizēto eksāmenu kārtošanas laikam, žurnālisti pievērsās skolēnu un pedagogu viedokļu noskaidrošanai, jautājot – vai eksāmeni būtu jākārt (Bērziņa 2020c), tuvojoties izlaidumu norises brīdim, ataino skolēnu un pedagogu viedokļus par šī pasākuma nepieciešamību pandēmijas laikā (Apine 2020j), pēc XII Latvijas Skolu jaunatnes dziesmu un deju svētku rīcības komitejas pieņemtā lēmuma – vasarā plānotos svētkus pārcelt uz 2021. gada vasaru – skaidroja, ko par to domā novadu skolās strādājošie pedagogi, kā arī lēmuma sekas (Plaude 2020c). Pozitīvi vērtējama žurnālistu prakse, sagatavojot materiālus par aktuāliem jautājumiem, noskaidrot arī plašākas auditorijas viedokli – ievietojot aptaujas jautājumu portālā “Alūksniešiem.lv”.

Apliecinot izglītības temata nozīmīgumu, 20. martā laikraksta titullapā redzama fotogrāfija, kurā divi bērni sēž pie klēpj datoriem un mācās attālinātā veidā. Nopublicēts arī ceļvedis vecākiem, kā kvalitatīvāk palīdzēt bērniem mācīties attālināti, piemēram, “aktīvi interesējieties par plānoto mācību norisi, palīdziet iekārtot mācību vietu, izplānojiet mācību dienu kopā, plānojiet, lai katru dienu izkustētos, u. c.” (Lizdika 2020c). Šajā pašā numurā vēl viens raksts par Apes novada pašvaldības deputātu pieņemto lēmumu slēgt vietējo pirmsskolas izglītības iestādi “Vāverīte”, pamatojot to ar paaugstinātu riska iespējamību, jo daudzi iedzīvotāji strādā Igaunijā (Bērziņa 2020a).

27. marta laikrakstā sagatavoti vairāki raksti, kas veltīti aktualitātēm izglītībā, tādējādi šo tematu izpētot daudzslāņaināk un padziļinātāk. Ir iegūtas ielu intervijas ar vecākiem, skolotāju un bērniem, jautājot – vai viņiem patīk mācīties attālināti (Jargane 2020b; Lizdika 2020d). Vēl citā materiālā noskaidrots trīs skolu pedagogu un Alūksnes novada pašvaldības izglītības pārvaldes vadītājas viedoklis par attālinātā mācību procesa norisi pēc pirmās šādi aizvadītās nedēļas (Lizdika 2020e). Jāatzīmē, ka materiāli par aktualitātēm izglītībā ir lasāmi teju katrā

reģionālā laikraksta “Alūksnes un Malienas Ziņas” numurā, turklāt, konstatējot kādu problēmsituāciju, tā periodiski tiek aktualizēta no jauna, tādējādi īstenojot uzraugošo un atbalstošo žurnālistikas funkciju.

Lielai sabiedrības daļai kultūra bija/ir būtiska ikdienas sastāvdaļa – viens no veidiem, kā mazināt emocionālo spriedzi, atpūsties un izglītot sevi. Lai gan līdz ar ārkārtējās situācijas sākšanos kultūras dzīve valstī tika paralizēta, tomēr nozares pārstāvji ļoti aktīvi iesaistījās sabiedrības socializēšanā un izolācijas radīto seku mazināšanā, piedāvājot dažādos veidos kultūru baudīt attālināti.³ Arī satura analīzes rezultāti liecina, ka ceturtais biežāk aprakstītais temats ir kultūra un izklaide (30 raksti jeb 10 %). Laikrakstā lasāmi materiāli gan par atpūtas iespējām, neizejot no mājām, gan par aktivitātēm, kas pieejamas attālinātā veidā Latvijā un ārvalstīs. Aprakstīta arī pašdarbības kolektīvu rosība un kultūras nozares pārstāvju problēmas pandēmijas laikā (Plaude 2020d; Prauliņš 2020), tiek spriests par pilsētas svētku un kapu-svētku (visnozīmīgākais, tradīcijām bagātākais un visvairāk apmeklētais pasākums Alūksnē) norisi (Vīksna 2020g; Plaude 2020f; Apine 2020m). Tāpat lasītāji tiek iepazīstināti ar kampaņu #Ēkultūra, kas aicina kultūru baudīt virtuālajā vidē, tādējādi izvairoties no došanās ārpus savām mājām. Rakstā apkopotas virtuālās aktivitātes – dažādu Latvijas teātru interaktīvais lasījumu un izrāžu piedāvājums, operas un baleta izrāžu translācijas, plašas kino iespējas vietnē filmas.lv u. c. (Pavziniuka 2020). Citā materiālā vēstīts par dziedātājas Aijas Andrejevas autokonzertu Alūksnē (Apine 2020l). Koronavīrusa dēļ tika atcelta arī reģionālā laikraksta “Alūksnes un Malienas Ziņas” organizētā tradicionālā ikvasaras ekskursija avīzes lasītājiem (Vīksna 2020i; 2020j). Viena no koronavīrusa Covid-19 radītajām pozitīvajām blaknēm nenoliedzami saistāma ar sabiedrības digitālo prasmju uzlabošanos un radošu risinājumu meklējumiem problēmsituācijās.

Temats, kurš aktualizējas jo īpaši krīzes periodā, ir sociālais atbalsts. Pētījuma laikā 33 raksti jeb 11 % visu materiālu bija veltīti sociālajai tematikai – palīdzības organizāciju darbība, pabalstu piešķiršanas un saņemšanas kārtība (Jargane 2020c), sociālā palīdzība trūcīgajām ģimenēm un pensionāriem, jaundzimušo ģimenēm, pašizolācijas iespējas novadā (Vīksna 2020c). Ārkārtējās situācijas laikā valdība lēma – pašvaldībām piešķirt valsts budžeta dotāciju, lai bērniem (1.–4. klašu skolēniem) no maznodrošinātām un daudz bērnu ģimenēm nodrošinātu brīvpusdienas, paredzot, ja piešķirtie līdzekļi netiek pilnībā izmantoti, brīvpusdienas var piešķirt arī vecāko klašu skolēniem (Ministru kabinets 2020c). Alūksnes novada pašvaldība lēma visiem novada pamatskolēniem nodrošināt pārtikas pakas 20 eiro vērtībā, kuru saturu veido pirmās nepieciešamības pārtikas produkti (Lizdika 2020h). Lai gan lielākā daļa bija Latvijā ražoti pārtikas produkti, tomēr daļa vecāku pauduši neapmierinātību par produktu izvēli un kvalitāti, norādot, ka šādus produktus ikdienā nepatērē (Plaude 2020e).

³ Piemērus sk.: Dailes teātra izrādes “Jūsmotāji” sērijas sk.: <https://www.youtube.com/watch?v=QfMayn-n4I0>; Jaunā Rīgas teātra lasījumus var klausīties: <https://vimeo.com/jaunaisrigasteatris>; performanču teātra apvienības “Kvadrifrons” lasījumus var klausīties: <https://www.facebook.com/KVADRIFRONS/> Dažādu kultūras pasākumu video ierakstus skat.: <https://straume.lmt.lv/lv/kultura>; “Delfi.lv” raidījumus sk.: <https://www.facebook.com/Delfi.lv>

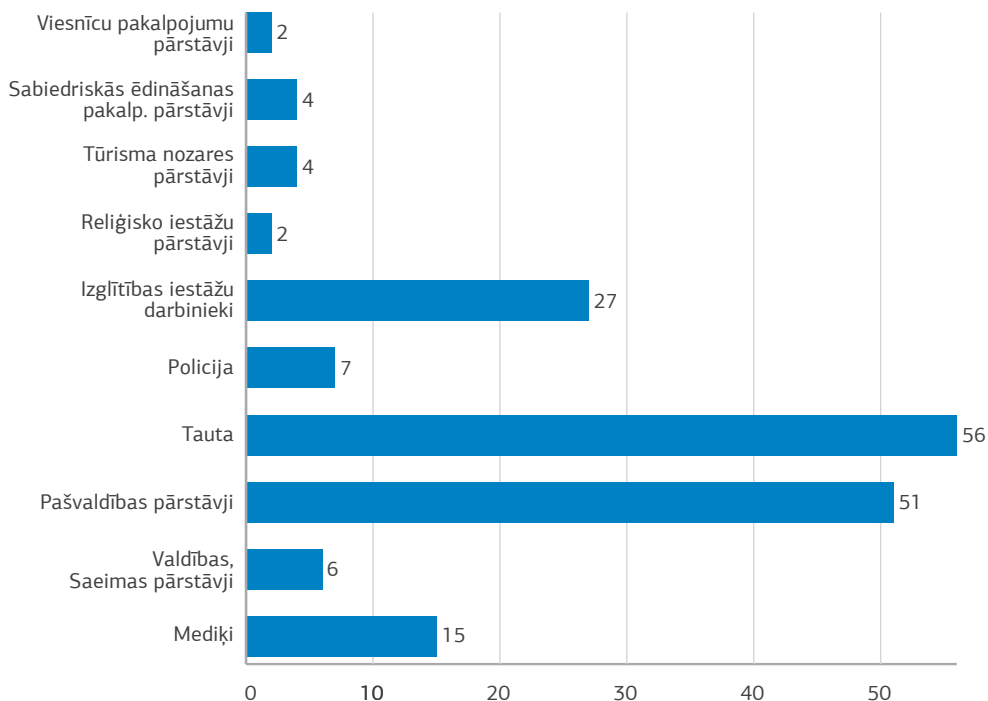
Pētījuma laikā veiktās satura analīzes rezultāti liecina, ka reģionālā laikraksta veidotāji uzmanīgi seko līdzi aprakstītajiem gadījumiem un to attīstībai, turpinot sagatavot materiālus un vērtēt situācijas attīstību.

Īpaši jāakcentē divas publikācijas par sociālās labdarības kustībām: lietotnē “Giveazy” var ievietot sludinājumus par paša neizmantojamām lietām, kā arī atrast noderīgas lietas – datoru ziedošana skolēniem, lai nodrošinātu iespēju mācīties attālināti (Apine 2020g); brīvprātīgo palīdzības kustība #paliectmājās – palīdzības sniegšana īpašajās riska grupās ietilpstošajiem cilvēkiem. Kustības mērķis ir “palīdzēt savas pilsētas un apkaimes cilvēkiem – nopirkt produktus, izvest pastaigāties suni vai vienkārši piezvanīt un aprunāties” (Apine 2020i). Publikācijā norādīts, kā pieteikties gan par brīvprātīgo, gan arī palīdzības saņemšanai. Šāda veida materiāli ne vien mudina izvērtēt situācijas nopietnību, būt aktīviem un palīdzēt līdzcivīkiem, bet arī veicina lokālās kopienas vienotību un depresīvā noskaņojuma mazināšanos, līdz ar to reģionālā medija žurnālisti pilda ne vien informatoru, bet arī psihologu un draugu funkcijas.

19 raksti jeb 7 % visu analizēto publikāciju bija veltīti dažādu padomu sniegšanai, proti, emocionālajam un praktiskajam atbalstam koronavīrusa Covid-19 izraisītās ārkārtējās situācijas laikā – kā izvairīties no saslimšanas, kādus dezinfekcijas līdzekļus labāk izmantot, kā tos iespējams pagatavot mājās, cik bieži dezinficēt rokas un mājvieta, kā pareizi uzņemt telpas, ja tajās uzturas inficēta persona, kā organizēt kāzas un bēres pandēmijas laikā, kādi piesardzības pasākumi jāievēro mājdzīvnieku īpašniekiem, kā produktīvāk strādāt mājās, kā pārvarēt nomāktību un vientulību (piemērus sk.: Grīnēviča 2020; Harmsena 2020; Alūksniešiem.lv 2020b; Apine 2020d).

Lai gan ārkārtējās situācijas laikā noteiktie ierobežojumi (piemēram, ilgstoša uzturēšanās telpās, fiziskā kontakta aizliegums ar draugiem un radniekiem, socializēšanās un ierasto atpūtas iespēju trūkums) ietekmēja visu cilvēku ikdienu, pašsajūtu un emocionālo stāvokli, tomēr jo īpaši šie ierobežojumi skāra bērnus, kuru emocionālā noturība ir zemāka, kā arī nepieciešamība pēc fiziskām aktivitātēm un socializācijas ir augstāka nekā pieaugušajiem. Reģionālajā laikrakstā vairākkārt lasāmi materiāli par palīdzības iespēju saņemšanu, piemēram, zvanot uz Bērnu un pusaudžu uzticības tālruni (Vīksna 2020e), aprunājoties ar krīzes centra “Skalbe” speciālistiem (Aluksnesiem.lv 2020a). Izmantojot tiešsaistes vebināra iespējas, intervēts ārsts psihoterapeits Artūrs Miksons, kurš skaidro, kādēļ krīzes periodā veidojas emocionālā spriedze un nomāktība, kā ar to tikt galā (Jargane 2020g). Laikrakstā sistemātiski tiek publicēti materiāli, kuros sniegti padomi, kā veiksmīgāk risināt psiholoģisko diskomfortu, kur vērsties pēc palīdzības, tādējādi īstenojot arī sociālo un draugu funkciju, līdz ar to iemantojot vēl jo lielāku lasītāju uzticību.

19 raksti jeb 7 % kopējo publikāciju izpētītā laikraksta satura tika veltīts darbam – uzņēmēju viedokļi par koronavīrusa radītajiem zaudējumiem, risinājumi darba organizēšanai un seku mazināšanai, kopējās situācijas un ekonomiskā stāvokļa novērtējums. Piemēram, uzņēmumā SIA “4 Plus”, kas ir viens no lielākajiem kokapstrādes uzņēmumiem Alūksnē, darbs tiek organizēts maiņās un tā, lai cilvēki savā starpā distancētos (Lizdika 2020b). Kādā citā rakstā ziņots par Alūksnes novadā veiktās uzņēmēju aptaujas rezultātiem – 28 uzņēmumi saņem



6. attēls. Koronavīrusam Covid-19 veltīto rakstu informācijas avoti laikraksta “Alūksnes un Malienas Ziņas” numuros (2020. gada 3. marts–16. jūnijs)

dīkstāves pabalstu, uzskaitīti arī citi atbalsta pasākumi uzņēmējiem (Bērziņa 2020d). Darba tematikai veltītajās publikācijās minēti gan pozitīvi, gan arī negatīvi piemēri, tāpat norādīti arī iespējamie apdraudējumi un krīzes radītie zaudējumi, tādējādi skaidrojot cilvēkiem uzņēmējdarbības procesu norisi un mudinot būt saprotošiem.

Neiztrūkstošs temats analizēto rakstu saturā ir medicīna (17 raksti jeb 6 %). Materiālos galvenokārt vēstīts par valstī noteiktajiem ierobežojumiem – ārstniecības iestāžu darba laika maiņa, sniegto pakalpojumu uzskaitījums, medicīnas iestādēs noteiktie dezinfekcijas pasākumi (Lizdika 2020g; Jargane 2020h). Uzklasīts arī medicīnas darbinieku krīzes situācijas novērtējums un ieteikumi, kā labāk sevi un līdzcilvēkus pasargāt pandēmijas laikā. Visbiežāk citēti tiek SPKC pārstāvju sniegtie paziņojumi. Tāpat cilvēki tiek informēti par iespēju Alūksnē nodot Covid-19 analīzes, izskaidrota arī pieņemšanas kārtība un izmaksas (Vīksna 2020b). Reģionālajā laikrakstā lasāms raksts par labdarības akciju “Dāvā medu mediķiem un Neatliekamās medicīniskās palīdzības dienestam”, kurā piedalījās arī Alūksnes puses biškopji.

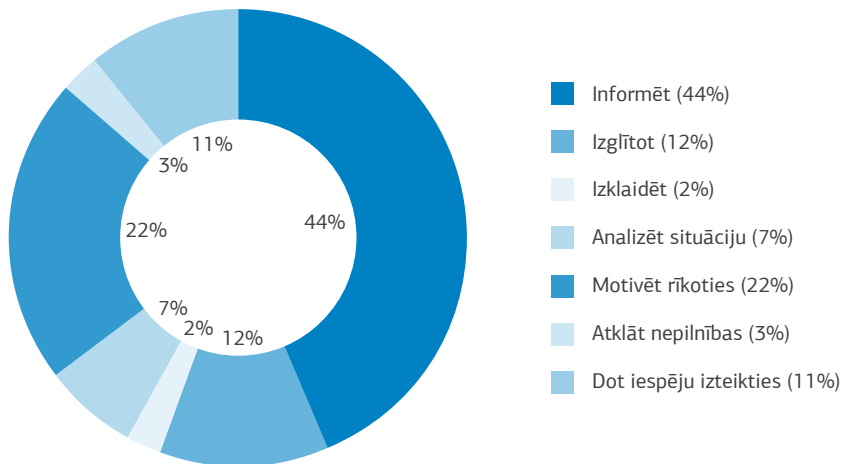
Latvijas Bīskopības biedrības Alūksnes nodaļas vadītājs Andis Kaktiņš ziedojis kopumā 70 kilogramu medus: "Mediķiem šobrīd vajag labu veselību un daudz spēka, un medus ir piemērots produkts, lai to visu sniegtu. Enerģijai, spēkam, veselībai" (Jargane 2020f).

Neliels skaits materiālu analizētajā laika periodā veltīti sportam (5 raksti jeb 2 %), ceļojumiem (4 raksti jeb 1 %) un reliģijai (3 raksti jeb 1 %). Par sporta aktivitātēm lielākoties ziņots pasākumu atcelšanas vai arī atsākšanās kontekstā, intervēti novadu sporta jomas pārstāvji par plānotajiem sporta notikumiem un izmaiņām nozarē (Bauers 2020a, 2020b; Vīksna, 2020g). Ceļojumu tematika minēta kontekstā ar atgriešanos no ārvalstīm un pašizolācijas īstenošanu (Vīksna 2020c; Jargane 2020d; Apine 2020f), savukārt reliģijas temats skarts materiālos par ierobežojumiem Lieldienu laikā, tostarp par atceltajiem dievkalpojumiem (Plaude 2020b).

Lai noskaidrotu, kādu nozaru profesionāļus žurnālisti visbiežāk izvēlas rakstu sagatavošanai, viena no satura analīzes kategorijām ir informācijas avoti. Vērojamas paralēles starp satura analīzes kategoriju "rakstu tematika" un "informācijas avoti", proti, tā kā tematiski visvairāk rakstu bija par valdības un pašvaldības darbu, izglītību, sociālajiem tematiem un kultūru, arī informācijas avoti visbiežāk ir saistīti ar šīm jomām (sk. 6. attēlu).

Visvairāk kā informācijas avoti izmantoti sabiedrības pārstāvji jeb tauta (56 rakstos) un pašvaldības pārstāvji (51 rakstā), tad seko izglītības iestāžu darbinieki (27 rakstos) un medicīnas darbinieki (15 rakstos). Krietni retāk rakstu sagatavošanai nepieciešamā informācija iegūta no policijas (visbiežāk par valstī noteikto ierobežojumu pārkāpumu konstatāciju un sodu apmēriem, Covid-19 inficēto personu identifikāciju vai aicinājumu sabiedrībai būt atīgai un ziņot par pārkāpumiem) (Apine 2020c, 2020h; Apine, Lizdika 2020; Jargane, Bērziņa, Apine 2020; Jargane 2020e), valdības un Saeimas pārstāvjiem (piemēram, attālinātā intervija ar Ministru prezidentu Krišjāni Kariņu) (Rože 2020), tūrisma nozares, reliģisko iestāžu, sabiedrības ēdināšanas pakalpojumu un viesnīcu pakalpojumu sniedzēju puses.

Kopumā jāsecina, ka reģionālajā laikrakstā "Alūksnes un Malienas Ziņas" rakstu tematika, kas veltīta koronavīrusam Covid-19, ir ļoti dažāda. Lielākoties tiek skaidroti valdības un pašvaldības pieņemtie lēmumi, tomēr būtiska vieta atvēlēta arī izglītības, kultūras un sociālās jomas tematiem. Reaģējot uz aktuālākajiem notikumiem (piemēram, jaunās mobilās lietotnes "Apturi Covid" izeide (piemērus sk.: Jargane, Bērziņa 2020)), žurnālisti operatīvi sagatavo daudzpusīgu materiālu, piedāvājot dažādus viedokļus – gan individuālus, gan arī portālā "Alūksniešiem.lv" īstenotās aptaujas rezultātus, arī saturiski atšķirīgus, atainojot gan pozitīvu, gan arī negatīvu nostāju. Tāpat tiek publicēta informācija arī par dažādām sociālajām aktivitātēm, piemēram, portatīvo datoru ziedošana bērniem attālinātu mācību nodrošināšanai, akcija #paliecmājās un brīvprātīgā palīdzība riska grupā ietilpstošajiem cilvēkiem, medus ziedošanas kampaņa mediķiem, tādējādi vienlaikus laikraksta saturu padarot interesantāku un arī vienojot lokālo kopienu, mudinot lasītājus būt aktīviem un izpalīdzīgiem. Veiktie eksperimenti sabiedriskajās vietās (veikalos, kafejnīcās) ne vien laikrakstā piedāvāto saturu dara analītiskāku un saistošāku, bet arī vedina pārdomāt ikkatra individuālo rīcību un atbildību, sekmējot koronavīrusa izplatības ierobežošanu.



7. attēls. Koronavīrusam Covid-19 veltīto rakstu pamatvēstījums laikraksta “Alūksnes un Malienas Ziņas” numuros (2020. gada 3. marts–16. jūnijs)

KORONAVĪRUSAM COVID-19 Veltīto MATERIĀLU PAMATVĒSTĪJUMS UN KONOTĀCIJAS

Ikviens publiski pieejams materiāls tiek sagatavots ar noteiktu informatīvo ziņojumu un emocionālo vēstījumu. Reģionālo mediju saturs, salīdzinot ar nacionālajiem medijiem, mēdz būt emocionālāks un “draudzīgāks”, tādējādi apliecinot savstarpējo mijiedarbību un lokālo tuvumu (ģeogrāfiski un garīgi) ar auditoriju. Arī daļa Covid-19 tematam veltītie materiāli vērtējami kā emocionāli, piemēram, sociālās kampaņas, atbalsta akcijas, pirmā Covid-19 inficēšanās gadījuma atklāšana novadā. Lielākā daļa (66 %) Covid-19 analizēto materiālu satura konotācija vērtējama kā neitrāla, 23 % – pozitīvi (pamācoši noteikumu ievērošanas gadījumi, labdarības akcijas, atbalstoši pašvaldības lēmumi, kultūras notikumi), 11 % – negatīvi (galvenokārt fiksētie un sodītie ārkārtējās situācijas pārkāpumi, sabiedrības neiecietība pret inficētajām personām).

Covid-19 veltīto materiālu virsrakstu analīzes rezultātu tendences ir līdzīgas saturisko pamatvēstījumu analīzes rezultātiem. Proti, abos gadījumos lielākoties radītā materiāla saturiskais uzslāņojums vērtējams kā informatīvs. 41 % visiem analizētajiem Covid-19 materiālu virsrakstiem ir informatīva konotācija, piemēram, “Noteikti ārkārtējās situācijas ierobežojumi”, “Dzīvojam neierastā situācijā” vai “Sēdes notiks attālināti”. 20 % laikraksta virsrakstu vērtējami kā nomierinoši, piemēram, “Zemessardze trenē gatavību palīdzēt”, “Mācīties

attālināti nav grūti” vai “Nav jākaunas meklēt emocionālu atbalstu”. 16 % virsrakstu konotācija ir motivējoša, piemēram, “Būt atbildīgam – būt mājās!”, “Darbs no mājām – vēlams plānot!” vai “Kustēties vajag”. 15 % virsrakstu vērtējami kā izglītojoši – “Kā sargājat sevi no koronavīrusa?”, “Dezinficē, bet ar mēru!” vai “Piesardzība kāzās un bērēs”. 8 % visu analīzei pakļauto virsrakstu konotācija ir biedējoša, piemēram, “Vīruss maina pasauli”, “Apē slēdz bērnudārzus”, “Vīruss “nozogs” svētkus skolēniem” vai “Covid-19 nogalina Latvijas medijus”. Reģionālajā laikrakstā “Alūksnes un Malienas Ziņas” nopublicēto virsrakstu saturiskais uzslāņojums vienlaikus ir gan saturu atainojošs, gan arī uzmanību piesaistošs. Žurnālistu sagatavotie materiāli emocionāli uzrunā auditoriju un, iespējams, ne vien mudina iedziļināties un analizēt, bet arī rīkoties.

Novērtējot koronavīrusam veltīto publikāciju saturisko pamatvēstījumu (sk. 7. attēlu), redzams, ka teju pusē gadījumu žurnālistu mērķis bijis operatīvi informēt (44 %) sabiedrību par aktuālākajiem ar Covid-19 attīstības procesu saistītajiem notikumiem. Dominējošais īso ziņu formāts (62 % visu vīrusam veltīto publikāciju ir apjomā līdz vienai ceturtdaļai lapas) nosaka satura kodolīgumu un informatīvo raksturu. Divas reizes retāk ar sagatavoto materiālu saturu autori ir vēlējušies sabiedrību motivēt rīkoties (22 %) – pašiem rūpēties par savu un citu drošību, ievērot valstī noteiktos ierobežojumus, ziņot par pārkāpumiem u. c. Visbiežāk motivējoši teksti lasāmi redakcijas slejās, kur žurnālisti, piemēram, aicina lasītājus saglabāt mieru un būt ziņošiem – “vēlos aicināt ikvienu aktīvi sekot līdz informācijai gan mūsu laikrakstā, portālā “Alūksniešiem.lv”, gan citos uzticamos medijos, valsts iestāžu publikācijās” (Jargane 2020a).

Lai gan salīdzinoši retāk identificējama ir vēlme izglītēt (12 %) un dot iespēju izteikties (10 %), tomēr pozitīvu un negatīvu piemēru, atgādinošu un skaidrojošu materiālu par ierobežojumu ievērošanas priekšnoteikumiem, iespējamo sodu un riskiem reģionālajā laikrakstā publicēti regulāri. Tāpat viedokļu un komentāru rubrikā bieži lasāmas lasītāju iesūtītas pārdomas, dzeja, problēmsituāciju apraksti par koronavīrusa izplatības norisi. Ielu interviju, telefonsarunu vai attālinātu interviju, auditorijas anketēšanas laikā portālā “Alūksniešiem.lv” žurnālisti uzklauzījuši un devuši iespēju izteikties sabiedrībai. 7 % gadījumu rakstu pamatvēstījums ir analizēt situāciju, 3 % gadījumu – atklāt nepilnības (veicot eksperimentus, detalizēti iztīrājot un risinot problēmsituācijas, meklējot skaidrojumus), 2 % gadījumu materiālu mērķis bijis izklaidēt (dzeja, brīvā laika pavadīšanas iespējas). Arī īstenotās mediju pārstāvju anketēšanas rezultāti liecina par līdzīgu funkciju izpratni, proti, kā trīs svarīgākās mediju lomas krīzes periodā respondenti norāda – operatīvi informēt (32,1 %), vairo sabiedrības zināšanas (20,5 %) un analizēt radušās problēmas (16,7 %).

Iespējams secināt, ka krīzes periodā reģionālā medija redakcijā tiek saglabāta primārā ikdienas darba funkcija – informēt sabiedrību, savukārt ārkārtējā krīzes situācija vairojusi žurnālistu lomu sabiedrības izglītošanā, motivēšanā rīkoties un būt aktīviem, bet mazinājusi varas uzraudzīšanas funkciju. Reģionālā medija žurnālisti ārkārtējās situācijas laikā veikuši ne vien informatora, bet arī pedagoga, psihologa un sociālā darbinieka funkcijas – izglītojot, skaidrojot, nomierinot, motivējot un palīdzot.

REDAKCIONĀLAIS DARBS UN DIENASKĀRTĪBA ĀRKĀRTĒJĀS SITUĀCIJAS LAIKĀ

Koronavīrusa Covid-19 straujā izplatība pasaulē, ārkārtējās situācijas izsludināšana Latvijā un noteiktie ierobežojumi radīja neziņu, bailes un satraukumu gan sabiedrībā, gan arī mediju telpā. Lai gan sākotnēji valstī noteiktie ierobežojumi un pasākumu aizliegumi reģionālo laikrakstu redakcijās raisīja paniku un neziņu, kā organizēt savu darbu, iegūt nepieciešamo informāciju, aizpildīt laikraksta lappuses, tomēr pakāpeniski rasti risinājumi, un darbs noritēja raiti. “Redakcijā mums bija iegādātas gan maskas, gan arī sejas vairogi, klientu apkalpotājiem priekšā stikls, dodoties uz interviju, no redakcijas ņēmām līdzi arī sejas vairogu, ko iedod intervējamajai personai,” par īstenotajiem drošības pasākumiem stāsta reģionālā laikraksta “Bauskas Dzīve” redaktore Anita Rozentāle (Rozentāle 2020). Ārkārtējās situācijas laikā nācies saskarties arī ar interviju atteikumiem, jo cilvēki nevēlējās savā mājvietā ielaist nevienu svešinieku. Tāpat sākotnēji redakcijā atteikušies no ielu intervijām – neriskējot nedz ar žurnālistu, nedz iedzīvotāju drošību.

Reģionālo laikrakstu veidotāju darbs ārkārtējās situācijas laikā noritēja gan klātienē, gan arī attālināti. Piemēram, laikraksta “Alūksnes un Malienas Ziņas” veidotāji krīzes sākumposmā strādāja attālināti, bet vēlāk atgriezās pie ierastā darba ritma. Redakcijas slejā lasītāji tika informēti par žurnālistu darbu attālināti, tomēr vienlaikus uzsverot – “mēs esam tepat, jums līdzās, strādājam katru dienu, vācam informāciju, lai taptu aktuālākie raksti, lai jūs būtu informēti un no droša, pārbaudīta avota uzzinātu situāciju Alūksnes un Apes novados” (Vīksna 2020d). Avīzes “Neatkarīgās Tukuma Ziņas” kolektīvs visu ārkārtējās situācijas laiku strādāja redakcijā, pieņemot apmeklētājus klātienē. Ar gandarījumu redaktore secina, ka krīzes periodā redakcijas kolektīvi bija ļoti saliedēti, radoši, mobili un inovatīvām idejām bagāti, tādēļ arī izdevies saglabāt laikrakstu apjomu nemainīgu visu ārkārtējās situācijas laiku.

Gan lasītāji, gan arī reģionālo laikrakstu veidotāji atzīst, ka avīžu saturs krīzes periodā mainījās, kļuva daudzpusīgāks un lasītājiem interesantāks – dziļās intervijas, analītiskāki materiāli, jaunas rubrikas. Piemēram, laikrakstā “Bauskas Dzīve” tapa materiāli par pašvaldības iestāžu darbu, kuri apmeklētājus klātienē nepieņēma. “Skaidrojām lasītājiem, ka panikai nav vietas, arī avīze ieturēja mierīgu toni,” savu redakcionālo nostāju raksturo Māra Nizinska, laikraksta “Rēzeknes Vēstis” redaktore (Nizinska 2020).

Laikraksta “Alūksnes un Malienas Ziņas” redaktore Līga Vīksna norāda, ka cilvēki ierosināja vairākus tematus, piemēram, par brīvprātīgo brigādi, kas palīdzēja vientuļajiem cilvēkiem krīzes laikā (Apine 2020i), uzklusīta arī kritika un pārmēti par intervēto personu izvēli, uzdotajiem jautājumiem un publicētajiem viedokļiem (galvenokārt pēc intervijas publicēšanas ar Covid-19 inficēto personu Lanu Sniedzāni) (Jargane 2020i), tādējādi gūstot apstiprinājumu tam, cik indivīdi mēdz būt atšķirīgi domājoši un neiecietīgi. Problēmas informācijas ieguvē radījās SPKC, nesniedzot ziņas par Covid-19 saslimušajiem. “Saprotam, ka ir personas datu aizsardzība, tomēr kopējo ainu ieskicēt bija grūti, jo nevarējām dabūt informāciju no oficiāliem avotiem, kas to apstiprina,” sarežģīto situāciju skaidro infektoloģe Ludmila Vīksna.

Neizpratni par lielo slepenību pauž arī lasītāji (Lizdika 2020i). Krīzes situācijā sabiedrība būtu jāinformē detalizēti, precīzi un ātri, lai izslēgtu jebkāda veida iespējamās baumas un aizdomas, pārliecināta redaktore.

2017. gadā domnīcas “Providus” veiktais pētījums par varas līdzsvaru un kontroli reģionos apliecina, ka reģionālie laikraksti ir vienīgi, kas veic vietējo pašvaldību darba uzraudzību un izvērtējumu, jo nacionālā līmeņa medijiem nav kapacitātes un intereses iedziļināties reģionālo pašvaldību darbā (Kažoka, Stafecka 2017). Visas četras laikrakstu redaktore norādīja, ka viens no galvenajiem medija darba uzdevumiem krīzes periodā bijis uzraudzīt pie varas esošos. Redaktore atzīst, ka valsts un pašvaldības iestādes Covid-19 izplatības mazināšanai noteiktos ierobežojumus izmantoja savā labā, proti, arī pēc ārkārtējās situācijas atcelšanas valstī turpināja attālināto komunikāciju vai nelabprāt apkalpoja iedzīvotājus klātienē, daudzviet domes sēdes notikušas slēgtā veidā, bet sēžu translācijas netika nodrošinātas. “Viņi nevēlējās, lai šajā laikā būtu kāda kontrole,” secina A. Rozentāle (Rozentāle 2020).

Līdzīgi novērojumi arī laikraksta “Neatkarīgās Tukuma Ziņas” galvenajai redaktorei Ivonnai Plaudei, kura norāda, ka reģionālais laikraksts krīzes periodā pildījis sabiedrības ombuda funkcijas: “Mēs bijām spiesti pildīt citu dienestu funkcijas tieši tādēļ, ka iestādes bija slēgtas. Pašvaldību iestādes piesedzās ar kovīdu – varam nestrādāt, varam neatbildēt, varam durvis vaļā nevērt.” Krīzes periodā apstiprinājies fakts, ka pašvaldības iestāžu darbinieki neapzinās savu klientu vajadzības un iespējas. “Līdz ar Covid-19 sākumu visas tās problēmas, kuras mēs jau iepriekš izjutām, saasinājās – bailes par nākotni, vientulība, neinformētība, tas, ka iestādes cenšas norobežoties,” pārliecināta laikraksta redaktore (Plaude 2020).

Koronavīruss Covid-19 un ar tā izplatības mazināšanu noteiktie pasākumi radījuši ne vien negatīvas, bet arī pozitīvas sekas. Viena no lielākajām pozitīvajām iezīmēm ir saistīta ar moderno tehnoloģiju izmantošanu, proti, reģionālo mediju darbinieki (valstī noteikto ierobežojumu dēļ) bija spiesti apgūt un daudz vairāk izmantot dažāda veida attālinātos saziņas rīkus. Piemēram, lai iegūtu nepieciešamo informāciju un noorganizētu attālinātas intervijas, tika izmantota lietotne “Zoom”, organizētas videokonferences un darba sapulces, savstarpējā saziņa notikusi telefoniski, e-pastā vai “WhatsApp” grupā, tāpat papildinātas profesionālās zināšanas attālinātajās video lekcijās, tādējādi attīstot savas prasmes un zināšanas.

CĪŅA PAR REĢIONĀLO MEDIJU IZDZĪVOŠANU

Jau ilgstoši reģionālie mediji spiesti strādāt “izdzīvošanas režīmā”. Reģionālo mediju strauja samazināšanās tiek piedzīvota arī citās valstīs (Clark 2021). Šo situāciju Latvijā veicina vairāki faktori: auditorijas paradumu maiņa (elektronisko mediju un sociālo mediju patēriņa palielināšanās); demogrāfiskā situācija valstī un drukāto mediju patērētāju skaita samazināšanās; ekonomiskā situācija valstī (iedzīvotāju ienākumu samazināšanās); nevienlīdzīgā konkurence reklāmas tirgū (pašvaldību dotētie informatīvie izdevumi); zemais atalgojums un darbinieku trūkums u. c. Kā norāda intervētās redaktore – reģionālajiem



8. attēls. Laikraksta “Alūksnes un Malienas Ziņas” titullapas 2020. gada jūnijā. *Lauras Uzules foto*

medijiem ir “noskanējis trešais zvans”, prognozējot vēl tikai divu gadu darbību, līdz ar to riskējot zaudēt nozīmīgu mediju vides segmentu, kas nodrošina varas līdzsvaru un kontroli reģionos, unikālas, uzticamas informācijas fiksēšanu un izplatīšanu, informatīvās telpas pārklājumu un dažādību.

Vairāki reģionālie mediji finansiālo resursu nepietiekamības dēļ ir bijuši spiesti samazināt tirāžas, laikrakstu izdošanas periodiskumu vai arī pārtraukt savu darbību (detalizētāk sk.: Uzule 2018). Lai izvairītos no laikrakstu slēgšanas, 2019. gada janvārī apvienojās divas Vidzemes reģionālās avīzes “Alūksnes Ziņas” (no 2001. gada līdz 2019. gadam) un “Malienas Ziņas” (no 1989. gada līdz 2019. gadam). No 2019. gada 4. janvāra Alūksnes un Apes novada iedzīvotāji divas reizes nedēļā (otrdienās un piektdienās) saņem apvienoto izdevumu “Alūksnes un Malienas Ziņas”. No 2020. gada 1. oktobra Kurzemē vairs neiznāk Liepājas novada reģionālais laikraksts “Kursas Laiks” (1990–2020). Jau 2016. gadā (zemo tirāžu un sarūkošā abonentu skaita dēļ) laikraksta vadība lēma samazināt avīzes periodiskumu un izdot to tikai vienu reizi nedēļā, 2020. gadā (galvenokārt Covid-19 radīto finansiālo zaudējumu dēļ) pieņemts lēmums

laikrakstu slēgt, tādējādi zaudējot vēl vienu neatkarīgu un profesionāli veidotu mediju, kā arī pavājinot Latvijas mediju kopējo ekosistēmu.

Tā kā liela daļa reklāmdevēju krīzes laikā tika zaudēti, jo pārgāja uz virtuālo vidi, reģionālie mediji piedzīvoja finansiālu krīzi, kas pilnībā mainīja mediju iecerētos attīstības plānus. Piemēram, lai dažādotu informācijas izplatīšanas kanālus un paplašinātu auditoriju, laikraksta "Neatkarīgās Tukuma Ziņas" redakcija uzsākusi reģionālās videotelevīzijas izveidi, tomēr (vīrusa pandēmijas dēļ) šīs ieceres nav realizējušās. Ja finansiālā situācija būtu labāka, avīzēs būtu nepieciešams vismaz vēl viens žurnālists, lai atslogotu pašreizējo žurnālistu darbu. Lai piesaistītu papildu finansējumu, izglītotos, gūtu jaunu pieredzi, redakciju pārstāvji nemitīgi piedalās vairākos projektu konkursos.

Ilgstoši reģionālo laikrakstu veidotāji cīnās par to, lai tiktu ierobežota pašvaldību veidoto un izplatīto bezmaksas informatīvo izdevumu forma un saturs, aizliegtas reklāmu izvietošanas iespējas (piemērus sk.: Uzule 2018; Šulmane, Uzule 2018). Lai gan jau 2016. gada nogalē valdība apstiprināja Latvijas mediju politikas pamatnostādnes un plānu (Ministru kabinets 2016a, 2016b), kurā tika identificētas aktuālākās problēmsituācijas (piemēram, mediju vides daudzveidības, kvalitātes un atbildīguma, vides drošības veicināšana), kā arī paredzēta pašvaldību informatīvo izdevumu iziešana no reklāmas tirgus un stingrāki nosacījumi šo izdevumu saturam, tomēr vēl aizvien ir pašvaldības, kuras šos noteikumus neievēro, piemēram, Iecavas novada domes informatīvais izdevums "Iecavas Ziņas" bija iekļauts Latvijas Pasta 2020. gada abonēšanas katalogā (Latvijas Pasta e-abonēšana 2020), kā arī izdevumā joprojām tiek izvietotas reklāmas. Lai cīnītos par godīgas konkurences iespējām un neatkarīgas žurnālistikas profesionālajiem standartiem, laikraksta "Bauskas Dzīve" veidotāji uzsāka tiesvedību pret Iecavas novada pašvaldības izdevumu "Iecavas Ziņas" (detalizētāk sk.: Uzule 2018).

Intervētās redaktore atzina – cilvēki bieži jautā pašvaldības izdevumu ar reģionālo laikrakstu, uzskatot, ka tas ir viens un tas pats medijs, līdz ar to arī vienlīdz uzticoties abu izdevumu saturam. Redaktore kā iespējamo risinājumu saredz izmaiņas likumdošanā, nosakot, ka pašvaldības izdevumi drīkst iznākt tikai elektroniskā formātā. 2020. gada 2. novembrī stājās spēkā Saeimas atbalstītie ierobežojumi pašvaldības informatīvo izdevumu saturam un izdošanas biežumam (sk.: Saeima 1994; LETA 2020a, 2020b), bet 2020. gada 5. novembrī Saeimā trešajā lasījumā tika atbalstīti grozījumi likumā "Par presi un citiem masu informācijas līdzekļiem" – pašvaldībām un to iestādēm noteikts liegums dibināt un izdot masu informācijas līdzekļus jeb "vietvarvēstis" (LSM.lv Ziņu redakcija 2020).

Lai reģionālie mediji varētu eksistēt, eksperti iesaka paplašināt informācijas izplatīšanas kanālu skaitu, aktīvāk darbojoties interneta vidē, tomēr Ivonna Plaude ir pārliecināta, ka reģionālajiem laikrakstiem šāds risinājums nav piemērots. "Latviešu valodā iznākošs medijs ir kultūrfenomens. Ņemot vērā, cik mēs esam maza nācija, informatīvā telpa ir būtiska nācijas izdzīvošanas vide. No valsts attieksmes pret medijpolitiku, pret atbalstu mediju kvalitātes uzturēšanai būs atkarīga nācijas izdzīvošana. Drukātie mediji ir teju vienīgā vieta, kur vēl aizvien ir "dzīvā latviešu valoda", pārliecināta "Neatkarīgo Tukuma Ziņu" redaktore (Plaude 2020).

Vajadzība pēc reģionālajiem medijiem ir liela (iedzīvotāju aptaujas rezultāti liecina – ja drukātie preses izdevumi pārstātu iznākt, to trūkumu izjustu 45,1 % aptaujāto), tomēr nav atsaucības no valdības puses. Jau vairākkārt reģionālo mediju pārstāvji ir vērsušies pie valsts varas pārstāvjiem pēc palīdzības, piemēram, 2015. gadā nosūtot atklātu vēstuli un detalizēti izklāstot reģionālo mediju problēmas, kuru risinājums ir tiešā veidā atkarīgs no valdības lēmumiem (LTV1 video sižetu un rakstu par reģionālo mediju cīņu pret pašvaldībām piederošajiem medijiem sk.: Fridrihsone, Karlsona 2015). Arī 2020. gada 13. jūnijā tika sagatavota oficiāla vēstule, kuru parakstīja 24 reģionālo mediju pārstāvji. Vēstulē mediju vadītāji uzskaita gadiem neatrisinātās mediju vides problēmas un aicina tās tūlīt novērst, pretējā gadījumā paredzot, ka daudziem reģionālajiem medijiem šis vai nākamais gads varētu būt pēdējais. Norādot, ka “valsts tālākās attīstības perspektīvas lielā mērā būs atkarīgas no varas līdzsvara reģionos”, mediju pārstāvji aicina nekavējotī palielināt atbalstu reģionālo mediju darbībai un lemt par: 1) PVN maksas nulles likmes piemērošanu; 2) pasta piegāžu izmaksu samazināšanu; 3) jūtami palielināt reģionālajiem medijiem atvēlamo Mediju fonda atbalstu. Par krīzes situāciju reģionālo mediju darbībā laikrakstu veidotāji informē arī lasītājus, publicējot redakcijas slejās savas pārdomas un atsauci uz sagatavoto atklāto vēstuli varas pārstāvjiem (Gaņģe 2020), tādējādi atkal un atkal aktualizējot samilzušās problēmas, kuras vieni paši nespēj atrisināt.

Reaģējot uz straujo ekonomiskās situācijas pasliktināšanos ārkārtējās situācijas sākumposmā, arī Latvijas Reklāmas asociācija, Preses izdevēju asociācija un Raidorganizāciju asociācija izplatīja atklāto vēstuli. Šajā vēstulē asociāciju pārstāvji norāda, ka objektīvas informācijas iegūšana no uzticamiem avotiem krīzes situācijā ir ļoti nozīmīga. Tā kā krīzes periodā īpaši smagi cietusi reklāmas nozare, kas ir cieši saistīta ar medijiem, tad dramatiski samazinājušies arī mediju ienākumi. Asociāciju pārstāvji piedāvā virkni priekšlikumu situācijas uzlabošanai (Liepiņa, Ķēniņš, Līcis 2020).

Lai tiktu sadzirdēti, 2020. gada 1. septembrī, apvienojoties septiņu mediju organizāciju pārstāvjiem, nodibināta Latvijas Reģionālo mediju asociācija (RMA). Tās mērķis – sekmēt neatkarīgu un kvalitatīvu mediju (kuros strādā profesionāli žurnālisti) attīstību Latvijas reģionos. Biedrības pārstāvji norāda, ka “Latvijas reģionu iedzīvotājiem ir jābūt iespējai saņemt objektīvu, patiesu, aktuālu un kvalitatīvu informāciju par visām norisēm valstī un jo īpaši reģionos, vienlaikus arī sekmējot Latvijas reģionu iedzīvotāju medijpratību” (Delfi 2020a). 2020. gada 8. septembrī ievēlēja RMA valde piecu valdes locekļu sastāvā, priekšsēdētājas pienākumus uzticot Ivonnai Plaudei.

Reaģējot uz mediju pārstāvju daudzskaitlīgajām aktivitātēm, Latvijas Valsts prezidents Egils Levits, tiekoties ar preses darbiniekiem, norādījis, ka “valstī ir nepieciešams izstrādāt ilgtermiņa mediju atbalsta sistēmu, kas stiprinātu kvalitatīvus medijus kā vienu no demokrātiskas valsts pamatelementiem” (Delfi 2020b), tāpat prezidents vēstulē valdības pārstāvjiem rosinājis drukātās preses un grāmatniecības nozares pārstāvjiem noteikt PVN likmi 5 % apmērā (līdzšinējo 12 % vietā) izdevumu piegādei un abonentmaksai, pamatojot ar “elektronisko un drukāto masu informācijas līdzekļu būtisko darbu Latvijas demokrātiskā diskursa

telpas funkcionēšanas nodrošināšanā” (LSM.lv Ziņu redakcija, Ķincis 2021). Politiskajā vidē vērojamās aktivitātes ļauj cerēt uz reālu darbību veikšanu medijiem nepieciešamā atbalsta nodrošināšanai.

SECINĀJUMI

Koronavīruss Covid-19 izmainīja Latvijas mediju vidi, jo īpaši reģionālo mediju darbu – dažādojās informācijas ieguves veidi, komunikācija un saturs, palielinājās mijiedarbības intensitāte ar auditoriju, samazinājās abonentu un reklāmdevēju skaits (līdz pat 50 %), līdz ar to arī kopējie ieņēmumi, radot nopietnus draudus mediju eksistencei. Detalizētāk par mediju finansiālās situācijas izmaiņām sk. 2. daļas 2. nodaļā “Mediju ekonomika un pielāgošanās krīzes apstākļiem”.

Sabiedrība atzinīgi novērtē reģionālo mediju darbu, labprāt arī tos patērē, tomēr ne vienmēr ir gatavi maksāt par to radīto saturu, tādējādi vēl jo vairāk samazinot to ienākumus un iespēju attīstīties. Jau tā finansiāli novājināto reģionālo mediju vadītāji koronavīrusa Covid-19 krīzes rezultātā ir spiesti pieņemt smagus lēmumus – samazināt darbinieku skaitu un arī atalgojumu, lemt par periodiskuma samazināšanu, cenu paaugstināšanu, līdz ar to riskējot vēl jo vairāk samazināt lasītāju skaitu un līdz ar to arī ieņēmumus. Reģionālais laikraksts “Kursas Laiks” (galvenokārt tādēļ, ka nespēj atgūties no koronavīrusa Covid-19 radītajiem finansiālajiem zaudējumiem) pārtraucis savu darbību drukātā formā.

Vērojama sakarība starp cilvēku vecumu un interesi par drukāto presi un reģionālajiem medijiem – jo cilvēki kļūst vecāki, jo vairāk viņi patērē šo mediju veidu, turklāt par saistošāko tematu atzīstot lokālās ziņas – jaunumus pašvaldībā un novadā, kultūrā un sportā. Auditorijas novecošanās neizbēgami samazina reģionālo mediju patērētāju skaitu un līdz ar to arī finansiālos ienākumus. Lokālā kopiena uzticas reģionālo mediju darbam, tādēļ arī labprāt vēršas pēc padoma un palīdzības, paši piedalās satura veidošanā, iesakot tematus un iesūtot savus viedokļus. Jo īpaši aktīvi tas tika darīts Covid-19 izraisītās krīzes laikā, kad valsts un pašvaldības iestāžu durvis bija slēgtas, savukārt reģionālo laikrakstu redakcijas daudzviet lasītājiem bija atvērtas visu ārkārtējās situācijas laiku. Pieejamība, palīdzība, atbalsts, informētība veicina reģionālo mediju un auditorijas savstarpējo mijiedarbību un uzticību. Reģionālie mediji pilda unikālas funkcijas un līdz ar to ir neaizvietojams segments Latvijas mediju ekoloģiskajā sistēmā.

Koronavīruss Covid-19 ļoti spēcīgi ietekmēja un ietekmē reģionālo laikrakstu dienaskārtību, to apstiprina gan intervētās laikrakstu redaktors, gan arī veiktā satura analīze. Publikāciju nepārtrauktība un daudzskaitlīgums, atrašanās vieta (55 % visu analizēto publikāciju ir nodrukātas pirmajās trijās laikraksta lappusēs), kā arī īpaši izveidotā infografika uz laikraksta titullapas apliecina šī temata augsto prioritāti reģionālo mediju dienaskārtībā. Krīzes laikā reģionālie mediji īstenoja ne vien informatora funkciju, bet uzņēmās arī citu iestāžu pienākumus, piemēram, veicot sociālā darbinieka, psihologa, jurista darbu.

Koronavīrusam Covid-19 veltītie materiāli – informēja, skaidroja, izglītoja, motivēja rīkoties, apelēja pie sirdsapziņas, aicināja būt atbildīgiem un izpalīdzīgiem, nosodīja, mierināja un arī glāba. Lai gan žurnālistu sagatavotais saturs galvenokārt ir definējams kā informatīvs, tomēr liela daļa rakstu arī izglīto, mudina rīkoties un dod iespēju izteikties. Krīzes periodā reģionālo mediju īstenotās funkcijas krietni vien pārsniedza ierastās funkcijas, tādējādi apliecinot darba atbildīgumu, uzticamību un nozīmīgumu.

Vairāku materiālu sagatavošanā veikts arī pētnieciskais darbs, īstenojot eksperimentus sabiedriskās vietās un noskaidrojot, vai tiek ievēroti valstī noteiktie ierobežojumi, aicinot būt atbildīgiem, vedinot pārdomāt ikkatra individuālo rīcību un sekmējot koronavīrusa izplatības ierobežošanu. Tiek publicēta informācija arī par dažādām sociālajām aktivitātēm, tādējādi vienlaikus laikraksta saturu padarot interesantāku un arī vienojot lokālo kopienu, mudinot lasītājus būt aktīviem un atsaucīgiem. Intervētās reģionālo laikrakstu redaktore gan norāda, ka oficiālas informācijas iegūšanā vai apstiprināšanā ļoti traucē datu aizsardzības regula, kas liedz sniegt sensitīvu informāciju par personām, tādējādi kavējot drošas (pārbaudītas) informācijas iegūvi un materiālu sagatavošanas operatīvītāti.

Izteiktā sabiedrības noslāņošanās (atbalstītājos un nosodītājos) pēc reģionālajā laikrakstā “Alūksnes un Malienas Ziņas” publicētās intervijas ar Covid-19 pārslimojušo Lanu Sniedzāni mudina pārvērtēt līdzšinējās dzīves vērtības un spriedumus. Šāda veida materiāli (reāla kopienas pārstāvja pieredze) izglīto sabiedrību gan par jaunā vīrusa simptomiem, tā izplatīšanās iespējām, slimības norises gaitu, gan arī palīdz iejusties un izprast (pirms nosoda!) inficēto cilvēku situāciju, tādējādi mazinot bailes par nezināmo, mudinot pašiem analītiskāk domāt, kritiskāk vērtēt informāciju un izdarīt secinājumus, lai mācītos no šīs pieredzes un nepieļautu līdzīgas kļūdas. Patiesais stāsts un lokālais tuvums (viens no mums) vēl jo vairāk empātiski tuvina kopienas iedzīvotājus.

Covid-19 palīdzēja izgaismot reģionālo mediju stiprās un vājās puses, kā arī aktivizēties un, apvienojot spēkus (nodibinot Latvijas Reģionālo mediju asociāciju), atkal uzsākt komunikāciju ar varas pārstāvjiem, atgādinot par gadiem gruzdošajām problēmām, kas kropļo mediju vidi Latvijā un neļauj attīstīties. Reģionālā prese ir ļoti nozīmīga Latvijas mediju ekosistēmas sastāvdaļa, unikāls segments, bez kura mediju vide nav pilnīga. Lai izdzīvotu un arī turpmāk būtu nozīmīga mediju vides daļa, reģionālajiem medijiem nāksies reorganizēties, vairāk attīstot savu darbību elektroniskajās platformās un sociālajos tīklos. Reģionālie mediji ir vienīgais varas līdzsvara mehānisms reģionos, tādēļ, iznīcinot reģionālos laikrakstus, zudīs jebkāda veida varas kontrole pašvaldībās. Šobrīd reģionālo mediju darbība galvenokārt balstās uz darbinieku entuziasmu un ļoti lielu pārslodzi, kas turklāt netiek pietiekami finansiāli atalgota. Ja atbildīgās valsts amatpersonas steidzami nereaģēs un neīstēnos Latvijas reģionālo mediju atklātajā vēstulē norādītās prasības, reģionālo mediju eksistence jau tuvākā gada laikā būs apdraudēta, līdz ar to daudzpusīga mediju vide, viedokļu dažādība, objektīvas informācijas pieejamība, kā arī literārā latviešu valoda un kultūra. Latvijas mediju ekosistēma ir savstarpēji saistīta – novājinot (vai iznīcinot) kādu tās posmu (reģionālos medijus), tiks neatgriezeniski ietekmēta visa sistēma kopumā.

INTERVIJAS

- Plaude, I., reģionālā laikraksta "Neatkarīgās Tukuma Ziņas" galvenā redaktore, 2020, 4. aug.
Rozentāle, A., reģionālā laikraksta "Bauskas Dzīve" galvenā redaktore, 2020, 6. aug.
Vīksna, L., reģionālā laikraksta "Alūksnes un Malienas Ziņas" galvenā redaktore, 2020, 20. aug.
Nizinska, M., reģionālā laikraksta "Rēzeknes Vēstis" redaktore, 2020, 5. aug.

LITERATŪRA

- Alūksniešiem.lv (2020a). Nav jākaunas meklēt emocionālu atbalstu. *Alūksnes un Malienas Ziņas*. 27. marts, 14. lpp.
- Alūksniešiem.lv (2020b). Tīra māja – vienmēr svarīgi. *Alūksnes un Malienas Ziņas*. 3. apr., 12. lpp.
- Apine, S. (2020a). Vīruss maina pasauli. *Alūksnes un Malienas Ziņas*. 10. marts, 2. lpp.
- Apine, S. (2020b). Paliēc mājās jeb dzīve ārkārtas režīmā. *Alūksnes un Malienas Ziņas*. 20. marts, 6.–7. lpp.
- Apine, S. (2020c). Uzsver drošības un medijpratības nozīmību. *Alūksnes un Malienas Ziņas*. 20. marts, 9. lpp.
- Apine, S. (2020d). Piesardzība kāzās un bērēs. *Alūksnes un Malienas Ziņas*. 21. marts, 6. lpp.
- Apine, S. (2020e). Ar draugiem un radiem tiešsaistē no Itālijas. *Alūksnes un Malienas Ziņas*. 3. apr., 16. lpp.
- Apine, S. (2020f). Kustēties vajag. *Alūksnes un Malienas Ziņas*. 3. apr., 16. lpp.
- Apine, S. (2020g). Aicina bērniem sarūpēt datoru mācībām attālināti. *Alūksnes un Malienas Ziņas*. 17. apr., 10. lpp.
- Apine, S. (2020h). Alūksnē ignorē distancēšanās prasības. *Alūksnes un Malienas Ziņas*. 17. apr., 3. lpp.
- Apine, S. (2020i). "Sirdskustība", kas palīdz palikt mājās. *Alūksnes un Malienas Ziņas*. 8. maijs, 16. lpp.
- Apine, S. (2020j). Citāds izlaidums. *Alūksnes un Malienas Ziņas*. 15. maijs, 2. lpp.
- Apine, S. (2020k). Fiksēts otrais "Covid-19" gadījums. *Alūksnes un Malienas Ziņas*. 15. maijs, 3. lpp.
- Apine, S. (2020l). Alūksnē – pirmais auto koncerts. *Alūksnes un Malienas Ziņas*. 22. maijs, 16. lpp.
- Apine, S. (2020m). Jauno laiku svētki pieprasa radošumu. *Alūksnes un Malienas Ziņas*. 16. jūn., 2. lpp.
- Apine, S., Lizdika, A. (2020). Aktualitātes Alūksnes un Apes novados par "Covid-19". *Alūksnes un Malienas Ziņas*. 24. marts, 3. lpp.
- Aploka, E. (2020a). Alūksnes novada dome pārceļ nekustamā īpašuma nodokļa samaksas termiņus. *Alūksnes un Malienas Ziņas*. 27. marts, 13. lpp.
- Aploka, E. (2020b). Palīdzība grūtā brīdī. *Alūksnes un Malienas Ziņas*. 24. apr., 11. lpp.
- [B. a.] (2020a). *Alūksnes un Malienas Ziņas*. 17. marts, 8. lpp.
- [B. a.] (2020b). Alūksnes novada pašvaldība informē. *Alūksnes un Malienas Ziņas*. 20. marts, 1. lpp.
- Bauers, D. (2020a). Ārkārtas stāvoklis sportā. *Alūksnes un Malienas Ziņas*. 17. apr., 11. lpp.
- Bauers, D. (2020b). Sporta dzīve atkal izkustas. *Alūksnes un Malienas Ziņas*. 22. maijs, 11. lpp.
- Bērziņa, A. (2020a). Apē slēdz bērnu dārzu. *Alūksnes un Malienas Ziņas*. 20. marts, 3. lpp.
- Bērziņa, A. (2020b). Atbrīvo no maksas. *Alūksnes un Malienas Ziņas*. 17. apr., 6. lpp.
- Bērziņa, A. (2020c). Eksāmeni šogad būs īsāki, bet ne vieglāki. *Alūksnes un Malienas Ziņas*. 24. apr., 2. lpp.
- Bērziņa, A. (2020d). Saņem dīkstāves pabalstu. *Alūksnes un Malienas Ziņas*. 22. maijs, 3. lpp.
- Clark, T. (2021). From *The Silent Watchdog* to the Lost Watchdog: The Decline of the UK Regional Press' Coverage of Local Government over 40 Years. *Media History*, 27(2), 177–196. DOI: 10.1080/13688804.2020.1861932
- Cole, P. (2006). Educating and Training Local Journalism. In: Franklin, B. (ed.). *Local Journalism and Local Media*. London; New York: Routledge, pp. 73–82.
- Delfi (2020a). Nodibināta Latvijas Reģionālo mediju asociācija. *Delfi.lv*. 2. sept. Izgūts no: <https://www.delfi.lv/news/national/politics/nodibinata-latvijas-regionalo-mediju-asociacija.d?id=52431931> [aplūkots 9.09.2020.]

- Delfi (2020b). Jāizstrādā ilgtermiņa mediju atbalsta sistēma, norāda Levits. *Delfi.lv*. 4. nov. Izgūts no: <https://www.delfi.lv/news/national/politics/jaizstrada-ilgtermina-mediju-atbalsta-sistema-norada-levits.d?id=52627766> [aplūkots 5.11.2020.]
- Dubre-Dobre, D. (2020). Pārdomu laiks. *Alūksnes un Malienas Ziņas*. 3. apr., 10. lpp.
- Fridrihsone, M., Karlsone, L. (2015). Reģionālie mediji: Vietvaru piekoptā tirgus kroplošana apdraud neatkarīgus medijus. *LSM.lv*. 17. marts. Izgūts no: <https://www.lsm.lv/raksts/zinas/latvija/regionalie-mediji-vietvaru-piekopta-tirgus-kroplosana-apdraud-neatkarigus-medijus.a121832/> [aplūkots 26.08.2020.]
- Gaņģe, A. (2020). Reģionālais medijs – vietējās varas līdzsvarotājs. *eDruva*. 16. jūl. Izgūts no: <http://edruva.lv/viedokli/regionalais-mediji-vietejas-varas-lidzsvartajs/> [aplūkots 23.08.2020.]
- Grinēviča, G. (2020). Dabai draudzīgie – pašgatavoti tīrīšanas un dezinfekcijas līdzekļi. *Alūksnes un Malienas Ziņas*. 24. apr., 12. lpp.
- Harmsena, K. (2020). Kā krīzes apstākļos saglabāt mieru? *Alūksnes un Malienas Ziņas*. 9. apr., 12. lpp.
- Jargane, L. (2020a). Būt atbildīgam – būt mājās. *Alūksnes un Malienas Ziņas*. 17. marts, 2. lpp.
- Jargane, L. (2020b). Mācīties attālināti nav grūti. *Alūksnes un Malienas Ziņas*. 27. marts, 2. lpp.
- Jargane, L. (2020c). Trauslā robeža starp darbu un bezdarbu. *Alūksnes un Malienas Ziņas*. 27. marts, 7. lpp.
- Jargane, L. (2020d). Svarīgākais šobrīd: drošība, pienākumi, atbildība. *Alūksnes un Malienas Ziņas*. 3. apr., 8.–9. lpp.
- Jargane, L. (2020e). Privātā transportlīdzeklī var braukt. *Alūksnes un Malienas Ziņas*. 7. apr., 2. lpp.
- Jargane, L. (2020f). Ziedo medu arī Alūksnes mediķiem. *Alūksnes un Malienas Ziņas*. 17. apr., 1. lpp.
- Jargane, L. (2020g). Emociju karuseļi krīzes laikā. *Alūksnes un Malienas Ziņas*. 30. apr., 12. lpp.
- Jargane, L. (2020h). Ierobežojumi paliek. *Alūksnes un Malienas Ziņas*. 12. jūn., 6. lpp.
- Jargane, L. (2020i). “Covid-19” inficētā: Lana Sniedzāne. *Alūksnes un Malienas Ziņas*. 3. jūl., 6.–7. lpp.
- Jargane, L., Bērziņa, A. (2020). Jaunās aplikācijas “Apturi Covid” par un pret. *Alūksnes un Malienas Ziņas*. 12. jūn., 2. lpp.
- Jargane, L., Bērziņa, A., Apine, S. (2020). Vīruss diemžēl sasniedz Alūksnes novadu. *Alūksnes un Malienas Ziņas*. 31. marts, 3. lpp.
- Kantar. (2020). Preses izdevumu patēriņš saglabājas stabils, mainījies interesējošo tēmu izvēle. *Kantar.lv*. 24. apr. Izgūts no: <https://www.kantar.lv/preses-izdevumu-paterins-saglabajas-stabils-mainijusies-interesejosu-temu-izvele/> [aplūkots 10.08.2020.]
- Kažoka, I., Stafeca L. (2017). Varas līdzsvars un kontrole Latvijas pašvaldībās. *Deputatiuzdelnas.lv*. Febr. Izgūts no: <http://deputatiuzdelnas.lv/assets/upload/userfiles/files/PROVIDUS%20petijums%20par%20pasvaldibam%20202017.pdf> [aplūkots 23.08.2020.]
- Kokle-Līviņa, V., Prūsis, L. (2020). Pārdomas. *Alūksnes un Malienas Ziņas*. 21. apr., 2. lpp.
- Krenberga, O. (2020). PVO: Latvijā situācija ar Covid-19 laba, bet jāpaliek modriem. *LSM.lv*. 26. apr. Izgūts no: <https://www.lsm.lv/raksts/zinas/latvija/pvo-latvija-situacija-ar-covid-19-laba-bet-japaliek-modriem.a357451/> [aplūkots 13.08.2020.]
- Lagzdīņa, G. (2020). Mīts vai patiesība. *Alūksnes un Malienas Ziņas*. 31. marts, 8. lpp.
- Latvijas Nacionālās bibliotēkas elektroniskais kopkatalogs*. Izgūts no: https://kopkatalogs.lv/F/H9BK5CTXQV45E976LY9BITMLQIHCDJH38D9QEPQXM2H9R9Y7HU-04607?func=full-set-set&set_number=008663&set_entry=000003&format=999 [aplūkots 29.08.2020.]
- Latvijas Pasta e-abonēšana. 2020. gada katalogs*. Izgūts no: https://abone.lv/lv/latvijas_preses_izdevumi/regionala_prese/3077/2020_gads/ [aplūkots 24.08.2020.]
- Lauterer, J. (2006). *Community Journalism: Relentlessly Local*. Chapel Hill: University of North Carolina Press.
- LETA. (2020a). VARAM rosina ieviest vienotu visu pašvaldību preses izdevumu formātu. *Delfi.lv*. 9. sept. Izgūts no: <https://www.delfi.lv/news/national/politics/varam-rosina-ievies-vienotu-visu-pasvaldibu-preses-izdevumu-formatu.d?id=52454561> [aplūkots 9.09.2020.]

LETA. (2020b). Britu laikraksts cildina Latvijas veikumu cīņā ar pandēmiju. *LSM.lv*. 26. apr. Izgūts no: <https://www.lsm.lv/raksts/zinas/latvija/britu-laikraksts-cildina-latvijas-veikumu-cina-ar-pandemiju.a357461/> [aplūkots 13.08.2020.]

Liepiņa, B., Kēniņš, A., Līcis, G. (2020). "Covid-19" nogalina Latvijas medijus. *Alūksnes un Malienas Ziņas*. 20. marts, 13. lpp.

Lizdika, A. (2020a). Cienīsim cits citu! *Alūksnes un Malienas Ziņas*. 10. marts, 2. lpp.

Lizdika, A. (2020b). Noteikti ārkārtējās situācijas ierobežojumi. *Alūksnes un Malienas Ziņas*. 17. marts, 1. lpp.

Lizdika, A. (2020c). Skolas gatavas strādāt attālināti. *Alūksnes un Malienas Ziņas*. 20. marts, 5. lpp.

Lizdika, A. (2020d). Noskaņojums un sapratne pozitīva. *Alūksnes un Malienas Ziņas*. 27. marts, 5. lpp.

Lizdika, A. (2020e). Vai patīk mācīties attālināti? *Alūksnes un Malienas Ziņas*. 27. marts, 2. lpp.

Lizdika, A. (2020f). Atcelt varēs jebkurā brīdī. *Alūksnes un Malienas Ziņas*. 9. apr., 2. lpp.

Lizdika, A. (2020g). Atslābt pašlaik vēl nedrīkst. *Alūksnes un Malienas Ziņas*. 9. apr., 3. lpp.

Lizdika, A. (2020h). Sāk izsniegt pārtikas pakas. *Alūksnes un Malienas Ziņas*. 21. apr., 3. lpp.

Lizdika, A. (2020i). Grūtā brīdī – saruna ar līdzilvēkiem. *Alūksnes un Malienas Ziņas*. 28. apr., 7. lpp.

Lizdika, A. (2020j). Lēmumu vērtē ar dalītām jūtām. *Alūksnes un Malienas Ziņas*. 22. maijs, 2. lpp.

LSM.lv Ziņu redakcija (2020). Pašvaldībām aizliedz dibināt un izdot savas "vietvarvestis". *LSM.lv*. 5. nov. Izgūts no: <https://www.lsm.lv/raksts/zinas/latvija/pasvaldibam-aizliedz-dibinat-un-izdot-savas-vietvarvestis.a380647/> [aplūkots 6.11.2020.]

LSM.lv Ziņu redakcija, Ķincis, J. (2021). Levits rosina grāmatniecībai un drukātajiem medijiem piemērot PVN 5 % likmi. *LSM.lv*. 3. febr. Izgūts no: <https://www.lsm.lv/raksts/zinas/ekonomika/levits-rosina-gramatniecibai-un-drukatajiem-medijiem-piemerot-pvn-5-likmi.a391252/> [aplūkots 3.02.2021.]

LU SPPI (2019). Projekts "Latvijas mediju ekoloģija: Ceturtās industriālās revolūcijas izraisīto pārmaiņu analīze". Kvantitatīvās aptaujas instrumentārijs un datufails. Kvantitatīvās aptaujas laukadarba veicējs SIA Latvijas Fakti.

Ministru kabinets. (2016a). *Latvijas Republikas Ministru kabineta tiesību aktu projekti*. Pamatnostādņu projekts "Latvijas mediju politikas pamatnostādnes 2016.–2020. gadam". *Ministru kabineta internetvietne*. Izgūts no <http://tap.mk.gov.lv/lv/mk/tap/?pid=40376153&mode=mk&date=2016-11-08> [aplūkots 22.08.2020.]

Ministru kabinets. (2016b). Par Latvijas mediju politikas pamatnostādņēm 2016.–2020. gadam. Ministru kabineta rīkojums Nr. 667. *Ministru kabineta internetvietne*. Izgūts no: <https://likumi.lv/ta/id/286455-par-latvijas-mediju-politikas-pamatnostadnem-2016-2020-gadam> [aplūkots 24.08.2020.]

Ministru kabinets. (2020a). Par ārkārtējās situācijas izsludināšanu. (Ministru kabineta rīkojums Nr. 103, 12. marts). *Likumi.lv*. Izgūts no: <https://likumi.lv/ta/id/313191-par-arkartejas-situacijas-izsludinasanu> [aplūkots 9.08.2020.]

Ministru kabinets. (2020b). Par ārkārtējās situācijas izsludināšanu. (Ministru kabineta rīkojums Nr. 103, 12. marts). *Vestnesis.lv*. Izgūts no: <https://www.vestnesis.lv/op/2020/51A.1> [aplūkots 16.08.2020.]

Ministru kabinets. (2020c). Grozījumi Ministru kabineta 2020. gada 12. marta rīkojumā Nr. 103 "Par ārkārtējās situācijas izsludināšanu". 31. marts. *Likumi.lv*. Izgūts no: <http://likumi.lv/ta/id/313586> [aplūkots 20.08.2020.]

Ministru kabinets. (2020d). Grozījumi Ministru kabineta 2020. gada 12. marta rīkojumā Nr. 103 "Par ārkārtējās situācijas izsludināšanu". 7. maijs. *Likumi.lv*. Izgūts no: <http://likumi.lv/ta/id/314553> [aplūkots 20.08.2020.]

Ministru kabinets. (2020e). Grozījums Ministru kabineta 2009. gada 22. decembra noteikumos Nr. 1609 "Noteikumi par bērna kopšanas pabalsta un piemaksas pie bērna kopšanas pabalsta un vecāku pabalsta par dviņiem vai vairākiem vienās dzemdībās dzimušiem bērniem apmēru, tā pārskatīšanas kārtību un pabalsta un piemaksas piešķiršanas un izmaksas kārtību". 14. maijs. *Likumi.lv*. Izgūts no: <https://likumi.lv/ta/id/314852-grozijums-ministru-kabineta-2009-gada-22-decembra-noteikumos-nr-1609-noteikumi-par-berna-kopsanas-pabalsta-un-piemaksas-pie-ber...> [aplūkots 20.08.2020.]

NEPLP, Latvijas Fakti (2018). *Pētījums par Latvijas iedzīvotāju interesēm, dienaskārtību un uzticēšanos medijiem. Kvantitatīvais pētījums*. [Rīga]: NEPLP. Izgūts no: [https://www.neplpadome.lv/lv/assets/documents/Petijumi/Mediju_lieto%C5%A1ana_atskaite_08.2018_%20\(002\).pdf](https://www.neplpadome.lv/lv/assets/documents/Petijumi/Mediju_lieto%C5%A1ana_atskaite_08.2018_%20(002).pdf) [aplūkots 6.08.2020.]

Pavziņiuka, I. (2020). Kultūra pārceļas uz virtuālo vidi. *Alūksnes un Malienas Ziņas*. 24. marts, 4. lpp.

Plaude, D. (2020a). Jāizvērtē objektīvā situācija. *Alūksnes un Malienas Ziņas*. 3. marts, 2. lpp.

- Plaude, D. (2020b). Attālināti – arī dievkalpojumi. *Alūksnes un Malienas Ziņas*. 3. apr., 2. lpp.
- Plaude, D. (2020c). Vīruss “nozog” svētkus skolēniem. *Alūksnes un Malienas Ziņas*. 3. apr., 7. lpp.
- Plaude, D. (2020d). Izaicinājumu laiks kultūras nozarei. *Alūksnes un Malienas Ziņas*. 15. maijs, 8. lpp.
- Plaude, D. (2020e). Pārtikas paka – atbalsts, kas jānovērtē. *Alūksnes un Malienas Ziņas*. 19. maijs, 2. lpp.
- Plaude, D. (2020f). Alūksnes svētkus tomēr gribas. *Alūksnes un Malienas Ziņas*. 9. jūn., 2. lpp.
- Prauliņš, U. (2020). Ērmaņu muižā sezonu atklās attālināti. *Alūksnes un Malienas Ziņas*. 15. maijs, 12. lpp.
- Prūsis, L. (2020). Pārdomas. *Alūksnes un Malienas Ziņas*. 2. jūn., 2. lpp.
- Rože, S. (2020). Valdība meklē krīzes risinājumus. *Alūksnes un Malienas Ziņas*. 22. maijs, 6. lpp.
- Rudbārža, Z. (2020). Cītīgs mācību darbs attālināti. *Alūksnes un Malienas Ziņas*. 26. maijs, 2. lpp.
- Sabiedrības integrācijas fonds (2020). Atbalsts medijiem Covid-19 krīzes radīto negatīvo seku mazināšanai” pieteikumu konkurss. Izgūts no: https://www.sif.gov.lv/index.php?option=com_content&view=article&id=10883%3Aizsludinats-pieteikumu-konkurss-programma-%E2%80%9CAtbalsts-medijiem-Covid-19-krizes-radito-negativo-seku-mazinasanai%E2%80%9D&catid=14%3AJaunumi&Itemid=186&lang=lv [aplūkots 23.08.2020.]
- Saeima (1994). Par pašvaldībām. II nodaļa, Pašvaldību kompetence, 14.¹ pants. 19. maijs. *Likumi.lv*. Izgūts no: <https://likumi.lv/doc.php?id=57255> [aplūkots 10.11.2020.]
- Šulmane, I., Uzule, L. (2018). Latvijas mediju vides raksturojums: ieskats nacionālo un reģionālo mediju darbinieku viedoklī. No Zelče, V. (red.). *Latvijas mediju vides daudzveidība*. Rīga: LU Akadēmiskais apgāds, 117.–135. lpp.
- Uzule, L. (2018). Reģionālie mediji. No Zelče, V. (red.). *Latvijas mediju vides daudzveidība*. Rīga: LU Akadēmiskais apgāds, 156.–188. lpp.
- Vīksna, L. (2020a). Pašiem sevi jāsargā. *Alūksnes un Malienas Ziņas*. 6. marts, 3. lpp.
- Vīksna, L. (2020b). Alūksnē var nodot analīzes uz “Covid-19”. *Alūksnes un Malienas Ziņas*. 21. marts, 1. lpp.
- Vīksna, L. (2020c). Pašizolējas pašvaldības telpās. *Alūksnes un Malienas Ziņas*. 31. marts, 3. lpp.
- Vīksna, L. (2020d). Būt atbildīgiem. *Alūksnes un Malienas Ziņas*. 3. apr., 2. lpp.
- Vīksna, L. (2020e). Sniedz palīdzību. *Alūksnes un Malienas Ziņas*. 3. apr., 3. lpp.
- Vīksna, L. (2020f). Alūksnes novadā ēdinās katru skolēnu. *Alūksnes un Malienas Ziņas*. 9. apr., 5. lpp.
- Vīksna, L. (2020g). Kas notiks ar Alūksnes svētkiem. *Alūksnes un Malienas Ziņas*. 15. maijs, 1., 3. lpp.
- Vīksna, L. (2020h). Mazina ierobežojumus. *Alūksnes un Malienas Ziņas*. 15. maijs, 3. lpp.
- Vīksna, L. (2020i). Ielopot dziļāk. *Alūksnes un Malienas Ziņas*. 19. maijs, 2. lpp.
- Vīksna, L. (2020j). Lasītāju ekskursija tomēr nenotiks. *Alūksnes un Malienas Ziņas*. 16. jūn., 2. lpp.

JCDecaux



Paldies

Parūpēsimies
par tiem, kas
rūpējas par mums

JCDecaux

PANDĒMIJAS KRĪZES ĒTIKA

Skaidrīte Lasmane

Ētikas pieprasījumu parasti saasina kāds vides, bioloģiskais vai sociālais (ekonomiskais, militārais, finansiālais utt.) risks un pierastā, par normālu atzītā stāvokļa apdraudējums, kas izraisa krīzes situāciju. Risku pārvarēšanā iegūta pieredze, kuru pavada atšķirīgs nozīmju un jēgu piešķirums. Frīdriha Nīčes (*Friedrich Nietzsche*) par vērtību pārvērtēšanu nosauktais process ar laiku rezultējas jaunu sociālo un morālo normu iedibinājumā, tāpēc blakus zaudējumiem krīze atzīstama arī par individuālas un sociālas pašimunizācijas, pašuzlabošanas laiku, kas pieradina pie dzīves citādos apstākļos un veicina morāles attīstību (Tangija 2014, 262–263).

Risku apzināšana un mazināšana pieprasa intensīvāku izziņu un praktisku lemšanu divos – tagadnes un nākotnes laika – virzienos. Intensifikācija pašsaprotami saistīta ar ekosistēmas drošības un stabilitātes apdraudējuma izziņu, krīzes pārvaldību (pārvarējuma vadīšanu, risku samazināšanu, stratēģisku lemšanu) un optimālu, ātru, precīzu rīcību. Vienlaikus ar apdraudējuma mazināšanos pieaug pēckrīzes pārmaiņu prognozes un nākotnes paredzējuma pieprasījums. Pagātnes atcerei un analīzei veltītais laiks parasti samazināts un aizstāts ar koncentrētu uzmanību esošās un pēckrīzes dzīvotspējas plānojumam.

Tā kā mediji atzīstami par būtisku mūsdienu sociālās ekosistēmas sastāvdaļu (Ward 2020; Deuze 2018 u. c.), mediju ētikas loma pieaug, pirmkārt, krīzes norises operatīvā komunikācijā, otrkārt, sabiedrības noskaņojuma un attieksmes veidošanā un, treškārt, tiešā mediatizācijā, aicinot un mobilizējot noteiktai praktiskai rīcībai. Mediju līdzdalība un atbildība krīzes komunikācijā ir neaizstājama gan tiešā risku apzināšanā, informatīvi piedaloties krīzes vadīšanā, gan arī par labu perspektīvam, produktīvam un tālredzīgam ekonomisko, sociālo un morālo vērtību atjauninājumam.

Ekoloģiski riskantos apstākļos un jauno interneta tehnoloģiju daudzveidīgajā vidē tradicionālā morāle pakļauta pārbaudījumam. Problemātisko pierastās morāles nepieciešamu pielāgošanu jaunajiem dzīves apstākļiem īsā dialogā izteikusi romānā “Vongezers” (Vongozero, 2011) tēlotās Maskavas gripas epidēmijas un karantīnas autore Jana Vagnere (*Yana Vagner*):

“Nekautrējieties,” tētis atmeta ar roku, “ticiet man: ja saimnieki līdz šim brīdim nav ieradušies, tad viņu, visticamāk, vairs nav starp dzīvajiem. Tādos laikos kā šie ierastās morāles normas vairs nav spēkā.”

“Pateicos jums, jaunekli,” mētelī ģērbtais atbildēja un skumīgi pasmaidīja, “lai gan, ticiet man, tieši šādos laikos morāles normas ir sevišķi vajadzīgas.”

“Hm...” tētis pārsteigts novilka, un tad mētelī ģērbtais pirmo reizi palūkojās viņam sejā un klusi iesmējās:

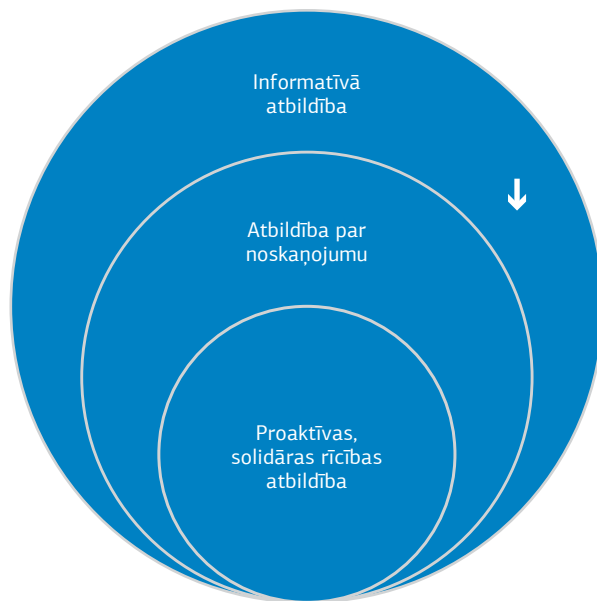
“Piedodiet! Man ne prātā nevarēja ienākt, ka starp jums varētu būt kāds mana vecuma cilvēks. Tomēr redzu, ka visam tam, kas notiek apkārt, jūs esat pielāgojies nesalīdzināmi labāk par mani.” (Vagnere 2018, 211)

Krīzes situācijās parasti stabilas un pieredzē pārbaudītas morāles normas praksē pakļautas jau minētajam iepriekšējo uzskatu un rīcības lietderības un piemērotības apšaubījumam. To labilitāte un praksē izraisītās dilemmas pieprasa risinājumu, kuru atvieglo iepriekš gūtās zināšanas: ne tikai dziļa situācijas analīze, bet arī vēsturiski izstrādāto ētikas teoriju pieredze.

Mediju ētika krīzes situācijā galvenokārt vērtējama no pragmatiska lietderīguma (utilitārisma ētika) aspekta, proti, no mediju praktiska ieguldījuma saprātīgā krīzes vadīšanā, pirmkārt, pielāgojoties dzīvei citādos apstākļos un, otrkārt, ievirzot pēckrīzes pārmaiņām. Vienlaikus, saasinoties saliedētas rīcības akūtai nepieciešamībai, pieaug stingru racionālu imperatīvu pieprasījums, kuru pamatojums rodams deontoloģijā attiecībā uz morālu pienākumu pret sevi, citiem, lokālo un globālo kopienu. Universāla morālā pienākuma pildīšana, kā norādīts Imanuela Kanta ētikā, nodrošina cieņpilnas attiecības sabiedrībā, to vienojot. Visbeidzot, stingru un noteiktu krīzi pārvarošu uzvedības normu pieprasījums iekļauj tikumu ētiku ar individuālās pilnveides un atbildības uzsvērumu, ikvienu uzrunājot un praktiski iesaistot kopīgā krīzes pārvarējumā.

Minētā ētisko teoriju pieredze attiecināma uz 2020. gada koronavīrusa un Covid-19 izraisīto krīzi, kuru Pasaules Veselības organizācijas ģenerāldirektors uzrunā 2020. gada 11. martā klasificējis kā pandēmiju ([Ghebreyesus] 2020). Latvijas prese, elektroniskie sabiedriskie un komerciālie mediji, interneta platformas un sociālie tīkli iekļauti pandēmijas ekosistēmā un tās drošības nodrošinājumā. Turpmāk aplūkosim, kā mediju un jauno tehnoloģiju ētika darbojās Latvijas mediju vidē Covid-19 pandēmijas un valdības noteikto ārkārtējo situāciju laikā (2020. gada 12. marts–12. jūnijs, 2020. gada 9. novembris–2021. gada 11. janvāris).

Atbilstoši trim iepriekš minētajiem uzdevumiem – operatīvai informēšanai, noskaņojuma veidošanai un iesaistošai mobilizācijai – analizēta Latvijas mediju loma un efektivitāte krīzes norisē jauno komunikācijas tehnoloģiju apstākļos.



1. attēls. Mediju morālās atbildības virzieni

MEDIJU INFORMATĪVĀ ATBILDĪBA KRĪZES APSTĀKĻOS

Kā jau norādīts, krīzes apstākļos ar tās neizzinātību, neparedzamību pieaug savlaicīgas, precīzas, patiesas un uzticamas informācijas pieprasījums. Jau Ekonomiskās sadarbības un attīstības organizācijas (ESAO) Starptautiskās nākotnes programmā atzīts, ka nodrošināma ātra, visplašākajai sabiedrībai viegli pieejama un saprotama informācija, tāpēc svarīga nozīme piešķirama komunikatora profesionālai un morālai kvantitātei: tas, kas pārraida, lielā mērā nosaka to, ko pārraida. Lai nodrošinātu uzticamu informētību, ESAO norāda uz pēc iespējas daudzveidīgāku mediju iesaisti informācijas sniegšanā, lai pēc iespējas pilnīgāk aptvertu visus sabiedrības slāņus. Īpaša uzmanība pievērsta sociālajiem medijiem, atzīstot to spēju ātri ietekmēt un iesaistīt darbībā (OECD 2011, 118–119).

Mūsdienu digitālās revolūcijas tehnoloģiskās iespējas ļauj neierobežoti pieaugt mediju, īpaši digitālo kanālu, skaitam un līdz ar to arī plašai, daudzveidīgai, bieži pretrunīgai, nedrošai un kontrolei grūti pakļaujamai informācijai. Kā liecina Šveices zinātnieku pētījumi, SARS-CoV-2 jeb Covid-19 pandēmijas pirmajos mēnešos sakarā ar plašiem tiešo kontaktu ierobežojumiem strauji pieaugusi tieši digitālā komunikācija (Nguyen *et al.* 2020). Līdz ar informācijas

neierobežotību un pretrunīgo daudzveidību, kā arī tās ietekmi uz cilvēku apziņu izvirzās tās ticamības un uzticamības vērtība, kas saistīta ar ētikas sfēru.

Mediju ētikas pētnieki uzsver informatīvo atbildību kā galveno vadlīniju krīzes uzraudzībā, kontrolē un pārvarēšanā (Kumar, Muthusvani 2020). Atbildība attiecas uz pēc iespējas savlaicīgāku, precīzāku un plašāku datu un pieredzes komunikāciju, ko veic gan tradicionālie, gan interneta mediji. Tomēr digitālo tīklu uzraudzība un kontrole salīdzinājumā ar tradicionālo profesionālo žurnālistiku grūti iespējama vai pat neiespējama, tāpēc veidojas paradok sāla situācija: uzticamas un patiesas informācijas pieaugošais pieprasījums krīzes ekoloģijā jauno tehnoloģiju apstākļos tiek pastiprināti apmierināts grūti kontrolējamā, pretrunīgā, bieži apzināti maldinošā komunikācijā. Informācijas daudzums pieaug, taču tās kvalitāte, ticamība un patiesums ir visdažādāko interešu vadīts, individualizēts un segmentēts, tāpēc apgrūtina patiesas un uzticamas informācijas apmaiņu.

Krīzes un ārkārtējās situācijas notikums licis nomainīt tradicionālo drošas dzīves, labklājības, politisko lēmumu, korupcijas un citas ziņas ar plašu Covid-19 pandēmijas statistiku, profesionālu infektologu, epidemiologu, veselības iestāžu un medicīnas dienestu darbinieku, valdības un citu risku pārvaldīšanā tieši nodarbināto komunikatoru līdzdalību.

Latvijas profesionālie žurnālisti ātri pielāgojas darbam jaunos apstākļos. Ik dienas sniegti dati par Covid-19 testos pārbaudīto skaitu, infekcijas konstatējumu, slimnīcās ievietoto un mirušo statistiku, kā arī vēlāk – par vakcīnas pieejamību. Par datu precizitāti mediji daļa atbildību ar Slimību kontroles un profilakses centra ziņojumiem, kuri samērā viegli pārdzīvotā pirmā vilņa laikā parasti sniegti dienas pirmajā pusē, bieži kopā ar epidemiologa Jurija Perevoščikova vai infektologa Ugas Dumpja u. c. speciālistu vai ekspertu komentāriem. Otrajā pandēmijas vilnī infekcijas pieauguma dēļ slimības dati atvirzīti uz pēcpusdienu. Ne mazāk operatīvi un plaši pārraidītas ziņas par valdības lēmumiem attiecībā uz ierobežojumiem. Parasti visātrāk šos datus izdevies sniegt tieši ziņu portāliem interneta medijos, kā arī radio un televīzijas ziņu dienestiem. Iespējams, vairoties no informācijas shematiskās vienveidības, portālā “Delfi.lv” jūnija sākumā gan vēstīts par pandēmijas ziņu ierobežošanu, tomēr sakarā ar slimības ievērojamu pieaugumu t. s. otrajā vilnī operatīvā informācija par Covid-19 ne tikai atjaunota, bet paplašināta.

Kopumā operatīvais informatīvais pieprasījums par Covid-19 norisi Latvijas medijos apmierināts samērā ātri, precīzi un pietiekami plaši. Mazāk informācijas auditorija saņēmusi par krīzes skarto tautsaimniecību, atsevišķu nozaru izdzīvošanu – to ieguvumiem un zaudējumiem – krīzes apstākļos, kā arī par attālinātā darba un daudzkārt pieaugušās tiešsaistes komunikācijas pretrunīgo ikdienas pieredzi vai par “mājas dzīves” psiholoģiskajām un sociālajām pielāgošanās iespējām un sekām.

Taču ir arī vairāki mediētās prakses gadījumi, kas ir zināmā pretrunā ar kvalitatīvu žurnālistiku un mediju ētiku, ciktāl tie atklājas galvenokārt sabiedrisko elektronisko mediju un vadošo ziņu portālu diskursīvā analizē.

Pirmkārt, uzticību medijam nevairo un prestižu neceļ sensacionalitāte un Covid-19 statistikas pārvēršana “pasaules čempionātos”. ASV 16. aprīļa ziņa par 2569 mirušajiem portālā



2. attēls. Baiļu un neziņas izraisītas iepirkšanās drudzis “Rimi Latvija” Rīgā Purvciemā. 2020. gada 12. marts. Vitas Zelčes foto

“Delfi.lv” publicēta ar “Jauns pasaules rekords” virsrakstu, kas hronoloģiski nedaudz vēlāk nomainīts, “rekordu” aizstājot ar “pieaugumu” (LETA 2020). Rekorda jēdziens tomēr turpmāk atkārtojas un izraisa pieradumu, tikai dažkārt to aizvieto ar loģiski neskaidro antirekorda vai negatīva rekorda apzīmējumu. Laiku pa laikam sensacionalizētas ziņas par Latvijas un pasaules norisēm atkārtojas, īpaši attiecībā uz otro vilni, globālo statistiku un ziņojot par krīzes visvairāk skartajām valstīm – ASV, Brazīliju, Indiju, Krieviju, vēlāk Lietuvu un citām.

Otrkārt, atklājas zināma nogurdinoša vienas pusītes krīzes atveidojumā, sniedzot galvenokārt tikai racionālus statistikas datus, ko maz papildina dziļāka analīze un krīzes notikumu emocionāli vai analītiski pieredzes naratīvi. Kā norādīts Neatliekamās medicīniskās palīdzības dienesta vadītājas Lienas Cipules intervijā, vienas pusītes statistika vairo informētības rutīnu, kas ar laiku noved pie apnikuma un vienaldzības, bet neiesaista saprotošākā attieksmē, piemēram, pret medicīniskās palīdzības sniedzēju smago darbu, slimības upuriem, kā arī neviens atbalstošu un solidāru iesaisti proaktīvā rīcībā (Unāma, Jansone 2020a).

Treškārt, sacensībā par informētības ātrumu atklājās nepiedodama sasteigtība un nejutība nāves ziņu vēstījumā. Nāves ziņas ir īpaši jūtīgas ziņas, kas prasa sevišķi izsvērtu, niansētu, saudzīgu un iejūtīgu attieksmi. Aiz katra no skaitļiem ir kāda zaudējuma drāma un ar to saistītais pārdzīvojums, tāpēc tās ar saspringtām cerībām gaidītas smagi slimo tuvinieku

un draugu vidē. Sasteigtas un nepilnīgas, tās nevajadzīgi saasina satraukumu tuviniekos, bet neizraisa pārlicību par infekciozās slimības patieso bīstamību sabiedrībā un neairo dzīvības vērtības apziņu un līdzcietību.

Ceturtkārt, neziņas, bet pastiprināta skaidrības pieprasījuma apstākļos informācijas nepietiekamību kompensē baumas, minējumi, maldīgas un pat viltus ziņas, kurām tik piemērota tehnoloģiski ikvienam bez grūtībām pieejamā sociālo tīklu un portālu vide. Uz nepatiesu ziņu atspēkojuma svarīgumu norāda Indijas un citu valstu krīzes pētniecība (Kumar, Muthuswany 2020), īpaši attiecinot uz vārda brīvības dēļ problemātiski kontrolējamo sociālo tīklu informāciju.

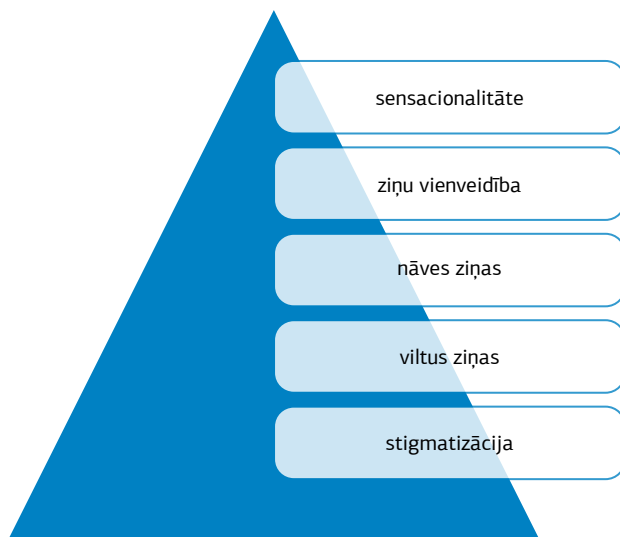
Piektkārt, patiesa, taču emocionāli un ētiski nekommentēta statistika par vīrusa un slimības plašo izplatību veco ļaužu pansionātos, nabadzīgo slāņu un bezpajumtnieku vidē nepamatoti noved pie minēto slāņu stigmatizācijas un neapzinātas diskriminācijas. Tas atstāj iespaidu uz iejūtības un solidaritātes kultūru, uz palīdzības un atbalsta sniegšanu, kā arī vēlāk uz vakcīnas plānojuma prioritātēm. Iespējams, lai novērstu diskriminācijas sekas, kā liecina Lielbritānijas pieredze, plaši komunicēta pirmās vakcinētās personas – astoņdesmitgadīgās pacientes – ziņa vietējo un globālo mediju dienaskārtībā. Līdzīgi arī plaši raidīta ziņa par vakcīnu prioritāti Vācijā, īpaši uzsverot, ka no plānotām sešām sabiedrības iedalījuma grupām pirmtiesības attiecas uz sešdesmitgadīgiem un vecākiem cilvēkiem.

Kā liecina īsā informatīvās līdzdalības analīze, mediji ir atbildīgi ne tikai par operatīvas informācijas patiesumu un daudzveidību, bet arī par tās sekām, atbalsojumu, ietekmi, kas izpaužas proaktīvā, protestējošā vai pasīvā, depresīvā noskaņojumā un attieksmē.

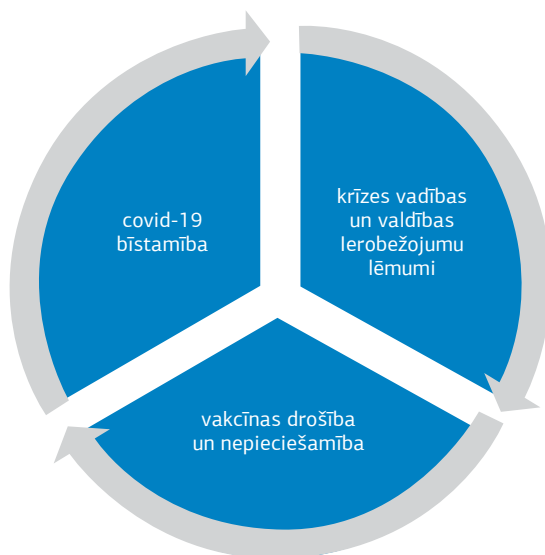
OPTIMĀLA NOSKAŅUMA ĒTIKA

Minētā informatīvā darbība – ziņas, intervijas, pieredzes stāsti, komentāri – ierosina dažādu interpretāciju, attieksmi, diskusijas un atšķirīgus naratīvus publiskajā telpā. Tā veidojas publiskā sfēra, kuras konceptu definējis Jirgens Hābermāss (Habermas 1989). Publiskajā sfērā top sabiedrībai raksturīgais valdošais noskaņojums – atbalstošs, noliedzošs, protestējošs, proaktīvs, fatāls vai depresīvs. Noskaņojums raksturo attieksmi pret pandēmijas riskiem, krīzes vadību un atbilstoši virza vai attur no krīzi pārvarošas, saliedētas darbības. Neraugoties uz publiskās telpas vienotības un saliedētības grūtībām, ko izraisa interneta mediju kvantitatīvā un kvalitatīvā daudzveidība, krīzes ētika jauno tehnoloģiju apstākļos vērtējama atbilstoši tās noderībai sekmīgā krīzes risinājumā.

Aristoteliskā mērenības ētika izrādās visvairāk piemērota optimālam, efektīvam noskaņojumam, atturot no divām galējībām – pandēmijas bīstamības ignorances vai, tieši otrādi, – rīcību paralizējošām bailēm un panikas. Kā īsi un precīzi pateikts Latvijas eksprezidenta Valda Zatlera intervijā Latvijas Radio, “sabiedrībai jābūt mierīgai un saprātīgai” (LSM.lv Ziņu redakcija 2020a). Mediju loma optimālās attieksmes radīšanā plašāk aplūkota šīs grāmatas 6. nodaļā, tāpēc noskaņojuma ētikas kopsakarā šoreiz uzmanība pievērsta vārda



3. attēls. Informatīvās ētikas riski



4. attēls. Vārda brģvģības robeģu diskursi

brīvības tiesību un to ierobežojuma attiecībām līdzsvarota, krīzi pārvarētspējīga noskaņojuma veidošanas kopsakarā.

VĀRDA BRĪVĪBAS ROBEŽAS ĀRKĀRTĒJĀ SITUĀCIJĀ

Dzīvību un veselību apdraudošā ekosistēmā, saasinoties saliedētas kopdarbības prasībām, mediju vārda brīvības robežas nonāk uzmanības lokā. Svētās tiesības uz uzskatu, viedokļu demokrātisku dažādību pārskatāmas, ja to pretrunīgā ietekme izraisa šaubas un attur no vienotas kopdarbības pandēmijas pārvarēšanai.

Blakus daudziem citiem pandēmijas noteiktiem ierobežojumiem vārda brīvības robežu pārskatījums attiecas, pirmkārt, uz Covid-19 realitātes un bīstamības radikālu apšaubījumu, otrkārt, uz protestiem pret krīzes vadības un valdības lēmumiem un, treškārt, uz vakcīnas efektivitātes un drošības noliegumu.

Nav grūti saprast, ka trīs diskursi ir savstarpēji saistīti: Covid-19 realitātes un bīstamības noliegums loģiski izraisa valdības noteikto ierobežojumu neatzīšanu un noved arī pie vakcīnas lietderības un drošības apšaubījuma. Veidojas diametrāli pretēja noskaņojuma segmenti, dažādas izpratnes, pārliecības un ticības grupas, vājinot vienota risinājuma potences. Nevienprātības kulmināciju apliecina protestu akcijas daudzās pasaules valstīs – Francijā, Vācijā, Lielbritānijā un citur. Latvijā protesti pret brīvības ierobežojumiem pausti otrā pandēmijas viļņa laikā t. s. Lielajā tautas sapulcē (decembris) ar samērā ierobežotu dalībnieku skaitu. Daudz asākas, naidīgākas un regulārākas kaujas, lietojot militāru apzīmējumu, dažādu politisku interešu un ideoloģisku motīvu pastiprinātas, ik dienas piedzīvo sociālo tīklu un interneta portāli, piemēram, ziņu portāla “[Delfi.lv](https://www.delfi.lv)” komentāru vide, kur ieviesta nepārprotama koronavīrusa bīstamības aizstāvju (sauktu par kovidfobiem) un tās noliedzēju (sauktu par kovidiotiem un kovidskeptiķiem) polarizācija. Abas puses pretendē katra uz savu patiesību un aizstāv vārda brīvības tiesības, uzturot naida, dusmu, apmelojumu, pazemojumu un citu negatīvu emociju un nesamierināmu konfliktu lauku. Ne velti pandēmijas laiks medijos un akadēmiskā pētniecībā atveidots militārās terminoloģijas līdzekļiem un pārspīlētu kara apstākļu analogijā.

Vārda brīvības un bezcenzūras tiesībām, kas apliecinātas Vispārējā cilvēktiesību deklarācijā, Eiropas tiesību hartā, Latvijas Satversmes 100. pantā un citos dokumentos, krīzes apstākļos apspriesta Latvijas juristu diskusijās un mediju ekspertu secinājumos. Juristu uzmanība galvenokārt pievērsta vārda brīvības saturam – vai un kā virtuāli publiskotais teksts, ja tas neatbilst likumam un ierobežojumu noteikumiem, pakļaujams kriminālai un administratīvai sodāmībai. Vai esošie likumi un normas ir pietiekamas, lai regulētu vārda brīvības ierobežojumus un sodītu pārkāpējus? Plašā diskusijā žurnāls “Jurista Vārds” nonāk pie secinājuma par sodāmības taisnīgumu un norāda uz atbilstošiem likumiem un tiesiskām normām, pēc kurām soda sankcijas piemērojamas (Zemzars u. c. 2020).

Vārda brīvības aizstāvībai veltīta žurnālistu un mediju ekspertu diskusija Latvijas Radio 1 raidījumā “Krustpunktā”, pamatojot demokrātisku vārda brīvību ar visdažādāko sabiedrības slāņu tiesībām tikt uzklausītām. Mediju pētniece Anda Rožukalne uzsvērusi, ka medijiem jāstrādā tā, “lai neviena sabiedrības grupa netiktu apieta”. Vienlaikus pieļauta aizskarošo, neiecietīgo un agresīvo uzskatu ierobežošana atbilstoši profesionālās ētikas kodeksu noteiktai kārtībai (Unāma, Jansone 2020b).

Tomēr jāatzīst, ka atšķirībā no tiesiskās uzraudzības ar vairāk vai mazāk sakārtotiem likumiem un atbilstošām sankcijām mediju profesionālās ētikas kodeksos nospraustās robežas ir pārāk vispārējas un nenoteiktas, tāpēc pielāgojami arī citi situatīva lietderīguma apsvērumi. Krīzes apstākļos pamatojums vārda brīvības ierobežošanai rodams pragmatiskā lielākā labuma principa piemērojumā. Ņemot vērā mediju ietekmes spēju, lielākais labums – sabiedrības ekosistēmas drošība – pieprasa stingrāku un situācijai atbilstošu pašuzraudzību un profesionālu atbildību par viedokļu un uzskatu brīvību. Ja kritiski un uzbrūkoši uzskati šķēļ sabiedrību un kavē saprātīgu koplabumu – krīzes pārvarējumu, tad ētikā atbilstoši pragmatiskam lielākā labuma principam pieļaujama brīvības robežu sašaurināšana. Jautājums ir par veidu, kādā ierobežošana ir īstenojama. Atšķirībā no tiesiskās atbildības ar tās sodiem un sankcijām morālā atbildība aktivizē ikviena paša spējas pilsoniski iekļauties krīzes pārvarēšanā, praktizējot stingrāku pašuzraudzību, pašvērtējumu un paškontroli.

Kā jau norādīts sākumā, morālā atbildība nav panākama tikai ar uzrunām un aicinājumiem. Līdz ar to krīzes ekosistēmā daudz stingrākas prasības izvirzītas sociālajiem tīkliem un blogiem. Vārda brīvības ierobežojumi pieprasīti gan intelektuālo autoritāšu intervijās, gan oficiālās interneta platformu deklarācijās. Tā, piemēram, noteiktība uzskatos par vārda brīvības ierobežojumiem pausta komponista Imanta Kalniņa intervijā: “Bet, ja mēs tajā pašā tviterī un feisbukā, vēl jo vairāk interneta portālu lasītāju komentāros, redzam, cik nekvalitatīvi un vulgāri cilvēki var runāt, cik nepieklājīgi cilvēki var būt, tad ir pavisam skaidrs, ka jāievieš kaut kāds mehānisms, kas izslēdz iespēju tādiem ļaudīm ietekmēt sabiedrisko domu. Ir jāatrod kāda iespēja.” (Lūsiņa 2020, 12) Pēc Kalniņa domām, “sabiedrībai vienkārši ir jāvienojas, kas publiskajā informatīvajā telpā ir pieļaujams un kas nav pieļaujams. Arī katra valsts ir ieinteresēta nepieļaut, ka tās informatīvā telpa tiek piesārņota un līdz ar to tiek ietekmēta sabiedriskā apziņa... Es runāju par neadekvātu, neinteligentu, brutālu, rupju un nepieklājīgu komunikāciju. Domāju, ka attiecībā uz šādiem patoloģiskiem gadījumiem cenzūrai ir jādarbojas.” (Lūsiņa 2020, 13)

Arī “Twitter” kompānija izstrādājusi skaidrus kritērijus pieļaujamai un liedzamai informācijai krīzes apstākļos. Sociālo mediju platforma noteikusi stingru un atbildīgu satura politiku. Covid-19 satura politika nepieļauj tvītus, kas noliedz globālo un lokālo veselības autoritāšu ieteikumus par sociālo distancēšanos vai zinātnisko atzinumu noliegšanu par vīrusa bīstamību. Satura kontrolei pakļauti nepierādīti un kaitīgi ieteikumi par koronavīrusa ārstēšanu, aizsardzības līdzekļiem, diagnosticēšanas kritērijiem. Satura kontrole vērsta pret informāciju, kas propagandē un izraisa paniku, nekārtības un nemierus, kas izplata dezinformāciju (Singh, Bagchi 2020).

SALIEDĒTĪBA KOPDARBĪBAI

Tā kā pandēmijas situācijā galvenais mērķis ir koronavīrusa izplatības un Covid-19 infekcijas ierobežošana, no tās izriet vairākkārt minētais komunikācijas pozitīvais uzdevums – saliedēt sabiedrību kopdarbībai. Solidaritāte veicināma, pirmkārt, stiprinot pamatotu uzticēšanos krīzes vadībai, otrkārt, saglabājot cieņu, atbalstu un iejūtību savstarpējās attiecībās, treškārt, uzsverot ikviena individuālu atbildību par distances, pašizolācijas un higiēnas noteikumu ievērošanu, ceturtkārt, mazinot mediēto ļaunumu.

Uzticība krīzes vadībai, protams, galvenokārt ir atkarīga no tās prasmīgas darbības un komunikācijas, taču arī mediji var uzticību publiski stiprināt vai vājināt. Mediju attiecības ar valsts varu nav vienkāršas arī parastos apstākļos, pastiprināti saasinoties vēlēšanu laikā, taču ne mazāk būtiska to sadarbība riskantos ekosistēmas nestabilitātes apstākļos. Pierastā sargsuņa un ceturtais varas funkcija kritiskos apstākļos īstenojama pārdomāti. Ne velti Tirdzniecības un rūpniecības kameras prezidents Aigars Rostovskis uz radio žurnālista jautājumu 2020. gada 24. aprīlī par sadarbību ar valdību atbild: “Jācenšas maksimāli strādāt kopā... Cenšamies mazāk viens otru kritizēt un strādājam kopā!” (LSM.lv Ziņu redakcija 2020b) Arī vēsturiskās Tautas frontes un Atmosfēras līderis Dainis Īvāns uzrunā Latvijas Radio, daloties pieredzē par politiskās un sociālās krīzes situāciju 20. gadsimta 80.–90. gados, uzsver: “Apstākļi ir tik nopietni, ka mums nevajadzētu meklēt vainīgo, pārmet, kurš ko ir pateicis vai arī kā nav pateicis. Mums tomēr vajadzētu padomāt, ka katrs no mums ir atbildīgs par apstākļiem, kas mums šeit ir.” (LSM.lv Ziņu redakcija 2020c) Kļūdas, kas neizbēgamas krīzes apstākļos, analizējamas, palīdzot tās atklāt un novērst, iekļaujot politisko varu un sabiedrību kopīgā risinājumā. Tāpēc no saliedētības viedokļa problemātiski vērtējama Latvijas mediju attieksme pret valsts varas pārstāvju uzrunām kritiskā pandēmijas situācijā, tās ironiski analizējot pēc svētku runu parauga vai pārspīlēti uzbrūkoši izturoties pret atsevišķiem krīzes vadības un valdības lēmumiem. Būtiska, argumentēta kritika, papildināta ar krīzes risinājuma priekšlikumiem, nošķirama no ierastām skandālu un mediju performanču konstrukcijām politiskajā komunikācijā.

Cieņas, iejūtības un labvēlības attiecības nav viegli saglabājamās spriedzes, labklājības zuduma un brīvības ierobežojumu, veselības un dzīvības apdraudējuma apstākļos, taču bez to uzturēšanas nav panākams sarežģītajos apstākļos tik nepieciešamais atbalsts, iejūtība un izpalīdzība. Pozitīvs piemērs tam ir mediķu darba augstais, dažkārt par varonību sauktais novērtējums, intervijas, kurās radināta līdzietība un atbalsts drosmīgai, nesavtīgai, savu dzīvību un veselību apdraudošai glābēja lomai.

Par vienu no saliedētībai un labvēlības kultūrai visbūtiskākajiem kaitējumiem atzīstams ļaunums sociālajos tīklos un portālu komentāros. Agresīvu komentāru pētījumi pievērš īpašu konceptuālu uzmanību t. s. mediētam vitriolam (*online, mediated vitriol*) (Jane 2014). Portālā “Delfi.lv” vislielākais naidpilnu komentāru skaits (300–400) attiecas tieši uz pandēmijas norisi. Naidi izskan gan pret oficiālo Covid-19 izpratni un ar to saistītiem ierobežojumiem, pret valdību, valsti, pret komentēto rakstu autoriem un jebkuru personu vai notikumu. Ļaunums veicina

vardarbību, kurai pievērsta pētījumu centra “Re:Baltica”, sabiedrisko mediju, jaunatnes akcijas “Dod pieci” uzmanība sakarā ar attālināta darba un mācību neparastajiem apstākļiem. Uz ļaunuma bīstamo ietekmi un sekām daudzkārt, to apkarojot, savstarpēji viens otram norāda paši portālu lietotāji, piemēram, kādas “tantiņas” komentārā “Delfi.lv” 2021. gada 1. janvārī lasāms: “Atkal vesels bars, kas runā tautas vārdā, un es saprotu tos, kuriem negribas vairs delfu komentārus vispār ne lasīt, ne rakstīt – viens vienīgs naidis, bez jebkādas loģikas, pret jebko, ar jebkuru iemeslu. Jācer, ka šo trakumu visi tomēr pārdzīvos un cilvēki atgūs mieru.”

Franču rakstniece Delfīne de Vigāna (*Delphine de Vigan*) iekļāvusi mediēto komentētāju un ļaunuma problematizējumu darbā “Lojalitātes” (*Les Loyautés*, 2018), pievēršot uzmanību tuva un parasta cilvēka neparastai slēptai anonīmai uzvedībai internetā. Komentētājs raksturots kā bailes un bezjēdzīgu agresivitāti izraisošs svešinieks, kurš slepenībā spēj paust anonīmi visatbaidošākās domas, izteikt ļaunu nicinājumu un izrunāt ikdienā un normālos apstākļos nepieļaujamus vārdus – “vārdus, kas jūs apšļāc ar kauna dubļiem. Ko darīt, kad atklājat, ka šī no nebūtības iznirusi Otra personības daļa, liekas, ir noslēgusi līgumu ar sātanu? Ko iesākt, kad saprotat, ka dekorāciju neredzamā puse mirkst dūkstī, no kuras dvako kanalizācijas smirdoņa?” (Vigāna, de 2020, 90)

Solidaritāte jeb sociālā saliedētība un savstarpējs atbalsts (Wardman 2020) kolektīvā Covid-19 apdraudējuma gadījumā paradoksāli panākama individuāli – ar ikviena individuālu rīcību un paškontroli attiecībā uz higiēnu, fizisku distancētību un pašizolāciju. Ar Ministru kabineta 2020. gada 12. marta 103. rīkojumu noteikts, ka, neievērojot 2 metru distanci, vienlaikus pulcēties publiskās vietās var ne vairāk kā divas personas; personas, kas dzīvo vienā mājsaimniecībā; vecāks un to nepilngadīgie bērni, ja tie nedzīvo vienā mājsaimniecībā; personas, kuras veic darba vai dienesta pienākumus. Vēlāk noteikumu stingrība variēta atbilstoši vīrusa infekcijas saasinājumam. Gan valdības un krīzes vadības, gan mediju uzdevums tādējādi ir uzrunāt auditoriju, aicinot ikvienu atbildīgi iekļauties kopdarbībā.

SECINĀJUMI

Pandēmijas laikā, pieaugot dzīvības un izdzīvošanas apdraudējumam, izveidojas ārkārtēja situācija, kurā pastiprinās mediju tiesiskās (Zemzars u. c. 2020) un morālās atbildības nozīme. Mediju morālā atbildība vērtējama trijos galvenajos komunikācijas virzienos. Tā attiecināma, pirmkārt, uz savlaicīgu, patiesu un daudzpusīgu sabiedrības informēšanu par pandēmijas norisi, otrkārt, tā saistāma ar saliedēta, proaktīva sabiedrības noskaņojuma veidošanu un, treškārt, ikviena individuālu līdziesaisti krīzes pārvarēšanā. Minētie savstarpēji saistītie darbības virzieni uzlūkojami par svarīgiem mediju morālā vērtējuma kritērijiem laikā, kad konvencionālās morāles normas un vērtības optimāli pielāgojamas intensīvas ekoloģiskās un sociālās spriedzes situācijai.

Sabiedrības informēšanā mediju uzmanība pievēršama ne tikai ziņu precizitātei un plašumam, bet arī sensacionalizācijas nepieļaušanai, ziņu vienveidības novēršanai, ievainojamu

sabiedrības grupu diskriminācijas nepieļaušanai un nāves ziņu sensitivitātei. Krīzes pārvarēšanas nolūkā jauno tehnoloģiju iespējas izmantojamas ne tikai informācijas izplatīšanai, bet arī tās izskaidrošanai un ierobežošanai, atpazīstot un atmaskojot viltus ziņas, maldinošus naratīvus un jebkura cita veida dezinformāciju.

Žurnālistu pilsoniskā atbildība veltāma sabiedrības noskaņojuma un attieksmes veidošanai, atturot no bailu izraisītās panikas, kas paralizē darbības spējas, kā arī vienlaikus no vienaldzības, skepticisma, depresīvas nolemtības vai nenopietnības un bezrūpības.

Krīzes pārvarējumā izšķirošā loma ir saliedētai attieksmei un proaktīvai rīcībai, kas nav panākama tikai ar bargu policejisku uzraudzību un kontroli, sodiem un sankcijām, bet arī ar labvēlīgu brīvprātību, iejūtību pret cietušajiem, ikvienu uzrunājot un iekļaujot pozitīvā pielāgošanās un risinājuma stratēģijā.

Vārda brīvības ierobežojumi un pašierobežojumi krīzes situācijā attaisnojami minēto morālās atbildības virzienu nodrošinājuma kopsakarā.

Mūsdienu komunikācijas tehnoloģijas ierosina pāreju no informācijas ētikas uz komunikācijas ētiku, ņemot vērā plaši pieejamo un neierobežoti daudzveidīgo komunikācijas kanālu un to ražotās informācijas būtisko ietekmi uz auditoriju. Līdz ar to mediju ētikā pieaug prasība pēc digitālā jeb e-profesionālisma, kas precizē un paplašina medijpratības jēdzienu. Ar e-profesionālismu saprasta prasme identificēt un efektīvi pārvaldīt riskus un izaicinājumus, kā arī saprātīgi un atbildīgi izmantot digitālo un sociālo tehnoloģiju priekšrocības par labu ekosistēmas stabilitātei un attīstībai. Tas nozīmē, ka e-profesionālisma mērķi un uzdevumi iespējami morāli atbildīgā un uzticamā digitālo portālu, komentāru un īpaši plaši lietotā sociālo tīklu vidē.

Vienlaikus nākas reālistiski atzīt, ka šo vidi nav iespējams uzlabot tikai ar morāles starpniecību. Jāpiekrīt britu komunikācijas nozares profesionālim Kevinam Hīlejam (*Kevin Healey*), ka sociālo mediju ētika nav atkarīga tikai no katra individuālās personīgās uzvedības, bet arī tehnoloģijām, tiesiskām normām un ierobežojumiem, kā arī no informācijas tīklu organizācijas struktūrām, kuras pielāgotas noteiktiem dažādo lietotāju sociāliem un politiskiem mērķiem (Healey 2020, 332). Jāatzīst, ka šī vide vēl tikai veidojas, ka tās morālā brieduma tapšana ir pietiekami sarežģīta, un tajā jāiesaistās visai digitālo lietotāju (*digital natives*) paaudzei (Healey 2020, 333). Mediju ekoloģija pandēmijas krīzes situācijā kalpo par morāles pārvērtību sarežģītas kognitīvas un performatīvas pieredzes lauku.

LITERATŪRA

Deuze, M. (2013). *Media Life*. Cambridge, Malden: Polity.

[Ghebreyesus, T. A.] (2020). WHO Director-General's Opening Remarks at the Media Briefing on COVID-19 – 11 March 2020. *World Health Organization's Homepage*. 11 March. Retrieved from: <https://www.who.int/director-general/speeches/detail/who-director-general-s-opening-remarks-at-the-media-briefing-on-covid-19---11-march-2020>

Habermas, J. (1989). *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. Cambridge: Polity.

- Healey, K. (2020). Coercion, Consent, and the Struggle for Social Media. In: Wilkins, L., Christians, C. G. (eds). *The Routledge Handbook of Mass Media Ethics*. New York; London: Routledge, pp. 321–335.
- Jane, E. A. (2014). Beyond antifandom: Cheerleading, Textual Hate and New Media Ethics. *International Journal of Cultural Studies*, 17(2), 175–190. DOI: 10.1177/1367877913514330
- Kumar, N. K., Muthuswamy, V. (2020). Fostering Ethical Biomedical and Health Research in India During the COVID-19 Pandemic. *Research Ethics*, 16(3–4), 1–10. DOI: 10.1177/1747016120941632
- LETA (2020). Jauns pasaules rekords. ASV diennaktī reģistrēti 2569 jauni Covid-19 upuri – līdz šim lielākais pieaugums. *Delfi.lv*. 16. apr. Izgūts no: <https://www.delfi.lv/news/arzemes/asv-diennakti-registreti-2569-jauni-covid-19-upuri-lidz-sim-lielakais-pieaugums.d?id=52059873>
- LSM.lv Ziņu redakcija (2020a). Eksprezidents: Lielākā valdības problēma ir bieži mainītie lēmumi. *LSM.lv*. 7. dec. Izgūts no: <https://www.lsm.lv/raksts/zinas/latvija/eksprezidents-lielaka-valdibas-problema-ir-biezi-mainitie-lemumi.a384361/>
- LSM.lv Ziņu redakcija (2020b). Rostovskis: Jāatbalsta uzņēmumu eksports un produktivitāte; dīkstāves sistēma – nemotivējoša. *LSM.lv*. 24. apr. Izgūts no: <https://www.lsm.lv/raksts/zinas/ekonomika/rostovskis-jaatbalsta-uznemumu-eksports-un-produktivitate-dikstaves-sistema-nemotivejosa.a357199/>
- LSM.lv Ziņu redakcija (2020c). Dainis Īvāns. Šis nav īstais brīdis, kad vajadzētu apšaubīt valdības lēmumus. *LSM.lv*. 18. dec. Izgūts no: <https://www.lsm.lv/raksts/zinas/latvija/dainis-ivans-sis-nav-istais-bridis-kad-vajadzetu-apsaubit-valdibas-lemumus.a385892/>
- Lūsiņa, I. (2020). Ar vijoli blakus. Saruna ar komponistu Imantu Kalniņu. *SestDiena*, 22.–28. maijs, 8.–13. lpp.
- Nguyen, M. H., Gruber, J., Fuchs, J., Marler, W., Hunsaker, A., Hargittai, E. (2020). Changes in Digital Communication during the COVID-19 Global Pandemic: Implications for Digital Inequality and Future Research. *Social Media+ Society*, July. DOI:10.1177/2056305120948255
- OECD (2011). *Future Global Shocks: Improving Risk Governance, OECD Reviews of Risk Management Policies*. Paris: OECD Publishing. DOI: 10.1787/9789264114586-en
- Singh, S., Bagchi, K. (2020). How Internet Platforms Are Combating Disinformation and Misinformation in the Age of COVID-19. *New America*. 1 June. Retrieved from: <https://www.newamerica.org/oti/reports/how-internet-platforms-are-combating-disinformation-and-misinformation-age-covid-19/>
- Tangjia, W. (2014). A Philosophical Analysis of the Concept of Crisis. *Frontiers of Philosophy in China*, 9(2), 254–267. DOI: 10.3 868/s030-003-014-0021-0
- Unāma, E., Jansone, M. (2020a). Krustpunktā. NMPD vadītāja: Jebkurš emocionālais novērtējums mediķiem nozīmē daudz. *Latvijas Radio 1 internetvietne*. 7. dec. Izgūts no: <https://lr1.lsm.lv/raksts/krustpunkta/nmpd-va-ditaja-jebkurs-emocionalais-novertejums-medikiem-nozime-da137463/>
- Unāma, E., Jansone, M. (2020b). Krustpunktā. Mediju anatomija: mediju loma krīzes situācijā. *Latvijas Radio 1 internetvietne*. 8. dec. Izgūts no: <https://lr1.lsm.lv/raksts/krustpunkta/mediju-anatomija-mediju-loma-krizes-situacija.a137557/>
- Vagnere, J. (2017). *Vongezers*. Rīga: Zvaigzne ABC.
- Vigāna de, D. (2020). *Lojalitātes*. Rīga: Jāņa Rozes apgāds.
- Ward, S. J. A. (2019). *Objectively Engaged Journalism. An Ethic*. Montreal; Kingston; London; Chicago: McGill-Queen's University Press.
- Wong, M. Y. (2016). The Mood-Emotion Loop. *Philosophical Studies*, 173, 3061–3080. DOI: 10.1007/s11098-016-0650-2
- Zemzars, U., Laura, J., Liholaja, V., Judins, A., Danovskis, E., Rozenbergs, J., Gribonika, Ē., Jurista Vārds, Valsts policija, Latvijas Republikas prokuratūra (2020). Huligānisms internetā: vai vārda brīvībai ir robežas. *Jurista Vārds*, 45(1155), 14–24. Izgūts no: <https://juristavards.lv/doc/277529-huliganisms-interneta-vai-varda-brivibai-ir-robezas/>



MEDIJPRATĪBA PANDĒMIJAS LAIKĀ

Klinta Ločmele

“Covidiot” angļu valodā jeb “kovidiots” latviešu valodā ir vārds, ar kuru sociālo mediju ierakstos, komentāros un arī citviet publiskajā telpā ironiski apzīmē cilvēkus, kas tic savvērestības teorijām par Covid-19 un tās dedzīgi aizstāv sociālo mediju komentāros, noliedzot mediķu un zinātnieku viedokli par koronavīrusa izraisīto slimību, profilaksi un citiem jautājumiem (Pētersone 2020; Kolms 2020). “Čekisti” – tādā vārdā, savukārt, ir tikuši nosaukti faktu pārbaudītāju iniciatīvas “Re:Check” darbinieki (Sprinģe 2020). Sabiedrības viedokļu polarizācija par Covid-19, informācijas pārbagātība un tādējādi – grūtības izvērtēt, kam uzticēties, ir tikai daži no papildu izaicinājumiem medijpratībai, ar kuriem saskāramies kopš 2020. gada sākuma. Jau pirms pandēmijas pastāvēja virkne risku informācijas vidē, tostarp “parastās” viltus ziņas, Krievijas izplatīta dezinformācija un konspirācijas teorijas u. c. Informācijas pārsātinājumam pievienojās jauns temats – Covid-19. Īpaši veicinoši apstākļi dezinformācijas izplatīšanai ir sociālo mediju iespējas īsā laikā sasniegt plašu auditoriju un pandēmijas globālā daba – konspirācijas teorijas un dezinformācija, kas radusies vienā valstī, ar sociālo mediju starpniecību var ātri sasniegt dzirdīgas ausis un iegūt globālu auditoriju. Konspirācijas teorijas pārsniedz valstu robežas, video ar maldinošiem ieteikumiem par profilakses pasākumiem vai pat dezinformāciju, noliedzot Covid-19 eksistenci, iegūst tūkstošus un pat miljoniem skatījumu dažādās interneta platformās.

Lai raksturotu dezinformāciju, kas izplatās paralēli Covid-19 pandēmijai un vairo tās draudus, Apvienoto Nāciju Izglītības, zinātnes un kultūras organizācijas (UNESCO) ieviesa dezinfodēmijas (*disinfodemic*) jēdzienu. Tas apvieno vārdus “dezinformācija” un “pandēmija”, tādējādi parādot sasaisti starp nepatiesu informāciju un tās potenciālo ietekmi uz Covid-19 pandēmiju. UNESCO skaidro, ka dezinformācija par Covid-19 ir bīstama dzīvībai un veselībai,

UNESCO identificētas deviņas biežākās dezinformācijas tēmas

- savvērestības teorijas par Covid-19 izcelsmi un izplatību
- nepatiesa vai maldinoša statistika par inficēto skaitu un mirstību
- nepatiesa informācija par pandēmijas un sociālās izolēšanas ietekmi uz ekonomiku
- žurnālistu un uzticamu ziņu kanālu diskreditēšana
- bīstama dezinformācija par slimības profilaksi un ārstēšanu
- dezinformācija par pandēmijas ietekmi uz sabiedrību un vidi
- jautājuma politizācija
- krāpnieciska satura radīšana finansiālā labuma gūšanai
- nepatiesas ziņas par slavenību saslimtību ar Covid-19

Avots: UNESCO (Balcare 2020)

jo izraisa vai pavairo neskaidrību par cilvēku drošībai svarīgām personīgajām un politiskajām izvēlēm, kas ietekmē gandrīz ikvienu cilvēku un globālo ekonomiku (Balcare 2020).

Pēc Latvijas iniciatīvas 130 ANO valstis 2020. gada vasaras sākumā nāca klajā ar starpreģionālu paziņojumu cīņai pret dezinformāciju Covid-19 laikā (LETA 2020a). Paziņojumā norādīts, ka Covid-19 izraisītās veselības nozares krīzes laikā “infodēmijas” izplatība var būt tikpat bīstama cilvēku veselībai un drošībai kā pati pandēmija (Latvijas Republikas Ārlietu ministrija 2020). Pasaules Veselības organizācija ir norādījusi uz dezinformācijas pārpilnību par Covid-19 un piedāvā pamācības, kā ziņot par dezinformāciju dažādās sociālo mediju platformās (World Health Organization 2020). Vērojot dezinformācijas izplatīšanas mehānismus, redzams, ka līdzīgi kā ūdens straumes izskalo iežus, tā dezinformācija vienlaikus ir risks un drauds mediju ekoloģijai, kas seklāk vai dziļāk skar katru tās elementu. Medijiem informācijas ieguves praksi papildina pastiprināta faktu pārbaude, dezinformatori publiski mēģina diskreditēt medijus un žurnālistus. 2021. gada pirmajā pusē veiktās intervijas ar mediju darbiniekiem atklāj pat agresiju pret žurnālistiem atšķirīgo viedokļu par Covid-19 dēļ protesta akciju laikā (Ločmele 2021). Dezinformācijas pieaugums kopš 2020. gada otrās puses ir radījis līdz šim nepieredzēti lielu diskusiju par sociālo mediju un citu lielo interneta platformu atbildību un regulāciju, vienlaikus veicinot viedokļu konfrontāciju par vārda brīvības robežām, interneta algoritmu ietekmi uz sabiedrības polarizāciju un citiem jautājumiem, kas skar ne vien mediju ekoloģijas, bet arī demokrātijas, tiesiskuma un izteiksmes brīvības jautājumus (Tomsons, Unāma 2021).

Pandēmijas laikā medijpratības un dezinformācijas temats ir ļoti plašs – vienā rakstā visas ar to saistītās šķautnes nav iespējams aplūkot. Tāpēc uzsvars likts uz nebijušiem apstākļiem, kuri pieprasa īpaši rūpīgu informācijas izvērtēšanu, un pat nepieciešamību apšaubīt iepriekš apgūtos informācijas izvērtēšanas kritērijus, un risinājumiem, kas globālā, Eiropas Savienības un nacionālā mērogā piedāvāti dezinformācijas par Covid-19 mazināšanai. Šis nodaļas sākumā īsi skaidrots medijpratības jēdziens, tālāk kā teorētiskais pamats izraudzīta dienaskārtības teorija, precīzāk – tās koncepts par “nepieciešamību pēc orientiera”. Tas palīdz izskaidrot cilvēku ļaušanos dezinformācijai līdz šim svešā un biedējošā situācijā, izplatoties Covid-19 saslimšanai.

MEDIJPRATĪBA

Lai gan medijpratības skaidrojums laika gaitā ir paplašinājies, tā kodolā ir palikušas prasmes, kuras jēdziena izpratnē tika uzsvērtas jau pirms 30 gadiem. 20. gadsimta 90. gadu sākumā medijpratība tika skaidrota kā iedzīvotāju prasme piekļūt, analizēt un radīt informāciju ar noteiktu nolūku. Jau tolaik tika pieļauts, ka jēdziena skaidrojumā var tikt izmantoti arī citi vārdi, piemēram, vārdu “analizēt” var aizstāt ar “dekodēt”, “izvērtēt” u. tml. (Aufderheide, Firestone 1993, 6–7). Sākotnēji vienkāršajā medijpratības izpratnē atslēgvārdi bija piekļuve informācijai, tās analīze, izvērtēšana un prasme iedzīvotājiem pašiem komunicēt jeb radīt “ziņojumus” (*messages*). Taču medijpratība ir skaidrota arī plašāk – saistībā ar laikmeta konteksta un tā ietekmju uz medijiem pārzināšanu. Piemēram, zināšanas par to, kā mediji funkcionē sabiedrībā, un izpratne, kā kultūra, ekonomika, politika un tehnoloģijas ietekmē mediju satura radīšanu, veidošanu un pārraidīšanu. Definīcijās parādās arī mediju satura kritiska izvērtēšana, izpratne par komunikācijas avotiem un tehnoloģijām, izmantotajiem komunikācijas kodiem, radītajiem ziņojumiem, to atlasī, interpretāciju un ietekmi (Rubin 1998, 3–4).

Medijpratības skaidrojumā ir dažādas šķautnes – tā var tikt aplūkota no valsts politikas, pedagoģijas, auditorijas studiju, mediju izglītības un citiem skatpunktiem (Christ, Potter 1998). Nereti ir uzsvērtā medijpratības studiju un žurnālistikas ciešā saikne (šāda pieeja ir UNESCO, globālās attīstības un izglītības organizācijai “IREX” (Latvijas Universitāte 2020) u. c.). Piemēram, kopīgais ir sistemātiskas faktu pārbaudes nozīmība, iestāšanās pret stereotipiem un aizspriedumiem, akcentēta ētika un atbildīgums sabiedrības priekšā, iedzīvotāju iesaiste un līdzdalība, kā arī medijpratības un žurnālistikas iespējas stiprināt vienlīdzību starp iedzīvotājiem un mazināt diskrimināciju (Tornero 2019, 7–8).

UNESCO Komunikācijas un informācijas sektorā medijpratība ir viens no aktualizētiem tematiem, tostarp organizējot ikgadējo UNESCO medijpratības un informācijpratības forumu un atzīmējot UNESCO Medijpratības nedēļu oktobra nogalē (UNESCO [S. a.]). UNESCO lieto abus terminus “medijpratība” un “informācijpratība” kopā, skaidrojot, ka tie abi veido kompetenču komplektu (zināšanas, prasmes un attieksme), kas ir nepieciešamas mūsdienu sabiedrībā. UNESCO šos abus jēdzienus vienkopus attiecina uz visām mediju un

citām informācijas ieguves formām, tostarp bibliotēkām, muzejiem un interneta tehnoloģijām (UNESCO [S. a.]b).

Jau 1998. gadā tika norādīts, ka jēdziena definīcija mainās atkarībā no tā, kā tiek skaidrots, kas ir medijs. Komunikācijas pētnieks Džoša Meirovics (*Joshua Meyrowitz*), kura akadēmisko interešu lokā ir medija teorija un ziņu kritiska analīze, uzskata, ka var runāt par vairākām medijpratībām – medija satura, medija valodas analīzes prasmēm un izpratni u. c. (Meyrowitz 1998, 96–108). Jēdziena skaidrojums laika gaitā ir mainījies, tam kļūstot plašākam un aptverot vairākus tematiskos lokus, kas sākotnēji nebija primāri attiecināmi uz tā būtību. To var novērot arī Latvijā. Šeit par medijpratību aktīvāk sāka runāt ap 2015. gadu. Sākotnēji jēdziena izpratne balstījās galvenokārt uz viltus ziņu atpazīšanu, drošību internetā, datu aizsardzību un Krievijas propagandas analīzi. 2021. gada pirmajā pusē secināms, ka medijpratības projektos un nodarbībās ir izteikti plašāks tematiskais tvērums – vārda brīvība, mediju nozīme demokrātijā, mediju psiholoģijas jautājumi, žurnālistikas funkcijas, vizuālo vēstījumu analīze u. c. (Ločmele 2020). Jau gadsimtu mijā tika prognozēts, ka jēdziens turpinās attīstīties un fragmentēties elektronisko mediju ietekmē, un paredzēts, ka diskusijām par to punkts netiks likts (Rubin 1998, 3–4). Ņemot vērā straujās attīstības tendences digitālo mediju laukā, iespējams, jau tuvākās desmitgades laikā medijpratības jēdziena pamata skaidrojumam tiks pievienotas vēl papildu pazīmes.

NEPIECIEŠAMĪBA PĒC ORIENTIERA

Dienaskārtības noteikšanas teoriju parasti izmanto, lai skaidrotu to, kā mediji, publicējot ziņas pirmajās lapās un veidojot sižetus, nosaka sabiedrībai aktuālos tematus un problēmjuatājumus, kuru risināšanai jāpievēršas. 20. gs. 70. gadu sākumā Maksvels Makkombs (*Maxwell E. McCombs*) un Deivids Vīvers (*David Weaver*) ieviesa jēdzienu “nepieciešamība pēc orientiera”. Skaidrojot vienkāršoti, tā ir vēlme uzzināt arvien jaunu informāciju par kādu neskaidru un vienlaikus – personīgi nozīmīgu jautājumu. Jo cilvēkam nozīmīgāka šķiet tēma un jo lielāka nenoteiktība, neskaidrība par to valda, jo lielāka būs ziņkārība jeb vēlme izprast situāciju, iegūt arvien jaunu informāciju, kas palīdzētu tajā orientēties un mazināt neskaidrību. Un otrādi – ja cilvēkam par šo tēmu interese ir neliela un turklāt tajā ir maz neskaidrā un neizprotamā, arvien jaunai informācijai sekos līdzī maz (McCombs *et al.* 2014, 781–802).

Covid-19 pandēmijas sākumposms daļai sabiedrības raisīja augstu nepieciešamību pēc orientiera – valdīja neziņa un neskaidrība par inficēšanos ar vīrusu, analīžu norisi, ārstēšanās gaitu, profilaksi utt. To parāda Lielbritānijas komunikācijas regulatora Komunikācijas biroja (*Office of Communications; OFCOM*) veiktais pētījums, ik nedēļu aptaujājot cilvēkus par viņu mediju lietošanas paradumiem. Salīdzinot rezultātus, kas iegūti pirmajā Lielbritānijas loka-dauna nedēļā 2020. gada 27.–29. martā un 20. loka-dauna nedēļā 7.–9. augustā, ir skaidri redzama tendence – jo samazinās neskaidrība par vīrusu, jo sarūk arī tas, cik intensīvi cilvēki seko līdzī ziņām (OFCOM 2020). Martā 99 % respondentu bija norādījuši, ka iepazīstas ar

jaunumiem par Covid-19 vismaz reizi dienā. Augusta sākumā interese joprojām ir augsta, taču tā ir mazinājusies – tikai 8 no 10 respondentiem (83 %) turpināja iepazīties ar ziņām par Covid-19 vismaz vienu reizi dienā. Izteikti mazāk bija kļuvusi to cilvēku, kas iepazīstas ar Covid-19 tematikas ziņām ļoti bieži – vismaz 20 reizes dienā. Marta beigās šādu izteiktu nepieciešamību pēc informācijas par šo tematu bija norādījusi teju ceturtdaļa respondentu (24 %), augusta sākumā tie jau bija mazāk nekā 1 no 20 cilvēkiem (< 5 %) (OFCOM 2020).

Sākotnējā neziņa par vīrusu, tā izraisīto saslimšanu, profilaksi un ārstēšanos bija riska faktors dezinformācijas plašākai izplatībai. Saglabājoties augstai nepieciešamībai rast orientieri šajā situācijā, dezinformācija un konspirācijas teorijas nereti piedāvāja vienkāršotus skaidrojumus un risinājumus situācijās, par kurām mediķiem vai oficiālajām valsts iestādēm vēl nebija 100 % pārliecības. Cilvēki kā informācijas avotu par Covid-19 izmantoja sociālos medijus. Pētījums Lielbritānijā rāda, ka sociālos medijus kā informācijas avotu pirmajā lokauna nedēļā lietoja gandrīz puse (49 %) respondentu. Savukārt 20. nedēļā – mazāk nekā trešdaļa aptaujāto (29 %). Arī aktivitāte, sociālajos medijos daloties ar ziņām par Covid-19, bija samazinājusies. Martā dalīšanos ar ziņām sociālajos medijos norādīja 25 % aptaujāto, augustā – tikai 9 % (OFCOM 2020). Tādējādi šis pētījums ilustrē, kā “nepieciešamība pēc orientiera” izpaužas praktiski – pieaugot informācijas daudzumam par Covid-19 un sabiedrībai pamazām pielāgojoties jaunajiem apstākļiem, samazinājās arī cilvēku intensīvā (pat vairāk nekā 20 reizes dienā) lūkošanās pēc jaunas informācijas, tostarp kā informācijas avotus izmantojot sociālos medijus.

JAUNI INFORMĀCIJAS IZVĒRTĒŠANAS APSTĀKĻI

Pandēmijas laikā maldinoša informācija aptvēra dažādus žanrus un formātus – jokus un mēmus, konspirācijas teorijas, pseidozinātni, izdomātās viltus ziņas (piemēram, par to, ka Latvijā cilvēki jau ir inficējušies ar Covid-19, lai gan vēl nebija (LETA 2020b)), video un citus. Ārkārtējas situācijas sākumā sociālo mediju jaunu lentēs un privātajās tīkšanās un grupu sarakstēs, piemēram, “Messenger” un “WhatsApp”, ieplūda gan mēmi un joki par līdz šim visiem neierasto pandēmijas laiku, gan nezināmas izcelsmes ieteikumi par inficēšanās profilaksi, drošības pasākumu (ne)efektivitāti un pat apgalvojumiem, ka piesardzība nav nepieciešama, jo vīruss ir nekaitīgs utt. Taču, turpinoties pandēmijai un parādoties dažādiem valsts noteiktiem ierobežojumiem vīrusa izplatīšanas mazināšanai, mainījās arī šīs pārsūtītās informācijas raksturs. Personīgie novērojumi sociālajos medijos liecina, ka sākotnējos Krievijas, ASV vai citu valstu “ārstu” ieteikumus par izvairīšanos no vīrusa (Puriņa 2020) ir aizstājušas konspirācijas teorijas un tādu viedokļu vai komentāru pārsūtīšana, kuri ir vērsti uz valdības darba kritiku, apšaubot pieņemtos lēmumus un sniedzot “pierādījumus” kādai no sazvērestības teorijām. Šāda veida dezinformācija ir bīstama valsts stabilitātei, jo mazina ne tikai uzticēšanos valdības lēmumiem (un tādējādi to neievērošanu), bet arī uzticēšanos medijiem, turpretī piesaistot lielāku auditoriju sociālo mediju profiliem, kuri izplata konspirācijas teorijas. Tādējādi

Šodien, laikā no
22:00 - 00:00,
no maksīgā zemes
pavadoņa ar lāzera
palīdzību tiks mērīta
iedzīvotāju ķermeņa
temperatūra. Lūgums
visiem iznākt uz
balkona un pavērst
pieri zvaigžņu virzienā.
Labajā rokā turēt
atvērtu pasi. Paldies!

#esiatbildīgs

1. attēls. Sociālajos medijos pārsūtīts joks pandēmijas sākumā. Ekrānizgriezums

dezinformatori veic fundamentālas izmaiņas mediju ekoloģijā, mainot līdzšinējo kārtību, ka demokrātiskās valstīs mediji ir uzticamas informācijas avoti. Tā vietā cilvēki tiek rosināti alternatīvus pasaules skaidrojumus un domubiedrus meklēt faktu precizitātes aspektā salīdzinoši vāji regulētā sociālo mediju vidē.

Sākotnēji dažādi viltus ekspertu pseidozinātniski ieteikumi veselības aizsardzības ziņā bija bīstami tādā veidā, ka, tiem noticot, cilvēkos varēja tikt radīta iluzora drošības izjūta, ka, piemēram, ir pietiekami sejas maskā iepilināt pāris pilienu kādas ēteriskās eļļas, lai iegūtu 100% aizsardzību no inficēšanās, tādējādi mazāk nopietni uztverot citus, zinātniski pamatotus vīrusa ierobežošanas nosacījumus, piemēram, distances ievērošanu, nesarokošanos sveiciena laikā u. c. Sarakstu ar it kā Stenfordas Universitātes vadības pārstāvja ieteikumiem no angļu valodas latviešu valodā iztulkoja un sociālajos medijos ar to dalījās vairākas sabiedrībā zināmas personas ar lielu sekotāju skaitu. Taču, kad atklājās, ka Stenfordas Universitāte noliedza savu saistību ar izplatīto paziņojumu, šo ierakstu dzēsa (Apollo 2020).

Nepamatotas rekomendācijas lietot kādus preparātus vai veikt citas darbības sniedza arī politiķi, starptautiski izskanēja arī ASV prezidenta Donalda Trampa aicinājums iekšīgi lietot hlora balinātāju Covid-19 ārstēšanai (BBC 2020a). Vēlāk gan D. Tramps apgalvoja, ka šis aicinājums bija jāuztver kā sarkasms (Hassan *et al.* 2020), taču saistībā ar to mediju ainavā iezīmējās līdz šim maz pieredzēta sociālo mediju rīcība dezinformācijas mazināšanā – D. Trampa ierakstus “Facebook” un “Twitter” izdzēsa, pamatojot, ka tajos izplatīta kaitīga dezinformācija par Covid-19 (Smiltnieks 2020).

2020. gada pavasarī veiktais pētījums rāda, cik daudz neuzticamas informācijas par vīrusu ir pieejams populārā video platformā “YouTube”. Pētnieku grupa atlasīja 2020. gada 21. martā visplašāk skatītos video, meklējot pēc atslēgvārdiem “Covid-19” un “koronavīruss” (angļu valodā). Tika analizēti TOP 75 video katram no šiem atslēgvārdiem. Izslēdzot no izlases tās vienības, kuras atkārtojās, nebija angļu valodā (un neatbilda vēl dažiem pētnieku noteiktajiem izlases veidošanās kritērijiem), nākamajā pētījuma fāzē iekļuva 69 video ar kopumā 257 804 146 skatījumiem. Pētnieki analizēja video avotu, saturu un citus kritērijus, piemēram, vai video satur faktos balstītu informāciju par vīrusa izplatību, tipiskiem simptomiem, profilaksi u. c. Rezultāti rāda, ka profesionāļu un valsts iestāžu videoklipu precizitāte un kvalitāte

visos rādītājos bija ievērojami augstāka nekā video, kurus publicējuši citi avoti, taču tie nebija visvairāk skatītie un veidoja tikai 11 % no visiem analizētajiem video un 10 % no analizēto video skatījumu kopskaita. Vidēji katrs ceturtais video (19; 27,5 %) saturēja maldinošu vai neprecīzu informāciju, un šādi video pētījuma veikšanas brīdī bija jau sakrājuši vairāk nekā 62 miljonus skatījumu jeb 24 % no kopējā video skatījumu skaita (Li *et al.* 2020). Šis piemērs arī ilustrē pārkārtošanos mediju ekoloģijā, ko raksturo jaunu saturs veidotāju ienākšana (starp populārākajiem video ir arī pašu lietotāju veidoti video) un sociālo mediju kļūšana par vienu no populārākajiem informācijas avotiem arī par veselības un medicīnas tematiem, lai gan daļu no šī saturs pētnieki atzina par maldinošu vai neprecīzu. Iespējams, tas saistīts ar vieglu un vienkāršu piekļuvi šai informācijai, kas veicina tās izplatīšanu un lietošanu, un auditorijas rīcību video popularitātes veicināšanai (skatīšanās, video saites pārsūtīšana, komentēšana un cita interakcija ar to). Šeit arī vērojamas paralēles ar to, kā dabā notiek augļu un sēkļu izplatīšanās, kur nozīme ir ne vien paša auga sēkļu izplatīšanas mehānismam, bet arī citiem faktoriem – vējam, skudrām, putniem u. tml. Starp visvairāk skatītajiem video pētnieki tikai trīs ceturtdaļas atzina par uzticamiem, taču arī neuzticamai informācijai bija izdevies iegūt lielu skatījumu skaitu.

Covid-19 ļāva uzplaukt ar jaunu sparpu pseidozinātnei un konspirācijas teorijām, kas jau agrāk bija ierindotas starp maldinošās informācijas veidiem (EAVI Media Literacy for Citizenship 2017). Tie izpaudās kā atsauces uz neesošiem pētījumiem, statistikas falsificēšana, viedokļu uzdošana par zinātniski pierādītiem faktiem, jaunas konspirācijas teorijas vai jau eksistējošo teoriju atjaunojums saistībā ar Covid-19 (piemēram, mobilo telefonu tīkla 5G sasaiste ar Covid-19 izplatību vai Covid-19 apzinātu izveidi, lai varētu īstenot sabiedrības masveida vakcinēšanu un tādējādi čipēšanu). Pandēmijas laiks rosināja pārvērtēt vienu no klasiskiem medijpratības ieteikumiem informācijas izvērtēšanai – pārliicināties, vai informācijas avots ir savas jomas eksperts, piemēram, mediķis. Arī starp speciālistiem var būt pretrunīgi un ne vienmēr faktos pamatoti viedokļi. Par vīrusu viedokļus izsaka arī tādi ārsti, kas nav epidemiologi vai infektologi (Krūtaine, Puriņa 2020), taču ārsta statusa dēļ, iespējams, cilvēki viņu teiktajā ieklausās vairāk. Turklāt, tas, ka kāds it kā ārsta uzsvārcī "WhatsApp" lietotnē saņemtā video klāsta ieteikumus vīrusa profilaksei, vēl nenozīmē patiesu ekspertīzi.

Tāpat šis laiks māca kritiski attiekties arī pret aculiecinieku pieredzi. Piemēram, faktu pārbaudītāji "Re:Check" 2020. gada maijā rakstīja par kādas ambulatorās aprūpes māsu ierakstu sociālajā medijā "Facebook", kurā viņa norāda uz savu lielo pieredzi darbā medicīnas iestādēs, tostarp gripas epidēmijas laikā. Apkalpojot klientu sejas maskā Covid-19 situācijas dēļ, pēc stundas viņa sajutusi pirmos slimības simptomus, jo uzlikta sejas maskas veicinot vīrusa attīstībai labvēlīgus apstākļus tās iekšpusē (Bērziņa 2020). Ieraksts sociālajā medijā tika pārsūtīts ap 1800 reizi, tam bija vismaz 60 komentāri. Pat ja konkrētā sieviete bija vēlējusies tikai padalīties ar savu pieredzi (un tiesības izteikt viedokli viņai ir), šajā gadījumā tas tika izmantots kā arguments diskusijās par masku lietošanas neefektivitāti publiskās vietās, tostarp sabiedriskajā transportā, tādējādi apšaubot valsts galveno infektologu un epidemio-
logu rekomendācijas un stiprinot konspirācijas teorijas.

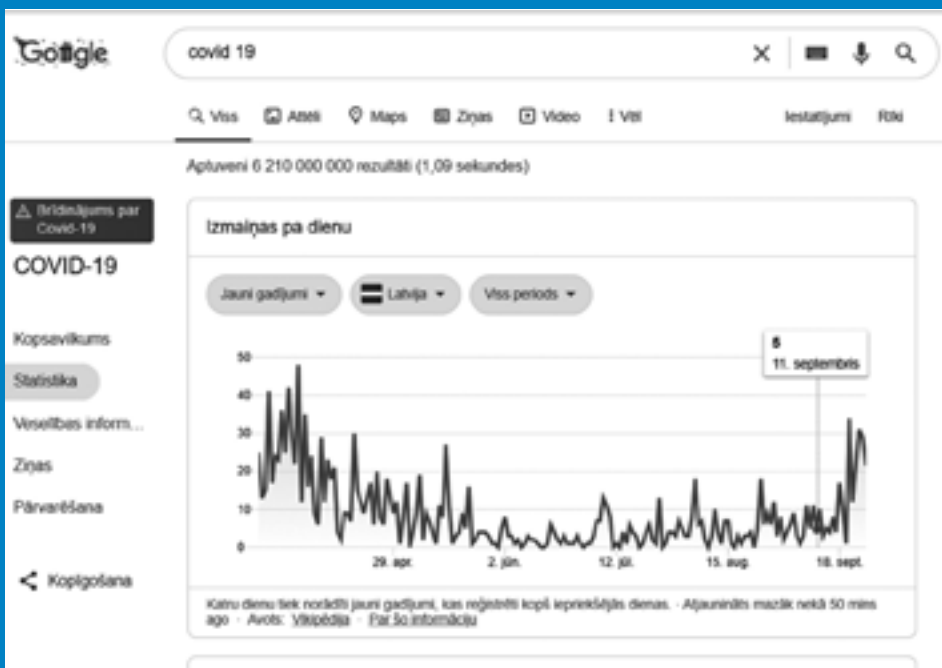
Kopumā daļa dezinformācijas un viltus ziņu tika izplatītas, izmantojot līdzšinējos kanālus, taču novērojums liecina, ka lielāku lomu ieguva interpersonālā komunikācija kā informācijas apmaiņas veids, palīdzot attīstīties baumām, kā arī pieauga sociālo mediju loma dezinformācijas izplatīšanā. Lielās interneta platformas, tostarp sociālie mediji, gan apgalvo, ka ir veikuši soļus, lai to mazinātu.

Pārsvārā jauniešu izmantotais sociālais medijs “*TikTok*” 2019. gadā bija otra visvairāk lejupielādētā lietotne aiz saziņas lietotnes “*WhatsApp*” (Jones 2020). Tā pārstāvji norāda, ka neļauj publicēt video, kas iekļauj dezinformāciju par indivīda veselību vai sabiedrības drošību. “*TikTok*” pievieno informācijas banerus pie video, ja tas satur vārdus, tēmturus vai mūziku saistībā ar Covid-19. Kopš 2020. gada sākuma līdz jūlijam sociālais medijs šādu baneri esot izvietojis pie septiņiem miljoniem video visā Eiropā (BBC 2020b). Arī populārā video platforma “*YouTube*” ir norādījusi, ka iestājas pret saturu, kas izplata dezinformāciju par Covid-19 un tā ārstēšanu, profilaksi, diagnosticēšanu un pārnesi. “*YouTube*” ir publicējusi virkni ar piemēriem, kas tiek klasificēti kā dezinformācija, piemēram, aicinājums izvēlēties lūgšanas un garīgus rituālus tā vietā, lai izmantotu medicīnas iespējas vīrusa ārstēšanā. “*YouTube*” brīdina, ka dezinformācijas saturs tiks izņemts laukā no platformas, un, sakrājot vairākus aizrādījumus, attiecīgais kanāls uz noteiktu laiku var tikt slēgts (YouTube Help [S. a.]). Tomēr, ņemot vērā valodas barjeru un to, ka ik minūti “*YouTube*” tiek augšupielādētas vidēji 500 stundas satura (Clement 2020), nevar noliegt sastapšanos ar dezinformāciju arī šajā platformā. Kā rāda iepriekš aplūkots pētījums par 2020. gada martu, aptuveni ceturtdaļa no “*YouTube*” populārākajiem video par Covid-19 koronavīrusu satur maldinošu informāciju (Li *et al.* 2020).

Ietekmīgā platforma “*Google*” arī ir īstenojusi pasākumus, lai lietotājiem būtu vieglāk piekļūt uzticamai informācijai – tās meklētājs un mašīntulkotājs, sastopot lietotāja interesi par Covid-19 atslēgvārdiem, piedāvā uzzināt uzticamu informāciju par Covid-19, biežāk uzdotos jautājumus un atbildes, saslimšanas gadījumu karti, rakstus uzticamos ziņu portālos u. c. Būtiski, ka, meklējot Latvijas teritorijā, informācija tiek piedāvāta par Latviju un latviešu valodā (sk. 2. attēlu).

“*Facebook*” tā sākumekrānā uzrunā lietotājus vārdā, aicinot: “Palīdzi novērst Covid-19 izplatību”. Ja nav iespējams ievērot distanci, lietot mutes un deguna aizsegus. Savukārt “*Twitter*” ar īpašu aicinājumu piedāvā uzticamu informāciju iegūt Slimību profilakses un kontroles centrā (SPKC) (teritoriāli atbilstošā uzticamā valsts informācijas avotā), kas no neliela skaita sekotāju pandēmijas laikā ir ieguvis vairāk nekā 21 000 sekotāju (fiksējums 2020. gada novembrī). Cita starpā jānorāda, ka pandēmijas laiks vismaz daļai iedzīvotāju ir stiprinājis informācijas meklēšanas paradumu – došanos uz oriģinālo informācijas avotu – kā SPKC gadījumā. Strauji pieaudzis to sociālā medija “*Twitter*” lietotāju skaits, kuri aktuālāko informāciju no Slimību profilakses un kontroles centra vēlējās saņemt nepastarpināti.

Ir grūti izvērtēt sociālo mediju rīcību dezinformācijas par Covid-19 ierobežošanā efektivitāti. Taču vismaz šādas aktivitātes veicina lietotāju piekļūvi uzticamajiem informācijas avotiem (ja vien, protams, ir interese ar tiem iepazīties). Iespējams, mediju iesaisti dezinformācijas monitorēšanā un mazināšanā ir veicinājis 2018. gada Eiropas Komisijas rīcības plāns



2. attēls. Ekrānizgrēzums, kurā redzama “Google” meklētāja sniegtā informācija par Covid-19, ja ir veikts ar to saistīts interneta meklējums. Vispirms redzama sarkanā zīme ar brīdinājumu par Covid-19. Uz tās uzklikšķinot, var piekļūt statistikai, ziņu portālu rakstiem, apkopotiem profilakses ieteikumiem latviešu valodā

dezinformācijas ierobežošanai. Tā ietvaros tika panākts, ka lielās sociālo mediju platformas paraksta pirmo pašregulatīvo standartu “EU Code of Practice on Disinformation”, kas bija milzu solis ceļā uz šo platformu atbildības vairošanu dezinformācijas ierobežošanā, ņemot vērā, ka iepriekš šīs platformas izmantoja atrunas, ka tās nodrošina tikai tehnoloģisku platformu, bet neatbild par saturu, kas tajās tiek izplatīts (European Commission [S. a.]).

Pats dezinformācijas ierobežošanas jautājums ir ļoti sarežģīts – tā ir kā balansēšana uz šauras virves vai naža asmens starp vārda brīvību un cenzūru.¹ Izpratne par vārda brīvību un tās nozīmi ir vēl viens medijpratības izaicinājums pandēmijas laikā. Pirmkārt, notikumi Baltkrievijā pēc prezidenta vēlēšanām 2020. gada augustā – protesti, pieprasot brīvas vēlēšanas, vārda

¹ Šī jautājuma plašāka aplūkošana šajā rakstā nav iespējama. No juridiskā aspekta izvērstu temata analīzi piedāvā juridisko zinātņu maģistre Sanda Irbe pētījumā par vārda brīvības potenciālo apdraudējumu dezinformācijas ierobežošanā Eiropas Savienībā. Sk.: Irbe, S. (2019). *Vārda brīvības potenciālais apdraudējums dezinformācijas ierobežošanā Eiropas Savienībā: Maģistra darbs*. Rīga: Latvijas Universitāte, Juridiskā fakultāte (darba zinātniskais vadītājs Arnis Buka).

brīvību, tiem sekojoša žurnālistu aizturēšana, vardarbība, videokaršu atņemšana, ārzemju mediju izraidīšana no valsts, interneta cenzēšana u. c. (Ūdre 2020; LETA/ITERFAX 2020; Jauns.lv/LETA 2020) – atgādināja, ka vārda un mediju brīvība nav pašsaprotama un cik grūti var nākties strādāt žurnālistiem un iedzīvotājiem iegūt informāciju un to izplatīt, ja vārda brīvība ir ierobežota vai pat apslāpēta.

Otrkārt, publiskajā telpā aktualizējās jautājums par vārda brīvības robežām un to (ne)izpratni. Šis temats biežāk bija sastopams mediju, žurnālistu, juristu un valsts pārvaldes, tostarp mediju politikas veidotāju, ikdienā. Taču pandēmijas laikā tas nereti manāms sociālo mediju un ziņu portālu komentētāju ierakstos. Pēc tam, kad “Facebook” un “Twitter” dzēsa D. Trampa ierakstus, kuri saturēja dezinformāciju par Covid-19, ierakstu autors apgalvoja, ka tas ierobežo viņa vārda brīvību, aizmirstot, ka vārda brīvība nav absolūta. Tās robežas beidzas tur, kur tiek pārkāpti normatīvie akti, nodarīts kaitējums sabiedrībai vai kādam tās loceklim (Zemzars u. c. 2020). “Internets un digitālā vide juridiski nav nodalīta no reālās vides. Internetā pastāv tie paši noteikumi, kas reālajā vidē. Arī viltus ziņu izplatīšana tiek identificēta kā huligānisms, traucējot sabiedrisko mieru, kas paredz kriminālbildību,” norāda Tieslietu ministrijas eksperti (Zemzars u. c. 2020).

Atsaukšanās uz vārda brīvības ierobežošanu nereti izskan komentāros pie faktu pārbaudītāju publikācijām, tās nosaucot par cenzūras mēģinājumu. Pēdējo piecu gadu laikā pasaulē ir pieaudzis faktu pārbaudītāju organizāciju skaits (44 organizācijas 2014. gadā, 304 aktīvas organizācijas 2020. gada 23. novembrī saskaņā ar žurnālistikas izpētes centra “The Reporters’ Lab” Djūka Universitātē aplēsēm (Stencel, Luther 2020)), un tās arī tiek uzskatītas par iespēju ierobežot dezinformācijas izplatīšanos sociālajos medijos. Dažkārt interneta komentētāji maldīgi uzskata, ka faktu pārbaudītāju organizācijas dzēš sociālo mediju ierakstus. Pie tiem tiek vien pievienota norāde, ka informācija nav patiesa. Latvijā ir divas oficiālās “Facebook” faktu pārbaudītāju organizācijas – pētnieciskās žurnālistikas centra “Re:Baltica” iniciatīva “Re:Check”, un 2020. gadā arī “Delfi” paziņoja, ka medija žurnālisti pievienojas “Facebook” faktu pārbaudītāju programmai (Delfi 2020). Faktu pārbaudītāju iniciatīva “Re:Check” ir pārbaudījusi virkni apgalvojumu par Covid-19 un 5G mobilo sakaru torņu saistību, analīžu ņemšanas negatīvajiem efektiem, saslimušo statistikas slēpšanu, pretkovida pasākuma protestētāju skaitu utt.² Faktu pārbaudītāju darba atbalstītāji uzskata, ka tas var palīdzēt auditorijai izvērtēt faktus kritiski, identificēt dezinformāciju un tai neticēt. Tikmēr skeptiķi pauž bažas, ka faktu pārbaudītāji ļauj selektīvai faktu atlasei un aizspriedumiem, var būt politiski ietekmēti utt. Faktu pārbaudītāju darbs kļūst vēl sarežģītāks, ņemot vērā, ka dezinformācija tiek izplatīta ne tikai publiskajās platformās, piemēram, “Facebook” vai “Twitter”, bet pārceļas uz slēgtajām saziņas vietnēm, piemēram, “WhatsApp” (Levi 2020, 956–961).

² Piemēram, skatīt “Re:Check” publikāciju <https://rebaltica.lv/recheck/>, arī rakstu portālā “LSM.lv”: <https://www.lsm.lv/raksts/zinas/zinu-analize/dezinfodemijas-upuri-tikai-anonimi-bandinieki-ka-top-un-izplatas-meligas-zinas.a359760/>



3. attēls. Brīvpieejai slēgtie grāmatu un preses izdevumu plaukti Latvijas Nacionālajā bibliotēkā. 2020. gada 18. septembris. Sanitas Dubras foto

Atbalstu faktu pārbaudītāju organizāciju darbam ir paudusi arī Eiropas Komisija, norādot, ka Covid-19 krīze ir sevišķi uzsvērusi nepieciešamību pēc tādām tiešsaistes platformām, kas piedāvātu vairāk datu par dezinformācijas dabu, apmēru un ietekmi, kā arī veikto darbību efektivitāti tās ierobežošanai. Eiropas Komisija arī atbalsta faktu pārbaudes un izpētes veikšanu ar jaundibinātās Eiropas Digitālo mediju observatorijas (*The European Digital Media Observatory*) starpniecību (European Commission 2020). Gan iedzīvotāju medijpratības pētījumi, gan dezinformācijas ierobežošanas aktivitāšu efektivitātes noskaidrošana Covid-19 laikā nav vienkārša, jo medijpratību veido vairākas apakšprasmes un ir nepieciešams longitūdināls pētījums, monitorējot situāciju ilgākā laika posmā, tostarp pirms un pēc kādas iedarbības – vai tie ir kādi medijpratības kairinājumi viltus ziņu vai dezinformācijas veidā, vai arī kādi medijpratībā izglītojoši pasākumi. Taču faktu pārbaudītāju un žurnālistu darbs ir būtisks, ļaujot sabiedrībai piekļūt faktos balstītai informācijai. Turklāt faktu pārbaudītājiem, rakstot par

to, kā viņi ieguvuši informāciju un kur meklējuši tās apstiprinājumu vai noliegumu, cilvēkiem ir iespēja netieši apgūt faktu pārbaudes principus un informācijas resursus, kur vienkāršākos gadījumos viņi paši var pārliecināties par informācijas precizitāti.

MEDIJU ATBILDE DEZINFORMĀIJAI

Medijiem 2020. gada pirmās ārkārtējās situācijas sākumposmā finansējums saruka mazāka apjoma reklāmas līgumu vai pat to pārtraukšanas dēļ (Ģiga 2020). Šis aspekts plašāk aplūkots 2. daļas 2. nodaļā par mediju ekonomiku un politiku. Tāpēc turpmāk pievērsta uzmanību tām norisēm mediju vidē, kas vērstas uz to, lai sabiedrība saņemtu uzticamu, pilnvērtīgu, faktos balstītu informāciju par Covid-19 un mazāk ļautos viltus ziņu sensacionālo virsrakstu vilinājumam.

Lai gan preses patēriņš pavasara periodā nebija ievērojami samazinājies, lasītāju tēmu izvēlē vērojamas izmaiņas. “Pētot, par kādām tēmām lasītāji izvēlējušies lasīt šī gada pavasara periodā salīdzinājumā ar rudens periodu, tad abos periodos visvairāk lasītāji atzīmējuši, ka lasījuši vai caurskatījuši aktuālos notikumus Latvijā un pasaulē. Savukārt šī gada pavasara periodā otrā vietā ierindojas raksti par veselību un trešā – par kultūru un izklaidi (mūziku, teātri, kino, grāmatām u. c.). Lasītāju intereses pieaugums par abām šīm tēmām ir būtisks, un to varam izskaidrot ar šīs ārkārtējās situācijas ietekmi šī gada pavasara periodā,” norāda pētījumu aģentūras “Kantar” Mediju pētījumu klientu vadītāja Solvita Kronberga (Kantar 2020). Tomēr, apskatot “Kantar” veidoto 100 lasītāko periodiskās preses izdevumu pēc pēdējo sešu numuru kopējās auditorijas (Cover Max %, Cover Max ‘000) topu, redzam, ka auditorija, salīdzinot ar 2019. gada rudeni, ir pieaugusi arī, piemēram, tādiem izdevumiem kā “Ko Ārsti Tev Nestāsta” (par 4000), kura saturs ne vienmēr ir pamatots zinātnes atziņās.

LTV1 ziņu raidījums “Panorāma” pagarināja raidīšanas laiku – sākot nevis tradicionāli pusdeviņos vakarā, bet jau astoņos. Pamatojums – lai iedzīvotājiem nodrošinātu plašāku informāciju (TvNet 2020a). Tiesa, “Panorāmas” raidlaika maiņa tika vērtēta pretrunīgi gan kontekstā ar konkurēšanu ar TV3 ziņām, gan arī satura kvalitāti (Vilūns 2020). Ziņu mediji izveidoja speciālas Covid-19 sadaļas savā saturā. Tādas ir, piemēram, portālos “Delfi”, “TvNet”, “LSM.lv” un citos, tādējādi cilvēkiem, kas meklē informāciju, sniedzot piekļuvi informācijas apkopojumam par šo tematu vienuviet. Pirmās Latvijā izsludinātās ārkārtējās situācijas laikā arī lielākajos ziņu portālos bija izveidotas “Covid” teksta tiešraides, kuru mērķis bija mazināt cilvēku neskaidrību un iegūt “orientieri” šajā neskaidrajā situācijā. Arī ziņu rakstos zem jaunākās informācijas tiek piedāvāta konteksta sadaļa, kas ļauj jaunumus vērtēt kontekstā, nevis atrauti no kopējās situācijas, ja kāds lasītājs iepriekš nebija iedziļinājies notikumu gaitā.

“Delfi”, visticamāk, vienlaikus arī kā mārketinga aktivitāti, uz laiku piedāvāja bez maksas pieeju “Delfi+” jeb maksas versijas rakstiem par Covid-19. Baltijas Mediju izcilības centra konference 2020. gada maijā “Delfi.lv” galvenais redaktors un AS “Delfi” valdes loceklis Ingus Bērziņš



4. attēls. Pandēmijas laikā slēgtā Latvijas Universitāte. Paziņojums pie ēkas Raiņa bulvārī 19 durvīm. 2020. gada 1. maijs. Vitas Zelčes foto

skaidroja, ka pandēmijas laikā pieaudzis maksas satura lietotāju skaits portālā “Delfi”, lai gan joprojām problēma ir tā, ka par maksas saturu tiek prasīta nesamērīgi zema cena (Feldmanis 2020). Pandēmijas laikā arī ziņu portāls “TvNet” ir sācis maksas satura piedāvāšanu interneta žurnālā “Klik” (TvNet 2020).

Medijpratības temats ir aplūkojams arī saistībā ar žurnālistikas kvalitāti un to, cik lielā mērā cilvēki uzticas mediju sniegtajai informācijai. Pēc Latvijas Mediju ētikas padomes pasūtījuma “*Fox Consulting*” pētījums 2020. gada jūlijā atklāj aptaujāto žurnālistu viedokli – žurnālistika ir kļuvusi komercializētāka, sliktāk apmaksāta, un arī auditorijas interese liek žurnālistikai būt neprofesionālai. Ir samazinājusies tendence, ka žurnālisti spēj panākt pozitīvas pārmaiņas sabiedrībā. Paši mediju pārstāvji norāda, ka nepieciešamība sasniegt “dažādos informatīvajos burbuļos” dzīvojošos nosaka to, ka žurnālistika kļūst izklaidējošāka un attiecīgi neprofesionālāka, un auditorijas vēlme pēc ātra patēriņa satura rada bažas žurnālistos. Arvien mazāka vērtība tiek piešķirta kvalitatīvai žurnālistikai, žurnālistu darbs kļuvis vairāk izklaidējošs, nevis informētu sabiedrību veicinošs. Aktuāls arī ir žurnālistu pašidentitātes jautājums, vai mediji šodien aizvien ir ceturtā vara, kas iestājas par sabiedrības interesēm un

spēj sabalansēt izklaidējošu saturu ar informatīvo, un veidot sabiedrisko dienaskārtību un domu (Fox Consulting 2020).

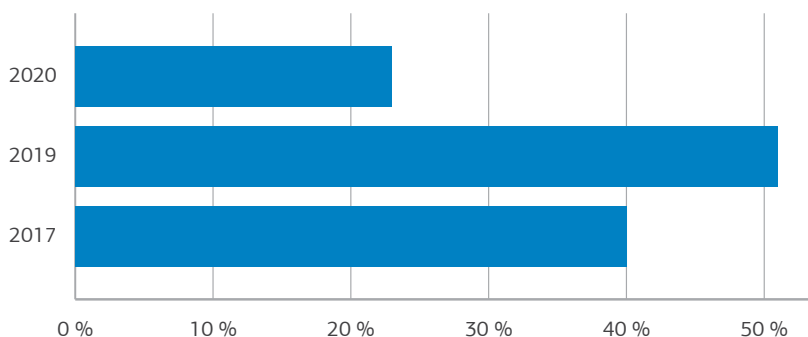
Pēc Eiropas Raidorganizāciju apvienības (*European Broadcasting Union; EBU*) datiem, uzticēšanās līmenis medijiem Eiropā ir ļoti atšķirīgs. Latvijā 2019. gadā ir salīdzinoši neliela tā sabiedrības daļa (21 %), kurai ir augsta uzticēšanās medijiem. Aptuveni trešdaļa (30 %) medijiem neuzticas vai arī uzticēšanās tiem ir zema. Tas ir vairāk nekā vidēji 28 Eiropas Savienības valstīs (28 %). Taču kopumā Eiropas Savienībā iedzīvotāji vairāk uzticas tradicionālajiem medijiem nekā politiskajām institūcijām (EBU Media Intelligence Service 2020). Tomēr, aplūkojot iedzīvotāju uzticēšanos medijiem detalizētāk, 2020. gada un 2017. gada Kultūras ministrijas pētījumos redzams, ka atsevišķu mediju uzticamības vērtējumā liela loma ir tam, vai pats respondents šo mediju izmanto ikdienā, tādējādi uzticamāko mediju hierarhija ir ļoti līdzīga mediju popularitātes hierarhijai (Kultūras ministrija 2017; Kultūras ministrija 2020). Taču starp uzticamajiem medijiem minētas arī tādas interneta platformas kā "Facebook", "YouTube", kurās ir lietotāju veidots saturs bez redakcionālās atbildības un nav noliedzama iespēja saskarties ar viltus ziņām vai dezinformāciju.

MEDIJPRATĪBA PANDĒMIJĀ

Latvijas Zinātnes padomes (LZP) projekta "Latvijas mediju ekoloģija: Ceturtās industriālās revolūcijas izraisīto pārmaiņu analīze" 2019. gada otrajā pusē veiktā aptauja sniedz ieskatu tajā, cik droši pašvērtējuma ziņā par savām prasmēm orientēties informācijā bija iedzīvotāji aptuveni pusgadu pirms ārkārtējās situācijas izsludināšanas Latvijā. Salīdzinot rezultātus ar 2017. gada vasarā veikto Latvijas iedzīvotāju medijpratības pētījumu pēc Kultūras ministrijas iniciatīvas, tie rādīja kopumā pozitīvu tendenci par respondentu pašvērtējumu savām prasmēm orientēties informācijā. Salīdzinājumā ar 2017. gadu bija uzlabojies Latvijas iedzīvotāju pašvērtējums par savām spējām atpazīt uzticamu informāciju no neuzticamas un safabricētas. Tomēr Kultūras ministrijas 2020. gada pētījums atklāja spēcīgu pandēmijas ietekmi uz rezultātiem (Kultūras ministrija 2017; Kultūras ministrija 2020). Visos trijos pētījumos (divos Kultūras ministrijas pētījumos 2017. un 2020. gadā un LZP projekta "Latvijas mediju ekoloģija: Ceturtās industriālās revolūcijas izraisīto pārmaiņu analīze" 2019. gada aptaujā) jautājums respondentiem bija: "Runājot par jūsu pieredzi mediju izmantošanā, vai Jums ir viegli atpazīt uzticamu informāciju medijos no manipulatīvas (safabricētas, maldinošas)?" Tā kā šie trīs pētījumi ir nacionālas reprezentatīvas aptaujas, iespējams aplūkot rezultātus salīdzinājumā.

5. attēlā redzams, kā četru gadu laikā rezultāti ir mainījušies vairāk nekā uz pusi. Pēc pašvērtējuma sākotnējās uzlabošanās 2019. gadā, kad 51 % no respondentiem izvēlējās atbilžu variantu "Es parasti spēju atpazīt, kura informācija medijos ir uzticama un kura tendencioza vai safabricēta" pēc aptuveni gada veiktajā pētījumā vairs tikai 23 % bija tik pārliecināti par savu medijpratību. Kultūras ministrijas 2020. gada aptaujā 18 % (+7 % salīdzinājumā

Respondenti, kuri atbildēja “Es parasti spēju atpazīt, kura informācija medijos ir uzticama un kura tendencioza vai safabricēta”



5. attēls. Latvijas iedzīvotāju informācijas izvērtēšanas prasmju pašvērtējuma izmaiņas 2017.–2020. gadā (Kultūras ministrijas un LZZP FLPP projekta “Latvijas mediju ekoloģija: Ceturtās industriālās revolūcijas izraisīto pārmaiņu analīze” dati)

ar 2017. gada un 2019. gada pētījumu) respondentu savu spēju atpazīt uzticamu informāciju no maldinošas vērtēja kritiski, norādot, ka viņiem trūkst zināšanu. Savukārt 29 % gan 2020., gan 2019. gada pētījumā ir norādījuši, ka reizēm ir gadījies noticēt tendenciozai vai safabricētai informācijai medijos, to saprotot tikai vēlāk. Lai gan gada laikā izmaiņu nav, tomēr tas ir par 7 % vairāk nekā 2017. gadā. Iespējams, tas varētu būt saistīts ar prasmi atpazīt viltus ziņas, tādējādi arī vēlāk apzināties, ka informācija ir bijusi nepatiesa. Lai gan šis ir tikai viens medijpratības rādītājs (pašvērtējums) un, iespējams, praktiskie uzdevumi atklātu citas tendences, tik lielas svārstības iedzīvotāju medijpratības rādītājos var liecināt par vairākiem riskiem.

Latvijā medijpratības temats ir salīdzinoši jauns – plašāka uzmanība tam pievērsta kopš 2015. gada, lai gan arī tas bija tikai pats sākums valsts pārvaldes, nevalstisko un starptautisko organizāciju un mediju aktivitātēm šajā laukā, kas daudzveidības kāpumu piedzīvoja no 2017. gada. Medijpratības attīstība ir ilgtermiņa process. Iespējams, šo dažu gadu laikā īstenotās izglītojošās aktivitātes ir bijušas pietiekamas, lai īsā laikā sniegtu pamata zināšanas par viltus ziņām un to atpazīšanu un pieauga iedzīvotāju pašvērtējums informācijas izvērtēšanā, salīdzinot 2017. un 2019. gadu. Taču šīs zināšanas izrādījās pietiekami nestabilas, lai izvērtētu informāciju dezinformācijas laikā, kad būtiski pieauga dezinformācija par Covid-19 un dažādas apzinātas un neapzinātas manipulācijas ar informāciju politisko spēku, biznesa vai citās interesēs. Jaunajos apstākļos, kas pieprasa ne vien informācijas kritiskāku izvērtēšanu, bet nereti – arī plašākas zināšanas par zinātnisko pierādījumu nozīmi, medicīnu, sociālo mediju darbību un citiem faktoriem – tikai aptuveni ceturta vai piektā daļa iedzīvotāju (23 %)

ir norādījuši, ka parasti spēj izvērtēt informācijas ticamību. Līdzīgi kā iepriekšējos pētījumos arī 2020. gadā augstāks pašvērtējums spējai atpazīt uzticamu informāciju no maldinošas ir iedzīvotājiem ar augstāku izglītības un ienākumu līmeni. Mazāk pārliecināti informācijas izvērtēšanā jūtas cittautieši, lauku iedzīvotāji, cilvēki ar zemu ienākumu līmeni un pēc 65 gadu vecuma (Kultūras ministrija 2020).

Apstākļos, kad pārliecinātību par savām spējām informācijas analīzē ir pauduši tikai 23 % iedzīvotāju, var pieņemt, ka liela daļa sabiedrības jūtas (un, iespējams, arī ir) neaizsargāti pret dezinformācijas ietekmi. Tādējādi var teikt, ka sabiedrībā kādas grupas ir neaizsargātas ne tikai zemās izglītības, ienākumu vai gadu skaita ziņā, bet arī tāpēc, ka trūkst noturības pret dezinformāciju, kas var ietekmēt dažādus lēmumus, attieksmi, vērtības un pat politiskās izvēles. Lai gan pandēmijas laikā ir ierobežojumi organizēt klātienē pasākumus medijpratības veicināšanai, nekavējošu medijpratības aktivitāšu īstenošanai, izmantojot citus informācijas nodošanas kanālus, jābūt augstai prioritātei, it sevišķi pievērsties tām sabiedrības grupām, kuras līdz šim ar izglītojošu saturu nav izdevies sasniegt, vai arī tām nepieciešams zināšanu un informācijas izvērtēšanas prasmju papildinājums tieši pandēmijas un postpandēmijas apstākļos, kas arī nāks ar jauniem uzdevumiem un izaicinājumiem.

Rīgas Stradiņa universitātes pētnieki Anda Rožukalne, Ilva Skulte un Alnis Stakle, izzinot medijpratības uztveri Latvijas sabiedrībā, 2019. gada maijā veica Latvijas mēroga reprezentatīvu aptauju. Tās 52 % respondentu ir norādījuši, ka nav ieinteresēti medijpratības un informācijpratības tēmā. Arī atbildot par to, kādas var būt sekas nepietiekamai sabiedrības medijpratībai, respondenti lielākoties uzsvēra draudus bērniem (40 %), sabiedrības drošībai kopumā (28 %) un labklājības samazināšanos (28 %) (Rožukalne u. c. 2020, 202). Protams, vērtīgi būtu kvalitatīvajā, ne kvantitatīvajā pieejā balstīti rezultāti, taču arī šie kvantitatīvās pieejas dati ir brīdinājuma signāls, ka Latvijas sabiedrībai ir nepietiekama izpratne par medijpratības lomu un nozīmi.

NOSLĒGUMS

Pandēmijas laikā ir aktuāla virkne no tiem iemesliem, kas rada labvēlīgu kontekstu dezinformācijas izplatīšanai. Situācijā, kad valda neziņa, neskaidrība un nenoteiktība, turklāt cilvēku vēlme iegūt informāciju, skaidrību kādā jautājumā ir augsta, dezinformācija vienkāršoti skaidro notikumus un parādības, pievērš uzmanību ar emocionāliem virsrakstiem, izmanto iespēju notvert cilvēka zinātkāri, ja uzticamos medijos ir nepietiekami daudz informācijas vai arī tā nav konkrēta (vīruss vēl nav pilnībā izpētīts). Tāpat dezinformācija atkārtoti kādas jau sabiedrībā pastāvošas bažas vai pārliecību. Ja cilvēkam nav laika vai zināšanu pārbaudīt informāciju, ir viegli paļauties sociālo mediju ierakstos vai starppersonu komunikācijā paustajam.

“Situācija tiek īpaši uzkurināta sociālajos tīklos un interneta portālu komentāros, kur līdz ar viltus ziņām (Covid-19 noliegšana un citas sazvērestības teorijas) pastāvīgi izskan aicinājumi pārkāpt likumu – nenēsāt maskas un neievērot citus valdības noteiktos drošības pasākumus.

Iepriekš nekad nepieredzētā apmērā internetā vērojama arī agresija un naids – ne vien rupji un aizskaroši komentāri, bet arī aicinājumi fiziski uzbrukt un pat nogalināt ne tikai politiķus, bet arī epidemiologus, mediķus u. c. Šāda veida informācija internetā tiek papildināta arī ar video un foto, kur attēlota likuma pārkāpšana, piemēram, sabiedrisko vietu un medicīnas iestāžu apmeklējumi bez sejas maskas utt.,³ dezinformācijas izplatīšanai labvēlīgos apstākļus sociālajos medijos raksturo “Jurista Vārds” (Zemzars u. c. 2020). Covid-19 arī ir izmantots kā propagandas ierocis Krievijas izplatītajos naratīvos par Latviju (Sargs.lv 2020). Sabiedrības veselības, drošības jautājumi pandēmijas laikā ir cieši savijušies ar nepieciešamību izvērtēt informāciju un paļauties uz faktiem.

Rakstā aplūkoti vairāki izaicinājumi medijpratībai Covid-19 pandēmijas laikā – nepieciešamība kritiski izvērtēt arī ekspertu un aculiecinieku teikto, vārda brīvības robežu izpratnes formulēšana, pseidozinātnes satura atšķiršana no īstiem zinātniskiem pamatojumiem, dezinformācijas pamanīšana sociālajos medijos u. c. Pandēmijas laiks ir arī pamats atgriezties pie jautājuma par informācijas “burbuļu” veidošanos sociālo mediju algoritmu rezultātā, kas veicina to lietotāju viedokļu polarizēšanos un nonākšanu “burbulī”, kurā atrodas tikai līdzīgi domājošie. Nereti tas padara neiespējamās cieņpilnas diskusijas, sarunas un informācijas apmaiņu ar citu uzskatu pārstāvjiem.

Covid-19 laiks arī ir aktualizējis vēl vienu izaicinājumu kritiskajai domāšanai – populismu, kurš izplatās kā medijos, tā politikā.³ Mediju pētniece Anda Rožukalne jau 2017. gadā rakstīja, ka arī mediji paši piedalās populisma veicināšanā, turklāt divējādā veidā – vai nu to mediējot (dodot “raidlaiku”), vai arī pašiem darbojoties populistiski un notikumus ierāmējot populisma rāmī – emocionāli, ar dramatismu, pārlietu vienkāršoti. Viens no iemesliem, kas veicina šādas tendences medijos, ir sociālie mediji, kuros uzturas liela auditorijas daļa un kuri ir uzbūvēti tieši tādā veidā, lai to lietotāji ātri pieņemtu lēmumu un reaģētu ar emocijikonu (piemēram, “patīk” vai “nepatīk”) uz izlasīto ierakstu vai apskatīto attēlu vai video. Tādējādi veicinot ātru un nereti pārsteidzīgu lēmumu pieņemšanu par to, kurš kādā situācijā ir vai nav uzskatāms par vainīgu, labo/ļauno vai upuri/varmāku (Rožukalne 2017, 39–43; 47–50). Ne tikai iespēja strauji sasniegt plašu auditoriju, bet arī sociālo mediju darbības būtība, izraisot ātras lietotāju interakcijas ar saturu, kuras turklāt visātrāk iespējams panākt ar emocijas raisošu saturu, ir priekšnosacījumi dezinformācijas izplatībai. Tā kā cilvēki ļoti ātri (laika taupīšanas nolūkā) vēlas iegūt informāciju neskaidrības mazināšanai un uzreiz noformulēt savu attieksmi pret kādiem jautājumiem, popularitāti gūst dezinformācija, pseidozinātne, konspirācijas teorijas un pat absolūti izdomātas viltus ziņas, kas piedāvā vienkāršotu skatījumu uz problēmām un, iespējams, sabalsojas ar kādiem cilvēkam jau iepriekš pastāvošiem aizspriedumiem vai vismaz priekšstatiem par norisēm un procesiem Latvijā un pasaulē.

³ Žurnālistikas projekts – raidījumu cikls “Inficētās brīvības” [Delfi.lv](https://www.delfi.lv) – sniedz ieskatu arī tajā, kā Covid-19 krīzes laikā medijos un politikā izplatās populisms. Sk.: Pričins, M., Aleksejeva, N. (2020.). Video: Raidījums ‘Inficētās brīvības’ – populisms. [Delfi.lv](https://www.delfi.lv/news/national/politics/video-raidijums-inficetas-brivibas-populisms.d?id=52235741). 17. jūn. Izgūts no: <https://www.delfi.lv/news/national/politics/video-raidijums-inficetas-brivibas-populisms.d?id=52235741>

Nodaļā aplūkoti piemēri rāda, kā dezinformācija var ieplūst dažādos mediju ekoloģijas slāņos – sākot ar virspusi, kur tā ienāk lietotāju veidotā saturā sociālajos medijos, un turpinot skart sistēmu arvien dziļāk, tostarp diskreditējot žurnālistiku un medijus kopumā, mēģinot attaisnot dezinformāciju ar izteiksmes brīvību u. tml. Pētījums par “YouTube” populārākajiem video par Covid-19 ir tikai viens no piemēriem, kas ilustrē to, ka uzticams un faktos balstīts saturs var būt arī ar mazāku skatījumu skaitu nekā maldinoši video. Dezinformācijas, tāpat kā dabā sēklu, izplatīšanā liela loma ir arī citiem sistēmas dalībniekiem, šajā gadījumā – mediju auditorijai un tās medijpratībai, kas ir kļuvusi par daudzdimensionālu un fleksiblu prasmī. 2021. gadā daļa no 2017. gadā sniegtajiem ieteikumiem dezinformācijas atpazīšanai vairs nav aktuāli, jo dezinformācijas izplatītāji daļu no kritērijiem ir iekļāvuši dezinformācijas saturā, lai radītu viltus iespaidu par uzticamību, piemēram, intervēti (pseido)eksperti, rakstiem pievienotas autoru fotogrāfijas, lai gan tās var būt ņemtas no internetā pieejamām attēlu krātuvēm u. tml. (Gulbe, Dambe 2017). Tādējādi arī medijpratībai pandēmijas laikā ir nozīme vien tad, ja cilvēks prot izvērtēt informāciju mainīgos apstākļos jeb pielāgot savas prasmes dažādām situācijām.

Jau līdz šim faktu pārbaudītāji izmantoja vairāk nekā divus polārus kādas informācijas vērtējumus – “patiesība” vai “nepatiesība”. Piemēram, “Re:Check” piedāvā piecas informācijas uzticamības izvērtēšanas kategorijas – patiesība, tuvu patiesībai, puspatiesība, drīzāk nav taisnība, nav taisnība (Re:Check 2019). Pandēmijas laiks ir parādījis, ka šāda informācijas klasificēšana būtu noderīga ikvienam lietotājam, atceroties, ka informācija var nebūt 0 vai 100 % ticama un atrasties patiesuma izvērtēšanas skalā kaut kur pa vidu. Taču tieši dezinfodēmijas apstākļos tās izvērtēšana ir kļuvusi daudz sarežģītāka. Tāpēc jo sevišķi būtiska ir medijpratība, kas iekļauj arī tādas prasmes kā atrast uzticamu informāciju, novērtēt tās avotu, salīdzināt to vairākos resursos, kritiski izvērtēt informācijas veidošanas nolūku un atbildīgi radīt pašam savu saturu. Neapšaubāmi ir svarīgi turpināt dažādas medijpratību stiprinošas aktivitātes, taču tās mērķtiecīgi adresēt konkrētām sabiedrības grupām un pielāgot tieši viņu medijpratības vajadzībām. “Viens izmērs der visiem” vairs nedarbojas arī medijpratības izglītībā, jo sabiedrībā ir atšķirīgs prasmju pašvērtējuma un reālās prakses līmenis, kas turklāt ir krietni mainījies dezinfodēmijas ietekmē.

LITERATŪRA

Apollo.lv (2020). Internetā strauji izplatās vēstule no “Stenfordas slimnīcas” ar nepatiesu informāciju par Covid-19. *Apollo.lv*. 13. marts. Izgūts no: <https://www.apollo.lv/6921960/interneta-strauji-izplatavestule-no-stenfordas-slimnecas-ar-nepatiesu-informaciju-par-covid-19>

Aufderheide, P., Firestone, M. C. (1993). *Media Literacy: A Report of The National Leadership Conference on Media Literacy*. Queenstown: The Aspen Institute.

Ārlietu ministrija (2020). ANO starpreģionu paziņojums par “infodēmiju” saistībā ar Covid-19. *Latvijas Republikas Ārlietu ministrijas mājaslapa*. 2. jūn. Izgūts no: <https://www.mfa.gov.lv/aktualitates/zinas/66118-starpreģionu-pazinojums-par-infodemiju-saistiba-ar-covid-19>

Balcare, K. (2020). UNESCO brīdina par "dezinfodēmiju". *UNESCO Latvijas Nacionālās komisijas internetvietne*. 14. maijs. Izgūts no: <http://www.unesco.lv/lv/zinasanu-sabiedriba/unesco-bridina-par-dezinfodemiju/>

BBC (2020a). Coronavirus: Outcry After Trump Suggests Injecting Disinfectant as Treatment. *Bbc.com*. 24 April. Retrieved from: <https://www.bbc.com/news/world-us-canada-52407177>

BBC (2020b). Coronavirus: TikTok Deletes 29,000 Rule-Breaking Videos. *Bbc.com*. 17 July. Retrieved from: <https://www.bbc.com/news/technology-53436774>

Bērziņa, S. (2020). Pareiza sejas maskas lietošana nevienu neapdraud. *Re:Baltica*. 27. maijs. Izgūts no: <https://rebaltica.lv/2020/05/pareiza-sejas-maskas-lietosana-nevienu-neapdraud/>

Christ, G. W., Potter, J. W. (1998). Media Literacy, Media Education, and the Academy. *Journal of Communication*, 48(1), 5–15. DOI: 10.1111/j.1460-2466.1998.tb02733.x

Clement, J. (25.08.2020.). Hours of Video Uploaded to YouTube Every Minute as of May 2019. *Statista.com*. 25 Aug. Retrieved from: <https://www.statista.com/statistics/259477/hours-of-video-uploaded-to-youtube-every-minute/>

Delfi (2020). DELFI žurnālisti pievienojas 'Facebook' faktu pārbaudītāju programmai. *Delfi.lv*. Izgūts no: <https://www.delfi.lv/par-mums-new/delfi-zurnalisti-pievienojas-facebook-faktu-parbauditaju-programmai.d?id=52064021>

EAVI Media literacy for citizenship. (2017). Infographic: Beyond Fake News – 10 Types of Misleading News–Seventeen Languages. *Eavi.eu*. Retrieved from: <https://eavi.eu/beyond-fake-news-10-types-misleading-info/>

EBU Media Intelligence Service (2020). *Market Insights: Trust in Media 2020*. June. Retrieved from: https://www.ebu.ch/files/live/sites/ebu/files/Publications/MIS/open/Trust_in_Media_2020/EBU-MIS-Trust_in_Media_2020.pdf

European Commission ([s. a.]). Tackling Online Disinformation. *European Commission's Homepage*. Retrieved from: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/tackling-online-disinformation>

European Commission (2020). Joint Communication to the European Parliament, the European Council, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions. Tackling Covid-19 Disinformation – Getting the Facts Right. *EUR-Lex*. 10 June. Retrieved from: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52020JC0008>

Feldmanis, K. (2020). Covid-19 krīzē Baltijas medijus vissmagāk skar reklāmas ieņēmumu kritums. *LSM.lv*. 20. maijs. Izgūts no: <https://www.lsm.lv/raksts/zinas/arzemes/covid-19-krize-baltijas-medijus-vissmagak-skar-reklamas-ienemumu-kritums.a360549/>

Fox Consulting (2020). *Latvijas Mediju ētikas padomes aptaujas rezultāti*. [B. v.]: Fox Consulting. Izgūts no: https://site-775587.mozfiles.com/files/775587/LMEP_aptaujas_kopsavilkums.pdf

Gulbe, E., Dambe, A. (2017). Kā atpazīt viltus ziņu. *LV portāls*. 23. okt. Izgūts no: <https://lvportals.lv/skaidrojumi/290703-ka-atpazit-viltus-zinu-2017>

Ģīga, A. (2020). LŽA atklātā vēstule par Covid-19 ietekmi uz nozari. *Latvijas Žurnālistu asociācijas internetvietne*. 27. marts. Izgūts no: <http://www.latvijaszurnalisti.lv/lza-aicinajums-valdibai-uznemejiem-un-sabiedrībai/>

Hassan, J., McAuley, J., Wagner, J., Mettlerm K, Shammass, B., Dou, E., Brice-Saddler, M., Buckner, C., Knowles, H. (2020). Young People with Voronavirus are Dying of Strokes; U.S. Coronavirus Toll Tops 50,000. *Washington-post.com*. 25 April. Retrieved from: <https://www.washingtonpost.com/world/2020/04/24/coronavirus-latest-news/>

Jauns.lv/LETA. (2020). Baltkrievijā ziņu par vairāku žurnālistu aizturēšanu. *Jauns.lv*. 29. aug. Izgūts no: <https://jauns.lv/raksts/arzemes/402140-baltkrievija-zino-par-vairaku-zurnalistu-aizturesanu>

Jones, J. (2020). Ranked: The World's Most Downloaded Apps. *Visualcapitalist.com*. 25 Jan. Retrieved from: <https://www.visualcapitalist.com/ranked-most-downloaded-apps/>

Kantar (2020). Preses izdevumu patēriņš saglabājas stabils, mainījusies interesējošo tēmu izvēle. *Kantar.lv*. 24. apr. Izgūts no: <https://www.kantar.lv/preses-izdevumu-paterins-saglabajas-stabils-mainijusies-interesejosu-temu-izvele/>

Kolms, A. (2020). Patiesa sazvērestība vai vienkāršs covidiotisms? Augusta Kolma viedoklis. *Tuvuma.lv*. 19. maijs. Izgūts no: <https://tuvuma.lv/patiesa-sazverestiba-vai-vienkarss-covidiotisms-augusta-kolma-viedoklis/>

Krūtaine, A., Puriņa, E. (2020). Covid-19: Mugurkaula ķirurģs Gulbis viedokli pamato ar puspatiesiem apgalvojumiem. *Re:Baltica*. 2. apr. Izgūts no: <https://rebaltica.lv/2020/04/covid-19-mugurkaula-kirurgs-gulbis-viedokli-pamato-ar-nepatiesiem-apsalvojumiem/>

- Kultūras ministrija (2017). *Latvijas iedzīvotāju medijpratība: kvantitatīvais pētījums 2017*. Rīga: Kultūras ministrija. Izgūts no: https://www.km.gov.lv/uploads/ckeditor/files/mediju_politika/petijumi/Medijpratiba_petijuma%20rezultati_Latvijas%20Fakti_18_07_2017.pdf
- Kultūras ministrija (2020). *Latvijas iedzīvotāju medijpratība: kvantitatīvais pētījums*. Rīga: Kultūras ministrija. Izgūts no: https://www.km.gov.lv/uploads/ckeditor/files/mediju_politika/petijumi/Medijpratibas_petijums_Latvijas_dati_2020.pdf
- Latvijas Universitāte. (2020). Latvijas Universitāte dibinājusi sadarbību ar IREX. *Latvijas Universitātes tīmekļa vietne*. 18. aug. Izgūts no: <https://www.lu.lv/par-mums/lu-mediji/zinas/zina/t/60623/>
- LETA (2020a). Pēc Latvijas iniciatīvas 130 ANO valstis nākušas klajā ar paziņojumu cīņai pret dezinformāciju Covid-19 laikā. *La.lv*. 12. jūn. Izgūts no: <https://www.la.lv/pec-latvijas-iniciativas-130-ano-valstis-nakusas-klaja-ar-pazinojumu-cinai-pret-dezinformaciju-covid-19-laika>
- LETA (2020b). Apcietināts Niks Endziņš par nacionālā un etniskā naida izraisīšanu internetā. *Diena.lv*. 3. febr. Izgūts no: <https://www.diena.lv/raksts/latvija/zinas/apcietinats-niks-endzins-par-nacionala-un-etniska-naida-izraisisanu-interneta-14234971>
- LETA/ITERFAX (2020). Baltkrievijā protestu laikā aizturēti 64 žurnālisti. *TvNet.lv*. 13. aug. Izgūts no: <https://www.tvnet.lv/7038871/baltkrievija-protestu-laika-aiztureti-64-zurnalisti>
- Levi, L. (2020). Media Literacy Beyond the National Security Frame. *Utah Law Review*, 4, 956–961. Retrieved from: <https://dc.law.utah.edu/ulr/vol2020/iss4/2>
- Li, H. O-Y, Bailey, A., Huynh, D., Chan, J. (2020). YouTube as a Source of Information on COVID-19: a Pandemic of Misinformation? *BMJ Global Health*, 5(5). DOI: 10.1136/bmjgh-2020-002604
- Ločmele, K. (2020). Medijpratība Latvijā 2020 [Prezentācija Latvijas medijpratības organizāciju un ekspertu sanāksmē Rīgas pilī 2020. gada 17. septembrī].
- Ločmele, K. (2021). *Informācijas pieejamība Latvijas žurnālistikas praksē: Pētījums*. Rīga: Stockholm School of Economics in Riga. Izgūts no: https://mediacentre.sseriga.edu/wp-content/uploads/2021/05/Klinta_Locmele_Informācijas_pieejamība-3.pdf
- McCombs, M., Shaw, L. D., Weaver, H. D. (2014). New Directions in Agenda-Setting Theory and Research. *Mass Communication and Society*, 17(6), 781–802. DOI: 10.1080/15205436.2014.964871
- Meyrowitz, J. (1998). Multiple Media Literacies. *Journal of Communication*, 48(1), 96–108. DOI: 10.1111/j.1460-2466.1998.tb02740.x
- OFCOM (2020). Covid-19 News and Information: Consumption and Attitudes: Results from Week Twenty. *Ofcom.org.uk*. Retrieved from: <https://www.ofcom.org.uk/research-and-data/tv-radio-and-on-demand/news-media/coronavirus-news-consumption-attitudes-behaviour>
- Pētersone, I. (2020). Kā rodas kovidioti? Saruna par jaunvārdiem un latviešu valodas zelta likumiem ar valodnieci Diti Liepu. *La.lv*. 10. jūn. Izgūts no: <https://www.la.lv/ka-rodas-kovidioti-saruna-par-junvardiem-un-latviesu-valodas-zelta-likumiem-ar-valodnieci-diti-liepu>
- Puriņa, E. (2020). "Jurijs Kļimovs" un "Stenfordas eksperts" – sociālajos tīklos izplatās maldi par Covid-19. *Re:Baltica*. 14. marts. Izgūts no: <https://rebalta.lv/2020/03/jurijs-klimovs-un-stenfordas-eksperts-socialajos-tiklos-izplatas-maldi-par-covid-19/>
- Re:Check. (2019). Re:Check: Kā piešķiram vērtējumu. *Re:Baltica*. 25. jūn. Izgūts no: <https://rebalta.lv/2019/06/recheck/>
- Rožukalne, A., Skulte, I., Stakle, A. (2020). Media Education in the Common Interest: Public Perceptions of Media Literacy Policy in Latvia. *Central European Journal of Communication*, 13, 2(26), 202–209. DOI: 10.19195/1899-5101.13.2(26).4
- Rožukalne, A. (2017). Is Populism Related Content the New Guilty Pleasure for Media and its Audiences? In: Kudors, A., Pabriks, A. (eds). *The Rise of Populism: Lessons for the European Union and the United States of America*. Rīga: University of Latvia Press, pp. 37–56. Retrieved from: http://appc.lv/wp-content/uploads/2017/11/APPC_Populism_2017_web.pdf
- Rubin, M. A. (1998). Media Literacy. *Journal of Communication*, 48(1), 3–4. DOI: 10.1111/j.1460-2466.1998.tb02732.x

- Sargs.lv. (2020). Eksperti: Kremļis COVID-19 pandēmiju sācis izmantot kā propagandas ieroci. *Sargs.lv*. 19. marts. Izgūts no: <https://www.sargs.lv/lv/sabiedriba/2020-03-19/eksperti-kremlis-covid-19-pandemiju-sacis-izmantot-ka-propagandas-ieroci>
- Smiltņieks, A. (2020). "Facebook" un "Twitter" ierobežo Trampa aktivitātes. *LSM.lv*. 6. aug. Izgūts no: <https://www.lsm.lv/raksts/zinas/arzemes/facebook-un-twitter-ierobezo-trampa-aktivitates.a369553/>
- Spriņģe, I. (2020). Inga Spriņģe: Dezinformācija "Stobru sejā". *LSM.lv*. 19. nov. Izgūts no: <https://www.lsm.lv/raksts/arpus-etera/arpus-etera/inga-springe-dezinformacija-stobru-seja.a382094/>
- Stencel, M., Luther, J. (2020). Fact-Checking Count Tops 300 for the First Time. *Reporterslab.org*. 13 Oct. Retrieved from: <https://reporterslab.org/fact-checking-count-tops-300-for-the-first-time/>
- Tomsons, A., Unāma, E. (2021). Krustpunktā: Mediju anatomija: Sociālie mediji un vārda brīvība. *Latvijas Radio*. 21. janv. Izgūts no: <https://lr1.lsm.lv/lv/raksts/krustpunkta/mediju-anatomija-socialie-mediji-un-varda-briviba.a139204/>
- Tornero, P. M. J. (2019). Preface: MIL for critical and quality journalism. In: Muratova, N., Grizzle, A., Mirzakhmedova, D. (eds). *Media and Information Literacy in Journalism: A Handbook for Journalists and Journalism Educators*. Tashkent: Baktria press, UNESCO, pp. 7–8.
- TvNet (2020a). LTV veic būtiskas pārmaiņas programmā. "Panorāma" sāksies plkst. 20. *TvNet.lv*. 19. marts. Izgūts no: <https://www.tvnet.lv/6927353/ltv-veic-butiskas-parmainas-programma-panorama-saksies-plkst-20>
- TvNet (2020b). Pasaule atveras ar Klik. *Tvnet.lv*. 24. nov. Izgūts no: <https://klik.tvnet.lv/7114630/pasaule-atveras-ar-klik>
- UNESCO ([S. a.]a). Media and Information Literacy. UNESCO's Homepage. Retrieved from: <https://en.unesco.org/themes/communication-and-information>
- UNESCO ([S. a.]b). *Media and Information Literacy Curriculum for Teachers*. [S. l.]: UNESCO. Retrieved from: http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/media_and_information_literacy_curriculum_for_teachers_en.pdf
- Ūdre, A. (2020). Žurnālists Baltkrievijā: Esam emocionāli, morāli, fiziski pārguruši. *LSM.lv*. 24. aug. Izgūts no: <https://www.lsm.lv/raksts/zinas/arzemes/zurnalists-baltkrievija-esam-emocionali-morali-fiziski-pargurusi.a371589/>
- Vilūns, R. (2020). Pandēmijas panorāma. *SestDiena*. 28. aug., 21. lpp.
- World Health Organization ([S. a.]). How to report misinformation online. *World Health Organization's Homepage*. Retrieved from: <https://www.who.int/campaigns/connecting-the-world-to-combat-coronavirus/how-to-report-misinformation-online>
- World Health Organization (2020). Immunizing the Public Against Misinformation. *World Health Organization's Homepage*. Retrieved from: <https://www.who.int/news-room/feature-stories/detail/immunizing-the-public-against-misinformation>
- YouTube Help ([S. a.]). *COVID-19 Medical Misinformation Policy*. Retrieved from: <https://support.google.com/youtube/answer/9891785?hl=en>
- Zemzars, U., Laura, J., Liholaja, V., Judins, A., Danovskis, E., Rozenbergs, J., Gribonika, Ē., Jurista Vārds, Valsts policija, Latvijas Republikas prokuratūra (2020). Huligānisms internetā: vai vārda brīvībai ir robežas. *Jurista Vārds*, 45(1155), 14–24. Izgūts no: <https://juristavards.lv/doc/277529-huliganisms-interneta-vai-var-da-brivibai-ir-robezas/>

3#

Digitālo tehnoloģiju

jaunās paplašinātās funkcijas

- 171 **Sociālo tīklu informatīvā loma krīzes ekoloģijā**
- 183 **Privātās telpas (māju) publiska performance video komunikācijā**
- 199 **#PaliēcMājās: mājsēdes laika dokumentēšana “Instagram” vidē**
- 207 **Baznīcas digitalizācija: kristīgo konfesiju tiešraides dievkalpojumi**
- 219 **Māksla uz sociālo mediju skatuves: teātra un koncertu digitālo formu transformācija**
- 237 **Latvijas kinofestivāli pandēmijas apstākļos**
- 245 **Izglītības pielāgojums krīzes apstākļiem un mediatizācija**
- 257 **Sports pandēmijas krīzē**

Pauls Bērziņš
@paulsberzins
Kā mani ieteica kā pozitīvu
una ražotāju, šis ir šīs dienas
tuvas interneta TOP. Lietuvas
dabas sēdes tiešraides
kā Lietuvas finanšu ministrs
pīpēja.



Savits Jemberga
@jemberga
Dators bez manas līdzdalības bij
nolēmis, ka "Starp citu" sapulcē
šodien jāierodas šādi. Nav slikti
- gan kosmētika ietaupās, gan
jebkuru ideju var pamatot ar tiešo
sakni ar kosmosu.



Tomā Kubiša
@Tomakubiša
Mācos no profiņiem :)

Top Latest People Photos Videos
Krišaps Petersons @pe... - 14 jūl. 20
Domāju ieriet @LNB_lv uz 40min epastus
parakstīt. I aci nepamāksīnāju, ka
reģistratūrā izgāju pilnu medicīnisko
apskati, aizpildīju pieteikumu uz
Iestāšanos NATO, uztaisīja pilnu manu
3D modeli un vēl iestājos kādā ārdom
partijā. Līdz e-pastu rakstīšanai tā arī
netiku :)

Kārlis Kikuts @Kikuts - 09 dec. 20
Es visu dzīvi saku "biblotēka".
Nacionālā bibliotēka @ - 09 dec. 20
Mēs visu dzīvi pret to cīnāmies.

Biblioteca Beilvige @Bib... - 05 janv.
Oč, enemics i MISRA que son xules les
#biblioteques...
@bibliotequesXEM @bibliotequesXEM
@bibliotequesXEM @bibliotequesXEM

Yerla Vagariņš-Vagula
@vavula
Latvijā ir nominācija
přisānolāgākais sociālo zinātņu
ētrnieks? Man te ir viens
andādiāts!



Inga Vasiļeva @ingav... - 16 apr.
Replving to @Biblvns
gadān padomus pārisēdāšanu
izērtiņiem

Ināna Mīlova @Biblvns - 16 apr.
Lidēt! Tā kā atvērtās kaut ko
smēģlīti, mēdā gadījums noder
kamerai akumulātorā. - at LTV Ziņu
dienests

Kultūras spēviena
@Kulturasiga
Līdz 7. februārim Rīgas
Porcelāna muzejā piedāvā
skatīties apskatīt porcelāna
mākslas darbus - Eilāna Titānes
darbu ekspozīciju "Piedzīvojums"
un 33 autoru darbus no 14.
starptautiskās mazo formu
porcelāna izstādes "Asimetriskas
kustības".
Plašāk: saite.lv/cwtK



Puika @Puika13 - 14 jūl. 20
Jā. Es parīsam nopietni.

Spunde - čiekurs dīem... - 14 jūl. 20
Replving to @petersoon_com and
@LNB_lv
A kādu Tu iedomājies kārtību, ierējot
NATO radarā? :)

Gvids Timolko @gvidt... - 14 jūl. 20
Replving to @petersoon_com and
@LNB_lv
Māja tas gan... Pārvērtāli to māju par
stratēģisku objektu, nevis priekš
laistājiem. Tajā pat laikā Vīļas lnb ej kā
gribi, dan ko gribi brīvi staigā iekšā ārā.

Jānis Ruzdņupule @Ru... - 15 jūl. 20
Replving to @petersoon_com and
@LNB_lv
Tiešām 26, ka tik lielisko @LNB_lv ēku
sagrābūsi birokrātņu organizācija. Vēl
pieminēšu, ka neizi gadā noteikā jāpietiek
pārējāsnoties. Tikmēr pat grāmatas
sevar pasēdēt.

Roberts @Roberts... - 16
Replving to @vavula
Vai tā tas tiek turā Vē audītiem
Atkā, apskatās, uz redzēšanos

Mārtiņš Štālis
@MartijsStalis
Pirmā Rīgas domes
ēttālinātā režīmā. Sistēma
ēdā, un pieņemam labus
numus.



Janis @jcitrens - 16 apr.
Taspat tā kā pilnām komplektām triā
kombinācija stacionāriem pēmpē
datoriem. Slēgt? :)

Nenonemama @nenom... - 15
Replving to @Biblvns
Beidzot kāds to pārtica, pārties!

Ināna Mīlova @Biblvns
Padoms atālinātā preses
konferēncē dalībniekiem - ja
pācelsiet savus laptopus vai
skype kameras augstāk (ideā
būtu acu līmenī) un apspēdēt
I'm no kameras, mēs jūs labāk
redzēsim!

Latvian National Museum of Art @LNB_lv
Esam parīpēpējūties, lai svētku
brīvdienās ikviens var iepazīt
muzejā izstādes un ekspozīcijas
tiešsaistē!

Saites un materiālus meklē ēr
bit.ly/tiešsaistes_ma...
Pāns #ēkultūra digitālo resursu
saraksts ēr bit.ly/e_kultura
Priecīgu svētkus!

latviannationalmuseumofart
Latvian National Museum of Art

LTV Ziņu dienests @
Taslu novada muzejā izstā
ne tikai klatienes, bet
sociālajos tīklos, lai ē
apmeklētājiem ārkār
iespēja salīdzināt
lsm.lv/raksts/zinas/

IZVEIDO ARKĀ
SITUĀCIJAI V
22 views
andrijs volmārs
@allegore - Follow

34 likes
allegore Darbs no mājām
Pēdējāsdomājām Pēdējās
26. mart - See Tweet
@baumas - Follow
Mēlūs, Latvija

orizga-Kalina @
Tomēr mans darba zool
īpašās - vienā sapulcē ē
sēdēt kaut kur mežā ē
dalību pēma aitas, jo kol
angārā.

SOCIĀLO TĪKLU INFORMATĪVĀ LOMA KRĪZES EKOLOĢIJĀ

Raivis Vilūns

Vairākumam Latvijas iedzīvotāju – 85 % mājsaimniecību (CSB 2019) – ir piekļuve internetam un attiecīgi arī vismaz teorētiski sociālajiem tīkliem, ko, kā liecina statistika, regulāri izmanto 75,1 % iedzīvotāju. Tā vienlaikus ir gan ieguvums, gan problēma – internetā publicētais bieži vien nav pakļauts kvalitātes filtriem, un tādējādi noderīgā satura un tā patiesuma izvērtēšana pārsvarā tiek atstāta uz lietotāju pleciem. Nepatiesa informācija var krīzes situācijā radīt papildu apdraudējumu un sarežģītumus, piemēram, globālās pandēmijas laikā iedzīvotāji neievēro mediju ieteiktos piesardzības pasākumus. Tādēļ ir svarīgi, ka dažādi valsts, mediju un atzītu viedokļu līderu profili un konti dalās ar svarīgo, patieso, faktos un zinātnē balstīto informāciju platformās, kurās lietotāji izvēlas uzturēties. Tādējādi tiek nodrošināta svarīgās informācijas aprīte mediju ekoloģijas ciklā, jo ziņu mediji informācijas iegūšanai mēdz izmantot arī sociālos tīklus. Nodaļā apskatīts, kā valsts iestādes, amatpersonas un informācijas telpas viedokļu līderi izmantoja sociālos medijus ārkārtējās situācijas laikā.

SOCIĀLO MEDIJU LOMA KRĪZĒ

2020. gada pavasarī, kad Latvijas valdība izsludināja ārkārtējo situāciju (laikposmā no 12. marta līdz 9. jūnijam), ierobežoja pulcēšanos un ieteica iedzīvotājiem palikt mājās, digitālās tehnoloģijas un sociālo mediju loma sabiedrībā pieauga. Tas kļuva gan par kanālu, kā valsts var tiešā, klasisko masu mediju nepastarpinātā veidā sasniegt iedzīvotāju, gan arī par

platformu, kurā lietotāji var sazināties cits ar citu, dalīties ar savu pieredzi un uzturēt saikni ar sabiedrību.

Ikdienā informācijas aprites ātrums nav tik būtisks, piemēram, informāciju par nodokļu sistēmas izmaiņām var censties nogādāt pie tam paredzētās auditorijas ilgtermiņā, savukārt krīzes apstākļos strauja svarīgākās informācijas izplatīšana ir būtiska. Valsts un reģionālo iestāžu darbinieki bieži vien ir strupceļā starp lēmumu rīkoties ātri un pajauties uz ierastajiem birokrātiskajiem procesiem (Chandra, Kapucu 2020). Attiecīgi netiek mainīti ierastie veidi, kā izplatīt informāciju, un tas var radīt problēmas, ka dažas sabiedrības grupas, kas, piemēram, ziņas smeļas tikai no sociālajiem medijiem, saņem situāciju skaidrojumu no viltus ziņu izplatītājiem. Pētnieki secinājuši, ka negaidītās krīzes un ārkārtējās situācijas mēdz pastiprināt un padarīt spiltākas jau esošās sociālās un politiskās problēmas (Pelling, Dill 2010). Krīze kā lakmusa papīrs var norādīt arī uz komunikācijas kļūdām. Analizējot komunikāciju starp dažāda līmeņa ASV iestādēm un brīvprātīgo organizācijām krīzes apstākļos, pētnieki secināja, ka ziņu mediju un privāto lietotāju iekļaušana šajā saziņā sociālajos medijos veicina plašāku iedzīvotāju apzināšanu (Wukich, Hu, Siciliano 2019). Attiecīgi valsts iestādēm un atbildīgajām amatpersonām ir svarīgi ne tikai iekļaut citus ziņu izplatīšanā, bet pašām sniegt to tur.

Sociālie mediji krīzes laikā daudziem lietotājiem kalpo kā “logs” uz pasauli (Gerrard 2020). Interpersonālā saziņa, kā arī dalīšanās ar ierakstiem, komentēšana, sava “darba no mājām” izrādīšana kalpoja, lai aizvietotu savstarpējo saziņu un radītu normalitātes izjūtu, tādējādi, iespējams, mazinot ārkārtējās situācijas radīto trauksmi. Sociālie mediji atgādināja, ka arī citi piedzīvo līdzīgus notikumus – daži sāka dalīties ar padomiem, kā labiekārtot darba vidi, citi demonstrēja savu ikdienu. Savukārt uzņēmumu konti centās celt popularitāti, pielāgojoties ārkārtējai situācijai – piemēram, fitnesa treneri un sporta klubi publicēja gan attēlus, gan videoierakstus, kā arī tiešsaistē bez maksas straumēja dažādas treniņu programmas, liekot uzsvāru uz vingrojumiem, ko iespējams paveikt, atrodoties mājās.

Latvijā ārkārtējās situācijas laikā galvenais sociālais tīkls, ko papildus parastajiem informācijas izplatīšanas kanāliem izmantoja amatpersonas, valsts un pašvaldību institūcijas, bija mikroblogošanas vietne “Twitter”. Mazākā apmērā saturs bija arī pamanāms “Facebook” un “Instagram”. “TikTok” saturu veidoja paši lietotāji, pārsvarā tas bija izklaides un humora mērķiem.

VILTUS ZIŅU UZLIESMOJUMS

Viltus ziņu izplatības jautājums pētniekus un digitālās drošības ekspertus nodarbina jau ilgstoši. Taču plašāk sabiedrība sāka diskutēt par viltus ziņām un propagandu pēc Lielbritānijas balsojuma par Eiropas Savienības pamešanu un 2016. gada ASV prezidenta vēlēšanām (Allcott, Gentzkow 2017; Nelson, Taneja 2018; Bovet, Makse 2019). Attiecīgi arī 2020. gadā pandēmijas laikā visā pasaulē strauji izplatījās viltus ziņas. Pasaules Veselības organizācijas (PVO) vadītājs Tedross Adhanoms Gebreiesuss (*Tedros Adhanom Ghebreyesus*)

to nodēvēja par infodēmiju (WHO 2020). Vienlaikus ar ārstu un veselības aprūpes speciālistu ziņojumiem mijās arī dažādas sazvērestības teorijas, nepatiesa informācija par vīrusu, tā izraisīto slimību, cēloņiem un faktiski jebkuru citu jautājumu. 2020. gadā veselības jautājumi, ja nošķir viltus ziņas no politiskās propagandas, ir viens no biežākajiem tematiem, ko skar nepatiesas informācijas izplatīšana (Pulido *et al.* 2020). Arī Latvijas informācijas telpa nav izņēmums – jau 2018. gada SIA “Dienas mediji” faktu pārbaudes projekta “Melu tvertne” viens no secinājumiem bija, ka klikšķu ziņu mednieki un viltus ziņu veidotāji aktīvi pievēršas veselības jomas jautājumiem – gan biedējot ar puspatiesībām, gan izplatot pilnīgi aplamus apgalvojumus (Vilūns 2018). Covid-19 uzliesmojuma laikā gan Latvijas, gan pasaules informācijas telpā uzplauksnīja viltus ziņas par to, kā pasargāties no saslimšanas, piemēram, izmantojot balinātāju un dezinfekcijas līdzekļus tiem neparedzētos veidos vai lietojot tam neparedzētus medikamentus, vai arī pievēršoties tautas medicīnas risinājumiem. Tāpat arī izplatījās dažādi maldi par to, kā vīruss radies – dažviet tika apgalvots, ka to radīja Ķīna, citviet, ka ASV. Tomēr, kā secināja pētnieku grupa februāra sākumā, analizējot “Twitter” ierakstus – nepatiesa informācija tiek biežāk publicēta, bet patieso informāciju biežāk citi tīkla lietotāji bija gatavi nodot tālāk vai komentēt (Pulido *et al.* 2020). Vienlaikus bija novērojams, kā šī informācija ceļoja no viltus ziņu vietnēm uz sociālajiem medijiem pakāpeniski, sasniedzot arvien plašākas auditorijas. Tādējādi, izmantojot PVO vadītāja analogiju, var teikt, ka arī mediju vides ekoloģijas ciklā viltus ziņu vīruss bija uzsācis strauju pārvietošanos un regulāri ieguva jaunas mutācijas.

2020. gada marta sākumā sociālo mediju kompānijas, saņemot pārmetumus par nespēju atsijāt nepatieso saturu par Covid-19 uzliesmojumu, uzsāka sadarbību ar PVO, lai savās lietotnēs un interneta vietnēs publicētu ārstu un zinātnieku apstiprinātu informāciju par vīrusu, tā izplatību un izsargāšanās veidiem. Vietnes aktīvi reklamēja un izcēla PVO un citu uzticamo satura veidotāju videomateriālus un ierakstus.

Oksfordas Interneta institūta (*Oxford Internet Institute*) pētnieki, analizējot 2020. gada 20. martā “YouTube” algoritmu piedāvātos populārākos 320 videomateriālus, secināja, ka tikai mazāk par 2 % no apskatītajiem video piedāvāja nepatiesu informāciju (Marchal, Au 2020). Tomēr, lai gan “YouTube” reklamēja PVO un citu ekspertu informāciju, ievietojot ierakstus zem video, pētnieki secināja, ka meklētājā un saistītajos video PVO saturs reti parādās. Biežāk tas ir mediju vai neatkarīgo satura veidotāju gatavotais. Attiecīgi, kā norāda pētnieki, “YouTube” un arī citi sociālie mediji ļauj lietotājam (Marchal, Au 2020; Lewiss 2020) kļūt par ekspertu, apejot ierastās sistēmas, kā persona var kļūt par viedokļu līderi kādā jomā, piemēram, iegūstot akadēmisku izglītību vai ilgstoši strādājot atbilstošajā nozarē. Tādējādi rodas riski, ka, lai gan lietotāji nesaskaras ar tiešiem un apzinātiem meliem, konkrētā jomā neizglītotie viedokļu līderi var maldināt neapzināti. Pētnieki uzskata, ka jau pirms pandēmijas sociālo tīklu kompānijas nespēja tikt galā ar milzīgo daudzumu satura un tas tikai saasinājās pandēmijas laikā (Gerrard, 2020).

Sociālajos tīklos izvietoti ziņojumi krīzes laikā var atbilst šādām kategorijām:

- brīdinājumi par briesmām;
- padomi, kā cilvēki var pasargāt sevi, ģimenes un kopienas;

- rekomendācijas, kā labāk sagatavoties tālākām problēmām;
- informācija, kur meklēt uzticamas ziņas;
- apraksti par to, ko dara glābēji un citas struktūras;
- citu darba novērtēšana, apsveikšana ar labiem panākumiem;
- cīņa ar viltus ziņām, dezinformācijas atmakošana (Wukich et al. 2019).

Viens ieraksts var atbilst arī vairākām kategorijām.

Ņemot vērā, ka sociālie tīkli, kā jau minēts, ir izplatīts un populārs laika pavadīšanas rīks, kā arī būtisks informācijas nodošanas kanāls, rakstā tiek apskatīts, kāda veida ziņojumi sociālajos tīklos parādījās krīzes laikā.

DATU ANALĪZE

Lai noskaidrotu, kādas funkcijas sociālie tīkli veica Latvijas informācijas telpā 2020. gada ārkārtējās situācijas laikā, tika apskatītas populārākās vietnes – “Instagram”, “YouTube”, “TikTok”, kā arī “Facebook” un “Twitter”. Minētajos sociālajos tīklos publicētie ziņojumi atlasīti, sākot no ārkārtas situācijas sākuma 12. martā līdz tās beigām 9. jūnijā.

Sociālo tīklu pētīšanu apgrūtinā mūsdienu platformās izvietotā satura daudzums, sliktā arhivēšanas infrastruktūra un dažos esošā satura gaistošā daba (piemēram, ieraksti pazūd pēc 24 stundām). “Instagram”, “Facebook” un “YouTube” satura pārskats tika veikts, izmantojot platformās iebūvētās meklēšanas funkcijas. “YouTube” un “Instagram” nepiedāvā satura atlasīšanas iespējas pēc publicēšanas valsts vai valodas, tāpēc “YouTube” analīzei tika izmantots trešās puses rīks no BATGrowth.com, kas piedāvā atlasīt lietotājus, kuri reģistrējušies no Latvijas. “Instagram” satura analīzei tiks izmantotas populārākās mirkļbirkas, kas ārkārtējās situācijas laikā ir dokumentētas novērojumos. Savukārt “Facebook” pārliūkošanai tika izmantotas gan mirkļbirkas, gan meklēšana, izmantojot atslēgas vārdus, kas saistīti ar vīrusiem.

Sociālo tīklu monitorings pirmās izsludinātās ārkārtējās situācijas laikā liecināja, ka galveno lomu Latvijas sociālo mediju telpā ieņēma mikroblogošanas vietne “Twitter”. Šis sociālais tīkls, pateicoties informācijas pasniegšanas veidam (fiksēts zīmju skaits, ierobežotas iespējas pievienot multimediju saturu), ir ērts veids, kā izplatīt īsus un konkrētus paziņojumus, kur tos var atrast arī lietotāji, kas neseko konkrētā ziņojuma autoram.

“Facebook” parādījās garāki skaidrojumi, masu mediju ziņu pārpublicējumi un citu formu materiāli, taču “Facebook” lēnākais informācijas aprites veids krīzes apstākļiem ir mazāk piemērots nekā “Twitter”. Savukārt pārējos populārākajos sociālajos medijos – “YouTube”, “Instagram”, “TikTok” – bija ievērojami mazāks informācijas daudzums.

“YouTube”

Video izvietošanas vietne “YouTube” ir otra populārākā informācijas meklēšanas vietne pasaulē, piekļopoties tikai interneta meklētājam “Google”. Šajā vietnē ik dienu 2017. gadā teju divi miljardi lietotāji noskatījās vairāk nekā miljardu stundu videomateriālu (Goodrow

2017). Tādēļ, pieredzot plašu kritiku par brīvi atrodamo milzīgo apjomu viltus ziņu, vietne sadarībā ar PVO pavasarī aktīvi popularizēja zinātnieku un veselības ekspertu sagatavotus video. Reklāmas tika izvietotas redzamās vietās un bija pieejamas gan no interneta pārlūka programmā, gan “YouTube” lietotnes viedierīcēs. “Es nekad nebūtu iedomājusies, ka mums būs tik daudz video ar roku mazgāšanu,” “YouTube” izpilddirektore Sjūzena Voicicka (*Susan Wojcicki*) 19. aprīlī sacīja ASV medijam CNN.

Analizējot populārākos “YouTube” kontus, kas veidoti, norādot, ka satura autors ir saistīts ar Latviju, jāsecina, ka pandēmija būtiskas pārmaiņas tajos neieviesa. Divi populārākie konti *Roman Papush* (pamatā vēsta par digitālo spēļu izstrādi un programmēšanu) un *Travel Lit* (stāsta par divu cilvēku kopīgiem ceļojumiem) pieskārās Covid-19 tēmai. *Roman Papush*, reaģējot uz pandēmijas laikā ieteikto pašizolāciju, dalījās ar padomiem, kā “nezaudēt prātu”, strādājot no mājām. Savukārt *Travel Lit* filmēja un demonstrēja savu ceļojumu pieredzi laikā, kad arvien vairāk valstis aizturēja iecelotājus.

Oficiālajos valsts pārvaldes kontos pārsvarā bija atrodami informatīvi videomateriāli. Ministru kabinets (konta nosaukums – “Valdības māja”) izveidoja atsevišķu video atskaņošanas sarakstu (*playlist*), kur tika apkopoti visi ar Covid-19 un ārkārtējo stāvokli saistītie jautājumi. Arī Veselības ministrija bija izveidojusi atsevišķi atskaņošanas sarakstu, kur bija apkopoti gan padomi, gan informācija, gan skaidrojumi **brīdinājumi, padomi, rekomendācijas un informācija**. Saeimas “YouTube” kontā vienīgais video, kas saistāms ar ārkārtējo stāvokli, bija par elektroniskā sēžu rīka prezentāciju, kas ļauj deputātiem attālināti veikt visus viņu amata pienākumus. Arī Slimību profilakses un kontroles centram (SPKC) bija izveidots atsevišķs videomateriālu atskaņošanas saraksts, ko veidoja mediju (pārsvara LTV) gatavotās reportāžas un intervijas saistībā ar pandēmiju. Kontā atrodami arī informatīvo kampaņu materiāli. SPKC atskaņošanas sarakstā iekļautajos mediju materiālos atrodami arī **viltus ziņu** atmaskošanas materiāli.

Taču jāmin, ka valsts pārvaldes un SPKC kontā esošajiem videomateriāliem ir maz skatījumu – no dažiem simtiem līdz dažiem tūkstošiem.

“TikTok”

“TikTok” ir īsu videomateriālu koplietošanas platforma. Lietotnē iestrādātie rīki ļauj ērti montēt materiālus un tiem pievienot dažādus skaņas failus. Izmantojot atslēgas vārdus, kas saistīti ar pandēmiju un ārkārtējo situāciju, tika atrasti vien daži video, kur to veidotāji atsauca uz ārkārtējo situāciju. Pārsvarā tie bija īsi, humoristiski video, kurā lietotāji dalījās ar jokiem par to, ko viņi dara izolācijā vai arī ko darīs, kad krīze būs beigusies. Oficiāli valsts iestāžu vai mediju paziņojumi “TikTok” netika atrasti. Šeit izteikti izcelts bija PVO saturs, tas, iespējams, samazināja Latvijas valsts ekspertu klātbūtnes nozīmi. Tomēr, lai gan platformā saturs pārsvarā ir angļiski, nevar nepieminēt, ka to izmanto arī cilvēki, kuri, iespējams, nevar uztvert svarīgāko informāciju svešvalodā.

“Instagram”

“Instagram” ir sociālais tīkls, kurā lietotāji pamatā dalās ar fotogrāfijām vai īsiem videomateriāliem. Šis sociālais mediji tiek saistīts ar interneta slavenību – ietekmētāju (*influencers*) – popularizēšanu un ilgstoši ir bijis uzskatāms par galveno šo slavenību darbošanās vietni. Populārākās mirkļbirkas saistībā ar pandēmiju Latvija bija *#paliectmajas* (5309 reizes izmantota) un variācija *#paliectmājās* (39 329 reizes izmantota), *#koronaviruss* (1017 reizes izmantota). Birkas tika izmantotas, lai dalītos ar savu pieredzi pandēmijas laikā. Tās arī plaši izmantoja sociālā tīkla viedokļu līderi, lai piesaistītu papildu uzmanību sev un savam saturam.

“Instagram” video funkcijas izmantoja arī dažādi korporatīvie konti. Piemēram, dažādi sporta klubi publicēja attēlus un video ar padomiem, kā iedzīvotājiem vingrot un nodarbināt ķermeni, esot mājās. Tādējādi tiek izpildīta informatīvā funkcija.

“Instagram” izmantoja arī sociālo tīklu slavenības, kuras gan dalījās ar personīgo pieredzi, gan vienlaikus arī reklamēja produktus, kas viņu atbalstītājiem pandēmijas laikā varētu būt noderīgi. Piemēram, Marta Grigale (@martagrignale) publicēja ierakstu, kurā viņa dalās ar savu pieredzi, ierobežojumu laikā audzinot bērnu, raksts bija tapis sadarbībā ar zīmolu “Lipton”, un ierakstu pavadīja attēls ar tējas dzeršanu. Citas sociālo tīklu slavenības reklamēja taksometrus, ēdienu piegādi un digitālos risinājumus. Mazumtirgotājs “Rimi” izmantoja sociālajos tīklos atpazīstamus cilvēkus, lai izveidotu sociālo reklāmu, kas vienlaikus reklamēja zīmolu un arī mudināja iedzīvotājus atrasties mājās.

No valsts pārvaldes kontiem “Instagram” aktīvākais ārkārtas situācijas laikā bija Saeimas konts. Tajā tika publicēta virkne ierakstu, kuros ar vārdiem vai attēliem tiek uzsvērts, ka deputāti strādā attālināti un, ja piedalās sēdēs klātienē, ievēro noteikto 2 m distanci viens no otra.

Ministru kabinets piedāvāja salīdzinoši nelielu skaitu ierakstu, bet publicētajos skaidroti ierobežojumi, ko ārkārtējās situācijas laikā Latvijā ievieša valdība. Šajā kontā tika publicētas infografikas, kas īsi un kodolīgi skaidroja valstī notiekošo.

“Facebook”

Vietnē “Facebook” martā tika organizēta brīvprātīgo kustība *#paliectmājās*, kas vēlāk mainīja nosaukumu un kļuva par *#Viegli palīdzēt*. Kustības mērķis bija apvienot brīvprātīgos ar cilvēkiem, kas nevar vai nedrīkst pamest savas mājas. Brīvprātīgie piedāvāja piegādāt pārtiku, izvest suni vai citādi palīdzēt.

“Facebook” arī kļuva par vietu, kurā iedzīvotāji varēja sekot līdzi valdības un atbildīgo iestāžu preses konferencēm. Bieži vien gan pašas iestādes, gan vadošie mediji ([Delfi.lv](#), [TvNet.lv](#), [LSM.lv](#)) izmantoja “Facebook” un moderno tehnoloģiju nodrošinātās iespējas un straumēja, piemēram, premjerministra Krišjāņa Kariņa un veselības ministres Ilzes Viņķeles paziņojumus pēc Ministru kabineta sēdēm. Ar populārākā Latvijas ziņu portāla [Delfi.lv](#) ierakstu par ārkārtējās situācijas izsludināšanu 12. martā dalījās 1107 lietotāji, ar [TvNet.lv](#) ierakstu 256 cilvēki, bet ar sabiedrisko mediju portāla [LSM.lv](#) ziņu 116 cilvēki. Tādējādi daļēji tika samazināta mediju loma, un teorētiski jebkurš iedzīvotājs ar piekļuvi internetam un sociālā medija

“Facebook” kontu varēja pats, bez žurnālistu starpniecības uzzināt par svarīgākajām aktualitātēm saistībā ar ārkārtējo situāciju.

Gan Ministru kabineta, gan Veselības ministrijas, gan SPKC konti ārkārtējās situācijas laikā “Facebook” tika aktīvi izmantoti. Veselības ministrija ik dienu publicēja ierakstus, kas skaidroja aktuālo situāciju valstī. Ik dienu tika publicēti īpaši sagatavoti materiāli, kas stāstīja gan par notikumiem pasaulē, gan par notikumiem Latvijā. Šie gan bija mazāk populāri, un, ārkārtas situācijai ievēloties, ar informāciju pakāpeniski dalījās arvien mazāk cilvēku. Īpašu popularitāti guva ieraksti ar praktiskiem padomiem un norādēm, piemēram, ar ierakstu par Covid-19 testa bezmaksas veikšanas iespējām dalījās 574 cilvēki. Līdzīga dinamika novērota arī Ministru kabineta un SPKC lapā.

“Facebook”, tāpat kā “Instagram”, tika izmantots, arī lai dalītos ar padomiem. Uzņēmumi to izmantoja kā veidu, lai popularizētu savu zīmolu, vienlaikus palīdzot cilvēkiem, kas ārkārtējās situācijas laikā nevarēja pamest mājas. Spilgti izcēlās dažādi sporta klubi un privātie treneri ar tiešraides vingrošanas videomateriāliem. Piemēram, “My Fitness” tiešsaistes nodarbību 5. maijā vēroja vairāk nekā deviņi tūkstoši cilvēku (precīzu skatītāju skaitli “Facebook” sistēma neļauj noskaidrot). Arī citi sporta klubi veica līdzīgas sociālo tīklu aktivitātes.

Tāpat arī dažādi pasākumi, konferences un semināri izmantoja “Facebook” sniegtās iespējas. Piemēram, NATO Stratēģiskās komunikācijas izcilības centrs “Stratcom” rīkoja vairākas tiešsaistes diskusijas un sarunas, piemēram, sarunu ar pētnieku Benu Hīpu (*Ben Heap*) “Stratcom” “Facebook” lapā noskatījās vairāk nekā pieci tūkstoši skatītāju. Jāpiemin, ka daudzas organizācijas un uzņēmumi arī pēc ārkārtējās situācijas beigām turpināja izmantot jaunapgūtās prasmes un veidoja tiešsaistes video straumēšanu.

“Twitter”

“Twitter” ārkārtējās situācijas laikā kļuva par populārāko, salīdzinot ar citiem sociālajiem medijiem, operatīvās informācijas izplatīšanas vietni. Tur ik dienu un ārkārtējās situācijas sākumā pat biežāk tika publicēta aktuālā informācija par notiekošo. Šo tīklu aktīvi izmantoja arī mediji, kas dalījās ar valsts iestāžu informāciju, tādējādi palīdzot tai sasniegt pēc iespējas plašāku auditoriju.

Īpašu uzmanību izpelnījās Veselības ministrijas epidemiologa **Ugas Dumpja** ieraksti, ar kuriem dalījās simtiem citu lietotāju. Šos ierakstus regulāri arī pārpublicēja un citēja mediji. Lielākā aktivitāte ir redzama ārkārtējā stāvokļa sākumā – laikposmā no marta līdz aprīlim. Šajā periodā vidējais ierakstu biežums ir 1,42 ieraksti dienā, savukārt laika posmā līdz 6. aprīlim ierakstu biežums svārstās no 9 dienā līdz 1 dienā. Visbiežāk U. Dumpis dalījās ar SPKC un Veselības ministrijas ierakstiem. Tomēr sarunās ar lietotājiem eksperts nav iesaistījies, un apskatītajā periodā ir vien neliels skaits atbilžu citiem lietotājiem.

Populārākais ieraksts, ar kuru dalījušies 463 lietotāji (skatīts 2020. gada 13. augustā), tika publicēts 18. martā, neilgi pēc tam kad Latvijā tika izsludināts ārkārtas stāvoklis un daudzi jautājumi par jauno vīrusu un tā izplatību nebija skaidri. Populārākajā ierakstā (sk. 1. attēlu) U. Dumpis skaidro, kas ir pašizolācija un kā izvairīties no saslimšanas.

Četri no pieciem populārākajiem eksperta ierakstiem ir no marta, un visos centrālais jautājums ir pašizolācija, bet kopumā visi pieci informē iedzīvotājus par aktualitātēm un veidiem, kā izvairīties no inficēšanās. Arī "Twitter" lietotāji novērtēja Veselības ministrijas pārstāvja aktivitāti un spēju sniegt svarīgāko informāciju. Sociālā tīkla lietotāji apsprieda vajadzību izveidot T kreklus ar U. Dumpja seju. Tā kalpotu kā atziņība par veiksmīgo darbu. Sociālā tīkla lietotāji, daloties ar viņa ierakstiem, pauda atziņību ekspertam.

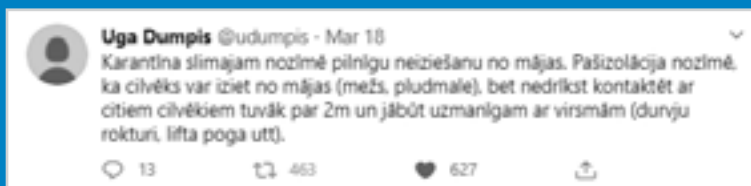
Veselības ministre Ilze Viņķele ārkārtējās situācijas laikā plaši izmantoja "Twitter" kontu, lai informētu sabiedrību, dalītos ar savu pieredzi un komunicētu ar iedzīvotājiem par plašo veselības krīzi saistītajām tēmām. Lielākā aktivitāte ministres kontā bija novērojama no ārkārtas situācijas izsludināšanas brīža līdz maija vidum. Šajā periodā ierakstu skaits svārstījās no 19 līdz 1. Visbiežāk ministre dalījās ar Veselības ministrijas, SPKC un Nacionālā veselības dienesta (NVD) ierakstiem. I. Viņķeles populārākais ieraksts, ar ko dalījušies 367 lietotāji (skatīts 2020. gada 14. augustā), kodolīgā formā informē par to, kā iedzīvotājiem būtu jārīkojas ārkārtējās situācijas laikā.

Jāmin gan, ka pretēji U. Dumpim ministre saskārās ar lielāku daudzumu negatīvu komentāru un ierakstu. "Twitter" lietotāji kritizēja valsts rīcību un nosodīja ministri.

Latvijas premjerministrs Krišjānis Kariņš visvairāk ierakstus pretēji pārējiem apskatītajiem kontiem veica jau ārkārtējās situācijas izskaņā 7. jūnijā. Taču kopumā ierakstu dinamika apskatītajā periodā bijusi diezgan vienmērīga, vidēji svārstoties no 0 līdz 4 ierakstiem dienā. Premjera ieraksti visbiežāk ir bijuši skaidrojoši vai uzslavējoši. K. Kariņš neiesaistījās diskusijās un pārsvarā dalījās ar ekspertu un iestāžu pausto. Populārākais ieraksts bija 10. maijā, kad premjers paziņoja, ka gaida iekšlietu ministra paskaidrojumus par iespējamiem pulcēšanās pārkāpumiem 9. maija svinībās.

Nacionālā veselības dienesta aktīvākais periods līdzīgi kā jau iepriekš apskatītajiem kontiem bija ārkārtējās situācijas sākumā – no 0 līdz pat 16 ierakstiem dienā. Tiesa gan, kā liecina ierakstu analīze, 88 % no 379 ierakstiem bija pārpublicēti no citiem avotiem – visbiežāk no Veselības ministrijas un SPKC. Populārākajā NVD ierakstā, kas tika visvairāk reizes nodots tālāk, bija saite uz sarakstu, kur ārkārtējās situācijas laikā bija iespējams saņemt zobārstniecības pakalpojumus. NVD konta ieraksti bija paredzēti, lai informētu sabiedrību par notikumu attīstību un notikumiem. SPKC "Twitter" kants, kuram apskatītajā laikā periodā bija 507 ieraksti, ir savā saturā līdzīgs NVD. Taču galvenā atšķirība ir tā, ka SPKC darbojas kā informācijas avots, tādēļ šajā profilā ir vairāk unikālo ziņu. Tikai 17 % ir tālāk nodotas citu kontu ziņas – galvenais tālāk nodotais kants ir Veselības ministrija. Populārākais ieraksts tapis 27. martā, kad tika meklēti cilvēki, kas braukuši vienā autobusā ar potenciāli inficētu pasažieri.

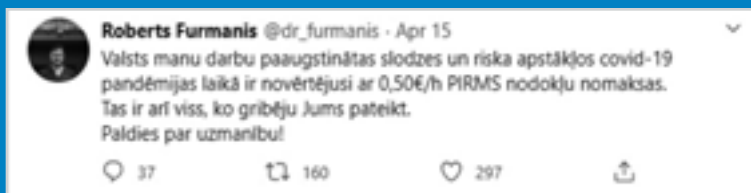
Arī veselības aprūpes eksperti, kas nebija tiešā veidā iesaistīti valsts lēmumu pieņemšanā, "Twitter" dalījās ar pieredzi un padomiem, gan ziņojot par sliktām praksēm, gan atgādinot par nepieciešamību ievērot sociālo distancēšanos un higiēnas normas. Tomēr sociālie tīkli tika izmantoti, arī lai kritizētu valsts varu. Sevišķi aktuāls ārkārtējās situācijas laikā bija mediķu atalgojums. Ārsts anesteziologs reanimatologs Roberts Fūrmanis "Twitter" izmantoja, lai



1. attēls. Populārākais U. Dumpja ieraksts, ekrānizgriezums uzņemts 2020. gada 13. augustā



2. attēls. Populārākais I. Viņķeles ieraksts, ekrānizgriezums uzņemts 2020. gada 13. augustā



3. attēls. R. Fūrmaņa ieraksts, ekrānizgriezums uzņemts 2020. gada 13. augustā

kritizētu politiķu solīto, bet neizpildīto par ārstu atalgojuma palielināšanu, kā arī par atbalstu ārstiem ārkārtējās situācijas laikā.

Savukārt lietotāji, kas nebija saistīti ar veselības aprūpi vai valsts pārvaldi, vietnē “Twitter” stāstīja par savu pieredzi ārkārtējās situācijas laikā – daudzi dalījās ar ikdienišķiem stāstiem par darbu no mājām, par savu pieredzi, palīdzot bērniem attālināti mācīties, par piedzīvoto veikalā un tamlīdzīgi. Daži arī rakstīja par savu pieredzi, pašiem inficējoties ar vīrusu vai arī esot saskarē ar cilvēkiem, kuriem ir konstatēts vīruss.

SECINĀJUMI

Ārkārtējā situācija Latvijā deva ieskatu daļā no mediju ekoloģijas cikla, proti, kā sociālie mediji funkcionē krīzes apstākļos un kāda informācija ir svarīga lietotājiem, un kādā veidā valsts pārvalde izvēlas izplatīt informāciju sociālajos medijos. Ekoloģijas loka ciklā redzams, ka sociālie mediji krīzes apstākļos veica divas svarīgas funkcijas – valsts pārvaldei šīs platformas kļuva par vienu no tiešajiem veidiem, kā sasniegt iedzīvotājus, bet lietotāji to izmantoja, lai gūtu informāciju un dalītos pieredzē.

Valsts pārvalde izmantoja sociālos tīklus, it īpaši “Twitter”, lai informētu par svarīgākajiem notikumiem, ierobežojumiem un saslīmušo skaitu. Attiecīgi redzams, ka, lai gan iedzīvotāji izmanto virkni dažādu sociālo tīklu ar plašām multimediju satura radīšanas iespējām, operatīvas informācijas nodošanai tiek izmantots relatīvi vienkāršais “Twitter” formāts. Visticamāk, tas ir saistīts ar vieglo lietojamību un šī tīkla operatīvāti.

Sociālie tīkli ieguva vai arī nostiprināja vairākas būtiskas lomas. Pirmā no tām bija jau minētā – sociālie tīkli kļuva par oficiālās informācijas izplatīšanas kanālu (brīdinājumi, skaidrojumi, padomi). Dažādas valsts iestādes un to darbinieki, piemēram, valsts galvenais epidemiologs un veselības ministre, izmantoja šos kontus, lai sniegtu iedzīvotājiem aktuālo informāciju, piemēram, par inficēto skaitu un ierobežojumiem, ar ko ir jārēķinās iedzīvotājiem. Sociālo tīklu analīze liecina, ka citi tīklu lietotāji “aktīvāk” iesaistās diskusijās un sarunās, ja informāciju sniedz “īsts” cilvēks, nevis iestāde. Īpaši izcēlās Veselības ministrijas galvenā epidemiologa U. Dumpja sociālās vietnes “Twitter” konts. No ikdienas lietotāju puses ļoti svarīga funkcija bija pieredzes, domu un novērojumu publicēšana un apspriešana sociālajos tīklos. Tā varēja kalpot par veidu, kā lietotājiem sajust kopības izjūtu laikā, kad to nebija iespējams darīt fiziski, gan arī dalīties ar savu pieredzi un labāko praksi.

Tāpat sociālajos tīklos aktīvi notika gan viltus ziņu izplatīšana, gan to atmaskošana (pārsvārā mediju un veselības aprūpes speciālistu skaidrojumi un nepatiesības norādīšana). Kā jau iepriekš minēts, sociālie tīkli ļauj lietotājiem bez jebkādam zināšanām vai izglītības pasniegt sevi kā ekspertu, vai arī, kā tas bieži vien notiek viltus ziņu gadījumā, radīt neeksistējošas iestādes vai ekspertus. Tas notika arī ārkārtējās situācijas laikā (LSM.lv 2020). Tādēļ valsts pārvaldei un tās ekspertiem ir svarīgi būt pēc iespējas vairāk dažādos sociālajos medijos, lai, kā to darīja Pasaules Veselības organizācija, nogādātu informāciju pie iedzīvotājiem tur, kur viņi pavada savu brīvo laiku. Tas ir uzskatāms par trūkumu valsts komunikācijā, jo video vietnēs, kurās savu informāciju izplata liels skaits viltus ekspertu, Latvijas valsts atzīto speciālistu klātbūtne ir neliela. “YouTube” šo klātbūtni nodrošina tikai Latvijas mediju gatavotie materiāli, bet vietnē “TikTok” oficiāli skaidrojumi valsts valodā vispār nav novērojami. Arī “Instagram”, vērtējot pēc tā lietojuma, nespēja sociālo tīklu apmeklētājiem sniegt krīzes situācijai svarīgākās funkcijas un līdzīgi kā “TikTok” saglabā izklaides funkcijas, kas drīzāk novērš no realitātē notiekošā, nevis to izskaidro.

Kopumā jāsecina, ka sociālie tīkli ārkārtējās situācijas laikā drīzāk pastiprināja jau esošās funkcijas un demonstrēja, kā mediju ekoloģija ir atkarīga no katra tajā iesaistītā elementa – arī

ārējas pārmaiņas ietekmē, kā un kādiem mērķiem tiek izmantoti sociālie tīkli. Piemēram, viltus ziņu izplatīšana un tai sekojošā atmaskošana ir aktuāla problēma, krīze to tikai saasināja. Savukārt individuālās pieredzes nodošana, ko ikdienā iedzīvotāji dara, bet krīzes apstākļos tā ieguva jaunu nozīmi un kļuva, iespējams, svarīgāka, jo izolācijas situācija varēja mazināt vientulības un atstumtības izjūtas. Tāpat arī dalīšanās ar padomiem, piemēram, vietnē “YouTube” ik dienu tiek publicēti simtiem video par to, kā salabot automašīnu, kā izveidot koka dekorus, apstrādāt datus vai pārvarēt panikas lēkmes, savukārt krīzes laikā tur, kā jau minēts, parādījās pandēmijas laikam raksturīgi padomi. Tāpat krīze arī, kā demonstrēts piemēros, mudināja daļu amatpersonu un iestāžu pārskatīt veidus, kā viņi izmanto sociālo tīklus.

LITERATŪRA

- Allcott, H., Gentzkow, M. (2017). Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211–236. DOI: 10.1257/jep.31.2.211
- Bovet, A., Makse, H. A. (2019). Influence of Fake News in Twitter During the 2016 US Presidential Election. *Nature Communications*, 10(7), 1–14. DOI: 10.1038/s41467-018-07761-2
- Gerrard, Y. (2020). The COVID-19 Mental Health Content Moderation Conundrum. *Social Media + Society*, 6(3), 1–5. DOI:10.1177/2056305120948186
- Goodrow, C. (2017). You Know What's Cool? A Billion Hours. *YouTube*. 27 Febr. Izgūts no: <https://blog.YouTube/news-and-events/you-know-whats-cool-billion-hours>
- Li, Y., Chandra, Y., Kapucu, N. (2020). Crisis Coordination and the Role of Social Media in Response to COVID-19 in Wuhan, China. *The American Review of Public Administration*, 50(6–7), 698–705. DOI:10.1177/0275074020942105
- Leitāns, I. (2020). Covid-19 un viltus ziņas: Valsts policija var vērtēt arī krāpšanas uzdošanu par “viedokli”. *LSM.lv*. 22. marts. Izgūts no: <https://www.lsm.lv/raksts/zinas/zinu-analize/covid-19-un-viltus-zinas-valsts-policija-var-vertet-ari-krapsanas-uzdosanu-par-viedokli.a352781/>
- Lewis, R. (2020). “This Is What the News Won't Show You”: YouTube Creators and the Reactionary Politics of Micro-Celebrity. *Television @ New Media*, 21(2), 201–217. DOI: 10.1177/1527476419879919
- Marchal, N., Au, H. (2020). “Coronavirus EXPLAINED”: YouTube, COVID-19, and the Socio-Technical Mediation of Expertise. *Social Media + Society*, 6(3), 1–4. DOI: 10.1177/2056305120948158
- Nelson, J. L., Taneja, H. (2018). The Small, Disloyal Fake News Audience: The Role of Audience Availability in Fake News Consumption. *New Media @ Society*, 20(10), 3720–3737. DOI: 10.1177/1461444818758715
- Pelling, M., Dill, K. (2010). Disaster Politics: Tipping Points for Change in the Adaptation of Sociopolitical Regimes. *Progress in Human Geography*, 34(1), 21–37. DOI: 10.1177/0309132509105004
- Vilūns, R. (2018). Klikšķu mednieki maldina, manipulējot ar bailēm par veselību. *Diena.lv*. 30. nov. Izgūts no: <https://www.diena.lv/raksts/viedokli/dienaskomentars/kliksku-mednieki-maldina-manipulejot-ar-bailem-par-veselibu-14209929>
- Wukich, C., Hu, Q., Siciliano, M. D. (2019). Cross-Sector Emergency Information Networks on Social Media: Online Bridging and Bonding Communication Patterns. *The American Review of Public Administration*, 49(7), 825–839. DOI: 10.1177/0275074019861701
- World Health Organisation (2020). Immunizing The Public Against Misinformation. *World Health Organisation's Homepage*. Retrieved from: <https://www.who.int/news-room/feature-stories/detail/immunizing-the-public-against-misinformation>



MacBook Pro



PRIVĀTĀS TELPAS (MĀJU) PUBLISKA PERFORMANCE VIDEO KOMUNIKĀCIJĀ

Sanita Dubra

2017. gadā plašu sabiedrības uzmanību guva amizants atgadījums BBC tiešraides laikā, kad amerikāņu profesoram Robertam Kellijam (*Robert Kelly*), sniedzot interviju par situāciju Dienvidkorejā, viņa darba kabinetā iekļuva abi bērni, kas raisīja nelielu apjukumu gan profesoram, gan žurnālistam (BBC News 2017a). Stāsts tālāk risinājās jau citos medijos un sociālajos tīklos, tai skaitā arī Latvijā. Sabiedrības uzmanība tika veltīta sievietei, kas lielā steigā bērnus mēģināja izvest no kabineta. Viņa tika noturēta par auklīti no Āzijas. Bez uzmanības arī nepalika fakts, ka profesors nepiecēlās pats – vai viņš bija tikai daļēji apgērbies, lai varētu sniegt interviju – sabiedrība izteica minējumus. Sieviete izrādījās profesora sieva, ar apgērbu viss bija kārtībā, bet šī nelielā epizode padarīja Kelliju ģimenes dzīvi plaši zināmu un izcēla sabiedrībā valdošos stereotipus. Pandēmija un tās dēļ ieviestie ierobežojumi lielu daļu sabiedrības “nolika” video komunikācijas priekšā. Kelliju ģimene tagad tiek saukti par nākotnes vēstnešiem un aicināti dalīties ar savu pieredzi, strādājot mājās pandēmijas laikā Dienvidkorejā. Nu jau uzreiz visi kopā (BBC News 2017b).

Kādreizējie novērotāji un komentētāji tagad tā vai citādi izdzīvo profesora pieredzi, kad ikdienas rutīna, kas līdz šim bija pakļauta noteiktam indivīda būvētam profesionālajam tēlam un noteiktai kārtībai, tiek satricināta publiskās un privātās dzīves sadursmē attālinātās video komunikācijas laikā. Būtiskie izaicinājumi, kas ir darba vides radīšana mājās, digitālās prasmes, līdzcilvēki kopīgajā mājsaimniecībā, arī mājdzīvnieki, atsevišķos gadījumos arī kaimiņi un indivīda vizuālais tēls, tiek apskatīti dažādos medijos, kas šī raksta tapšanā tika izmantoti, lai fiksētu naratīvus, kas atspoguļojas par attālināto komunikāciju dažādās

video platformās Covid-19 pandēmijas laikā. Novērotā jaunā prakse arī liecina par izmaiņām ierastajā mediju ekoloģijā.

SOCIĀLĀ TELPA

Profesora privātās un publiskās dzīves saskaršanās rezonēja sabiedrībā. Darba kabinets kā telpa skatītājiem demonstrē profesora lietišķo, profesionālo līmeni, bet bērnu un sievas ienākšana rada sadursmi starp profesionālas un privātās dzīves daļām. Komunikācijas zinātnes pētnieks Kristians Fukss (*Christian Fuchs*) norāda, ka sociālās telpas apvieno sociālās institūcijas, sociālās prakses un sociālās attiecības. Visas sociālās sistēmas ir organizētas telpā, tām ir sava telpa, un tajā pašā laikā tās ir lielākas sociālās telpas daļa. Cilvēki veido sociālās attiecības, kam ir robežas (telpiskais sākums un beigas), un tās tiek organizētas kā sociālās telpas (Fuchs 2020, 261–262). Apskatītajā piemērā divas dažādas telpas, kas abas ir daļa no profesora dzīves telpas. Lai konkrētā situācijā un noteiktos apstākļos indivīds justos droši un par sevi pārliecināts, nozīme ir videi, kur notiks noteiktā darbība – reproducēta noteikta sociālā kārtība. Dažādām indivīda sociālajām aktivitātēm ir dažādas scenogrāfijas, atšķirīga auditorija un līdz ar to arī atšķirīga indivīda uzvedība. Filozofs un ģeogrāfs Anrī Lefevrs (*Henri Lefebvre*) norāda, ka mēs tiekam konfrontēti ar nesaskaitāmu sociālo telpu kopumu. Tā ir abstrakcija, kas realitāti iegūst ar noteiktu vērtību tīklojumiem un atzariem, atsevišķu vērtību kopām un attiecību klasteriem (Lefebvre 1991, 86). Katrā darba kolektīvā ir savi nerakstīti likumi, komunikācijas stils, attiecības starp kolēģiem, ko indivīds realizē darba vidē, toties mājās būs citu attiecību un apstākļu radīta atmosfēra un citi naratīvi. Sociālā mijiedarbība notiek dažādu indivīda sociālo identitāšu ietvarā, kas tiek realizētas noteiktos apstākļos un piederībā sociālajai kopai. Sociologs Ērvings Gofmanis (*Erving Goffman*) norāda, ka sociālās attiecības tiek realizētas dažādās lomās. Indivīds konkrētās situācijās līdzdarbojas pēc noteikta principa, izmantojot noteiktus modeļus, ko nosaka vārds, kādā attiecības ir nosauktas, piemēram, kolēģis, brālis, draugs, un attiecību noteikumi, kas tiek saprasti kā nosacījumi, pēc kuriem attiecības var tikt novērtētas (Goffman 2017 [1971], 188–193). Indivīds savu dzīvi veido šajās dažādajās sociālajās telpās, kuras iezīmē konkrēti uzvedības modeļi, vērtības un indivīda realizētās lomas. Pārvietošanās starp telpām ir it kā nemanāma – to iezīmē ar noteiktiem rituāliem un vides priekšmetiem, piemēram, rīta kafija biroja virtuvē vai ērts apģērbs mājās.

Katrā sociālajā aktivitātē jeb, kā Gofmanis norāda, sociālajā priekšplānā iespējams izšķirt vairākas sastāvdaļas, piemēram, dekorācijas, izskatu un uzvedību (Gofmanis 2001 [1959], 34). Daudziem uzņēmumiem ir izveidoti atvērtie biroji ar nelielām starpsienām, kas ierobežo vizuālo redzamību, bet labā dzirdamība atgādina par atrašanos publiskā vidē. Atsevišķi kabineti, kas ierobežo vizuāli un nodrošina skaņas izolāciju, norāda uz noteiktu statusu konkrētajā vidē. Dzīvesvietā durvis, sienas, aizkari, sētas un dzīvžogi paslēpj iemītniekus no nejaušiem garāmgājēju skatieniem. Šīs robežas ļauj katrā no vietām veidot savu noteikto mikropasauli,

kopīgu ar noteiktiem cilvēkiem vai tikai sevi pašu, un diezgan lielā mērā kontrolēt citu piekļuvi privātajai telpai.

Pandēmijas laikā radītie ierobežojumi, kas tiešā veidā ietekmēja daudzu ģimeņu ikdienu, izjauc līdzsvaru starp mājām un darbu. Visa ģimene ielikta četrās sienās, un visiem jāveic savi ikdienas pienākumi pēc jauniem noteikumiem visiem vienā sociālajā telpā, kur jārealizē dažādas lomas. Gan darba pienākumu veikšanai, gan mācību procesā ienāk videozvani dažādās attālinātās komunikācijas programmās. Tas radīja apstākļus, kad privātās dzīves atveidojums negaidītos veidos atklājās komunikācijā ar darba kolēģiem, skolasbiedriem un skolotājiem. Ir nepieciešams laiks, lai pielāgotos jaunajai situācijai, un jaunas apziņas rašanās, ka ik brīdī var būt tā, ka mājās ir kāds uzreiz neieraugāms virtuāls ciemiņš vai pat klases vai darba kolektīvs.

Ģeogrāfijas profesors Ārons Kellermans (*Aron Kellerman*) norāda, ka sociālā telpa ietver lielu īpašību, interpretāciju un metaforu dažādību. Kellermans ir nošķīris trīs sociālās telpas dimensijas: telpiskais mērogs, telpas interpretācija un cilvēka attiecības ar telpu. Telpas interpretācija, kas tiek saprasta kā telpas atribūti, ietver barjeras, dimensijas, resursus, materiālās vienības, sociālās vērtības, ainavu, vietu, ietvaru, tekstus, simbolus, procesus un organizatorisko ietvaru. Toties cilvēka attiecības ar telpu ietver pieredzi, uztveri un iztēli (Kellerman 2002, 32–33). Lai arī pandēmija ir globāla, video komunikācija atklāj publiskās un privātās telpas sadursmi individuālā līmenī. Tā tiešā veidā atklājas cilvēka attiecībās ar telpu: jo lielāka spriedze te valda, jo lielāka vaļa ir iztēlei, piemēram, nedrošība par privātās telpas vizuālo pievilcību vai tās dizainu indivīda uzmanību virza uz kādu no sociālās telpas atribūtiem, piemēram, tiek pārkārtotas telpas, grāmatplaukti. Privātajā telpā top jauna dizaina skatuve, kas ļaus izspēlēt profesionālās darba dzīves izrādi mājās.

INDIVĪDA MIJIEDARBĪBA AR CITIEM

Fonā dzirdamās ģimenes ikdienas ainiņas atklāj skolotājiem, kolēģiem un draugiem dažādu ģimeņu dzīves stilu un ģimenes attiecību modeli. Lietas un situācijas, kas cilvēka privātajā sociālajā telpā ir ierastas, nemanāmas vai atzītas par normālām, cita vērotāja acīs var iegūt pavisam citu nozīmi, piemēram, reliģisko piederību apliecinājoši objekti var raisīt diskusijas un mainīt priekšstatu par personu. Šajā brīdī publiskā vide pārņem privāto vidi, un līdz ar to indivīdam ir jāvelta krietni vairāk enerģijas un uzmanības, lai sagatavotos “virtuālajai izrādei” un mēģinātu ierobežot riskus sava tēla sekmīgai realizācijai noteiktās sociālās telpas ietvaros attālinātās komunikācijas laikā.

Privātajā un publiskajā vidē katrā valda savi noteikumi. Organizācijā esošos etiķetes standartus un arī iekšējos noteikumus bieži ir grūti definēt, jo tie šķiet pašsaprotami, neapzinoties, ka tas viss tā gluži vienkārši darbojas līdz mirklim, kad to ietekmē kāds negadījums vai krīze (Gofmanis 2001 [1959], 92). Atbilstoši Gofmaņa dramaturģijas principiem indivīds šajā brīdī sagatavo visu, lai piedāvātu noteikta veida izrādi noteiktiem skatītājiem, atbilstoši



1. attēls. Žurnālistes Anastasijas Tetarenko tvīts par labklājības ministres Ramonas Petravičas piedalīšanos preses konferencē, atrodoties meitas guļamistabā. Ekrānizgriezums

kopīgi zināmajiem noteikumiem un etiķetei (Gofmanis 2001 [1959], 91). Izaicinājumu šajās situācijās rada līdzcīvēki, kas dzīvo un darbojas pēc privātās telpas noteikumiem, vai individuālās digitālās prasmes, kas izraisa negaidītas situācijas, pārpratumus un mulsumu.

Indivīdam parādoties citu priekšā, apzināti vai neapzināti tiek projicēta noteikta veida situācija (izrāde), kurā viņš pats ir būtiska tās daļa. Ja rodas apstākļi, kas nav savienojami ar projicēto, tad būtiskas sekas tiek vienlaikus izjustas trijos dažādos sociālās realitātes līmeņos: sociālajā mijiedarbībā, sociālajā struktūrā un personībā. Sociālās mijiedarbības līmenī, kas ietver divu komandu dialogu, neērta situācija var radīt indivīda apjukumu un līdz šim sakārtoto sociālo sistēmu padarīt neorganizētu (Gofmanis 2001 [1959], 187–188). Profesionālo komunikāciju padara otršķirīgu nekontrolētas fona skaņas, kā to apraksta "Twitter" lietotājs Andrejs: "Vecāku sapulce *online*. Pietiek ar vienu mammu, kura nav pamanījusi, ka nav izslēgusi mikrofonu, lai viss pasākums būtu izgāzies – runātāju regulāri pārtrauc fonā kļiedzoši bērni un īss ieskaits konkrētās ģimenes audzināšanas metodēs" (@sicis 2020). Sociālajos medijos viens no naratīviem, kas iezīmējas pieredzes stāstos par

video komunikāciju, ir līdzšinējai darba videi vai mācību procesam neraksturīgu atribūtu vai uzvedības aspektu ienākšana.

Otrkārt, traucējumi izrādē var atstāt tālejošākas sekas. Katra no izrādēm ir kā atestācija jeb atkārtota spēju pārbaude veikt noteiktas darbības un iekļauties konkrētajā kolektīvā un/vai institūcijā (Gofmanis 2001[1959], 187). Tas var izpausties tik radikāli kā Lietuvas deputātam Petram Gražulim (*Petrs Gražulis*), kuram tiešsaistes sapulces laikā fonā parādās puskails vīrietis, lai arī deputāts ir zināms kā LGBTQ kopienas pretinieks (Delfi 2020). Šajā brīdī ne tikai sociālajos medijos Lietuvā, bet arī Latvijas ziņu portāli konfrontē deputāta publiski pausto viedokli un notiekošo privātajā telpā. Otrs jautājums, kas izskan publiski šajā situācijā, kā deputāti ievēro kārtību darbā ar ierobežotas pieejamības informāciju, ja sapulču laikā telpā ir uz sanāksmi neaicināti cilvēki. Latvijas sabiedrībā diskusijas uzvirvoja par labklājības ministres Ramonas Petravičas izvēli attālinātajā preses konferencē piedalīties no



2. attēls. Tvīts par darba traucējumu attālinātajā izglītībā. Ekrānizņēmums

meitas guļamistabas. Pandēmijas laikā varēja novērot, ka sociālajos medijos notika dalīšanās ar attēliem un stāstiem par kolēģu uzvedību, apģērbu sanāksmēs. Kvalitatīva līdzdalība, spēja atbilstoši uzstāties attālinātās video komunikācijas formā, vadīt un nodrošināt attālināto sanākumi ir jauni profesionalitātes pārbaudes veidi. Ja uztraukums vai citi apstākļi kavē kvalitatīvu sniegumu, tam sekas var būt indivīda profesionalitātes vērtējumā konkrētajā kopienā. Ietekmes apjomu varētu noteikt uzņēmumā vai kopienā pieņemtās iekšējās uzvedības normas. Piemērā par ministri atklājas sabiedrībā valdošais priekšstats, ka valsts amatpersonai ir jābūt neitrālam fonam, ja ne darba kabinetam, bet ministre šim aspektam nepievērsa uzmanību un, iespējams, izvēlējas brīvu telpu dzīvesvietā. Uzņēmumā, kur valda brīva atmosfēra, iespējams, tam nepievērstu uzmanību vai tiktu veltīts mirklis, lai pajokotu.

Treškārt, indivīdam var būt priekšstatsi "par sevi kā tādu, kas nerada traucējumus sociālajai mijiedarbībai vai arī nerada vilšanos tiem sociālajiem veidojumiem, kas ir no šīs mijiedarbības atkarīgi" (Gofmanis 2001[1959], 188). Traucējumu gadījumā tiek diskreditēts šis priekšstats par sevi. Video komunikācijas laikā, ja lielākā daļa dalībnieku ir izslēguši savas kameras, pietrūkst ķermeņa valodas, mīmikas, atgriezeniskās saites, runātājs var ļaut lielāku vaļu interpretācijai, piemēram, justies nesadzirdēts, necienīts klausītāju vidū. Tas veicina šaubas par sevi, savām spējām, savu atbildību noteiktām vērtībām, normām un citiem noteiktās sociālās kopienas atribūtiem. Piederības un iekļaušanās izjūtas apdraudējums gan nerodas tikai no digitālo prasmju un adaptācijas spējām, te iekļaujas arī privātās telpas reprezentācija, kas var radīt neiederēšanās izjūtu vai disonansi ar profesionālajā vidē radīto tēlu. Savā ziņā šis ir vissarežģītākais no aspektiem, jo krīzes situācijās saasinās cilvēku uztvere un līdz šim neitrālas vai mazsvarīgas situācijas var radīt emocionālo un psiholoģisko satricinājumu.

Laikā, kad pandēmijas ierobežojumu dēļ ģeogrāfiskā un fiziskā telpa ir samazinājusies, video komunikācija pārkāpj šīs reālajā vidē pastāvošās robežas, tomēr tā nevar nodrošināt to pašu sociālo kontaktu kvalitāti. Saikne starp kolēģiem sāk mazliet zust, nav kafijas paužu, joku gaitenī vai ikdienišķu sarunu liftā. Cilvēki, kas satiekas darba vidē un tur esošās kārtības ietvaros veido sociālo tīklojumu, tagad var palikt bez šī daudzveidīgā kontakta. Dzīvu komunikāciju uzturēt e-pastos, video sapulcēs, kur ne vienmēr ir laiks un vieta neformālām sarunām, ir sarežģīti. Šajā situācijā var arī vieglāk izvairīties no kolēģiem, ko nevēlies satikt. Starptautiska

konsorcija dalības organizāciju pārstāvju tīmekļseminārā, kad noslēgumā izskanēja nu jau bieži dzirdētais teikums, “cerams, nākamā reize būs klātienē”, viens no dalībniekiem norādīja, ka e-formātā brīva un dzīva diskusija veidojas tādēļ, ka lielākā daļa no dalībniekiem ir personīgi pazīstami jau iepriekš, bet viņš nav pārliecināts, ka cilvēkiem, kas iepriekš nav tikušies, šī attālinātā forma sniegtu tādu pašu rezultātu. Sociālajai sistēmai nav jāsabrūk, ja kāds tās dalībnieks tur nepiedalās, norāda Kristians Fukss, viņu var aizstāt kāds cits, kas izpilda konkrēto lomu. Sociālās sistēmas un sociālās telpas abstrahējas no indivīdiem, kuri ir šo sistēmu daļa. Tomēr tie nav nošķirti, bet ir iekļauti cilvēka ikdienā, kur, izmantojot noteiktus saziņas līdzekļus (kodus, valodas, informācijas tehnoloģijas, komunikācijas tehnoloģijas), tiek reproducēta sociālā telpa. Cilvēki, veidojot sociālās attiecības, komunikācijā viens ar otru veido sociālo sistēmu (Fuchs 2020, 261–262). Līdzšinējās komunikācijas pieredzes mijiedarbība ar intensīvo video komunikāciju pakāpeniski pārveidos profesionālo telpu. Sabiedrības būtība paredz komunikāciju, jaunie nosacījumi ne visām paaudzēm ir vienlīdz komfortabli un saprotami, un ir nepieciešams laiks, lai adaptētos, radot un apgūstot jaunus noteikumus.

VIDEO PERFORMANCES ATRIBŪTI PANDĒMIJAS LAIKĀ

Pandēmijas sākumā cilvēki galveno uzmanību veltīja sevī pasargāšanai no vīrusa, mājas vides piemērotība darba uzdevumu veikšanai palika otrajā plānā. Prieku radīja iespēja ilgāk pagulēt, nesteidzīgi rīti mājās, nevis sastrēgumā. Saskaņoties ar realitāti ilgākā laikā, izvirzījās tādi jautājumi kā interneta jauda, tehniskais nodrošinājums, darba kabineta vai vietas esamība darba pienākumu veikšanai privātajās telpās. Bailes konfrontēt savu veidoto tēlu vienā sociālajā telpā ar otru video komunikācijas laikā izraisīja satraukumu un sekas indivīdam dažādos sociālās realitātes līmeņos. “Dienas Bizness” saviem portāla lasītājiem martā piedāvāja foto fiksāciju par savas komandas darba apstākļiem mājās, lai uzmundrinātu viens otru un lasītājus (Dienas Bizness 2020). Šajās fotogrāfijās var vērot dažādus privātās telpas demonstrācijas līmeņus un praktiskos apstākļus, kā strādā redakcijas darbinieki.

Sociālā nevienlīdzība ir realitāte, kas ietekmē gan darba uzdevumu realizāciju mājās, gan video komunikāciju. Sociālā realitāte var būt skarba jaunajos nosacījumos, kad par darba kabinetiem pārtapa virtuves galdi, dīvāni un gludināmie dēļi. Tiešie vadītāji vairāk nekā līdz šim uzzina par savu kolēģu dzīvi, par dzīves apstākļiem, iespējām un ģimenes stāvokli. Būtisku ietekmi uz attālināto komunikāciju video platformās rada indivīdu prakse vai konkrētās komandas stils ieslēgt, neieslēgt videokameru vai migrēt starp šiem abiem stāvokļiem.

Latvijā reti mājokļos tiek plānoti atsevišķi kabineti vai “darba vieta”, tiek domāts par skolēnu. Studenti šādu funkcionālo vidi uztur līdz studiju noslēgumam. Uz problēmām strādāt no mājām un ierobežoto kvadrātmetru dalīšanu ar vienā mājsaimniecībā dzīvojošajiem norāda “Tildes Jumis” maijā veiktās uzņēmumu aptaujas rezultāti, kas atspoguļoti [Db.lv](#) portālā (Db.lv 2020) un projekta “Dzīve ar Covid-19: Novērtējums par koronavīrusa izraisītās krīzes pārvarēšanu Latvijā un priekšlikumi sabiedrības noturībai nākotnē” apakšprojekta “Pārmaiņas



3. attēls. Tvīts par politiķu foniem Latvijas Radio 1 raidījuma "Krustpunktā" tiešraidē. *Ekrānizgrīzums*

darba tirgū un nodarbinātības struktūrās, jaunā loģika sociālo pakalpojumu sniegšanā” pētnieku grupas apkopotie anketēšanas dati. Viņi secināja: “Pēc respondentu atbildēm, situāciju ar darba vietas ergonomiskumu var vērtēt kā apmierinošu, jo nedaudz vairāk nekā 60 % respondentu norādīja, ka darba vieta bija ergonomiska jau pirms ārkārtējās situācijas vai viņi to tādu izveidoja ārkārtējās situācijas laikā. Tomēr aptuveni trešā daļa aptaujāto atklāja, ka viņu darba vieta bijusi vai nu daļēji piemērota, vai pat pilnībā nepiemērota.” (Beresņeva 2021) Analizējot šos jautājumus, jāņem vērā, ka indivīds var savu vidi atzīt par apmierinošu, bet vēlāk saskarties ar sekām tādu apstākļu dēļ, kas sākotnēji likušies mazsvarīgi. Pandēmijā gūtā pieredze liek pārdomāt pēdējās desmitgadēs aktuālās tendences – atvērta tipa dzīvesvietas plānojumu piemērotību jaunajiem apstākļiem. Izolētas telpas nozīme, lai ģimenei ar bērniem realizētu attālināto darbu un attālinātās mācības, pieaug.

Ja uzmanību vēršam tieši uz video komunikāciju, tad tur daudz nozīmīgāks par pašu darba vidi ir video redzamais fons. Līdzīgi kā profesora Roberta Kellija intervijas BBC situācijā, arī ierobežojumu sākumā sabiedrība ar interesi vēroja un analizēja dažādu runātāju izvēlēto skatuvi jeb fonu – grāmatplauktu saturu, mākslas darbus, statusu un dzīves stilu raksturojošus priekšmetus vai interjeru kopumā. Spilgts piemērs ir jau pieminētā labklājības ministres telpas izvēle, kur uzmanība tika pievērsta arī vienradža figūrai plauktā. Līdzīgi analizēti arī

citu valdības pārstāvju un sabiedrībā zināmu cilvēku izvēlētie foni video komunikācijas laikā. Sabiedrības interesi atspoguļo raksti dažādos ziņu portālos. Viens otra gaumi un iedomātu intelektuālo līmeni sabiedrībā vērtēja pēc grāmatplaukta satura. Sociālā telpa, kā norāda sociologs Pjērs Burdjē (*Pierre Bourdieu*), mēdz funkcionēt kā simboliskā telpa, dzīvesstila telpa un dažāda statusa grupas raksturo dažādi dzīvesstili (Bourdieu 1989, 20), kas ir par pamatu sabiedrības lielajai interesei atklāti ielūkoties un vērtēt citu privāto vidi.

Interese par video komunikācijā redzamo privāto telpu ir ļoti aktuāla visā pasaulē. Mikroblogošanas vietnē “Twitter” 2020. gada aprīlī tika izveidots jauns profils @BCredibility (*Bookcase Credibility*), kur tiek pārpublicētas un analizētas dažādas fotofiksācijas ar videotiešraidēm no mājām vai paši video, kur sabiedrībā zināma persona kā video komunikācijas fonu ir izvēlējusies grāmatplauktu vai attēlu, kur redzams grāmatplaukts. Anonīmais profila veidotājs uzskata, ka grāmatplaukta saturs atklāj vairāk nekā runātāja teiktais (@BCredibility 2020). “The New York Times” žurnāliste Amanda Hesa (*Amanda Hess*) norāda, ka grāmatplauktu kā savas autoritātes un profesionalitātes simbolu izvēlas gan ASV prezidents Džo Baidens (*Joe Biden*) saviem video priekšvēlēšanu laikā, gan citi eksperti, kam mājās jāredz vide, kas viņu teiktajam piešķirs lielāku ticamību, apliecinās profesionalitāti. Līdz šim grāmatplaukiem lielāku uzmanību pievērta vizuālās komunikācijas platformas “Instagram” lietotāji, kā rezultātā plaukti tika iekārtoti pēc krāsām, grāmatu augstumiem un citām dekoratīvām pazīmēm (Hess 2020). Grāmatplaukts pandēmijas laikā video komunikācijā īpaši tiek izmantots kā simbols, kā ziņa vērotājiem par runātāja intelektu (grāmatplaukta saturs), zināšanām un finansiālo nodrošinājumu, ne tikai kā radošu krāsu spēle. Cits 2020. gadā tapis “Twitter” konts ir @ratemyskyperoom desmit ballu skalā novērtē visu telpu, gaismu un kameras novietojumu. Tas veicinājis arī citu “Twitter” lietotāju praksi publiski sniegt savu vērtējumu par mājās un darba kabinetos tapušajiem tiešraīžu video attālinātās komunikācijas laikā. Pārdomāti vai nejauši fonā redzami objekti var sniegt papildu informāciju, norādīt uz runātāja pārliecībām vai piederību noteiktai sabiedrības grupai, apstiprināt vai disonēt ar publisko tēlu.

Daļēji telpu radīto spriedzi var mazināt ar attālinātās saziņas programmās piedāvātajiem fona attēliem vai fona attēla aizmiglošanas funkciju. Uzņēmumi un institūcijas, reaģējot uz šo nepieciešamību, piedāvāja no savas puses dažādus papildu attēlus, piemēram, “IKEA” dizainētu telpu fotogrāfijas. Tas, cik veiksmīgi lietotāji spēj reaģēt un izmantot piedāvātās iespējas, nosaka digitālo prasmju līmenis un videokameru kvalitāte, jo sliktas videokameras fiksēts attēls kombinācijā ar platformas piedāvātu vai paša izvēlētu fona fotogrāfiju var kropļot kopējo attēlu.

Pandēmijas radīto ierobežojumu laikā daudziem nācās secināt, ka, iespējams, personīgās digitālās prasmes ir pārvērtētas. Nozīmīgs ieguvums būs akūtajos apstākļos attīstītās prasmes, kā var lasīt “Twitter”, kur ar savu pieredzi dalās žurnāliste Inga Gorbunova: “Pirms mēneša mana online sarunu pieredze vēl aprobežojās tikai ar Skype un Google hangouts, kuru biju izmantojusi, mācoties angļu valodu pie londonietes. Tad strauji atnāca Zoom, šodien jau arī Microsoft Teams, jo LU lieto to. “Mūžu dzīvo, mūžu mācies” pilna spektra darbībā.)” (@Inga_Gorbunova 2020) Tajā pašā laikā neparasti ir vērot attālināto sanāksmi, kur pēc

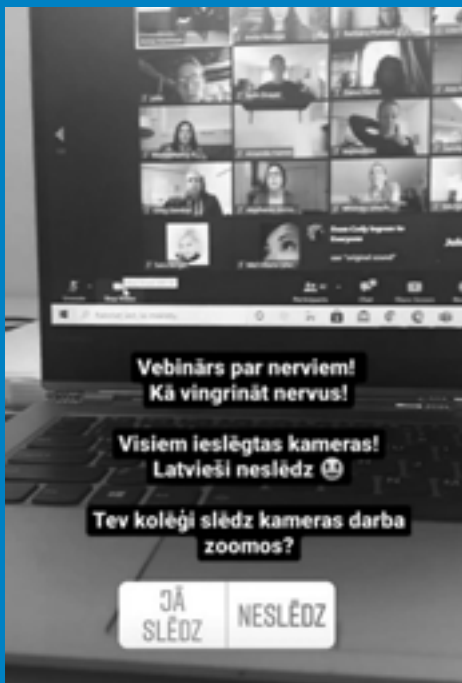
fona var noteikt, ka lielākā daļa tās dalībnieku atrodas savās darbavietās, tādējādi saglabājot kontroli par to, kas notiek vidē sev apkārt un nodrošinot iespēju paļauties uz to, ka ir kāds, kas palīdzēs ar tehniskajām ķībelēm.

Ja skatītāji video komunikācijas laikā savu uzmanību fokusē uz fonu, jo attēlā redzamā runājošā aktora izskats ir zināms, tad pašam intervijas vai komentāra sniedzējam lielāku interesi un emocionālo reakciju raisa sevis vērošana ekrānā. Cilvēkiem ir dažādi paradumi, cik bieži ikdienas gaitās ielūkojas spogulī, bet tagad pat vairākas stundas ir iespēja sevi vērot no malas lielākā vai mazākā lodziņā savā ekrānā. Gofmanis norāda, ka indivīda spēlētā izrādē publika var būt ne tikai citi cilvēki, bet arī pats izrādes spēlētājs. Notiek distancēšanās pašam no sevis, un tiek realizētas divas lomas, gan performers jeb izrādes veidotājs/režisors, gan auditorija. (Gofmanis 2001[1959], 72) Šeit risks ir pieņemtā priekšstata nesakritība ar ieraudzīto. Video komunikācijas laikā indivīds sevi redz un var vērot daudz vairāk nekā citās komunikācijas formās. Apzināti vai nevilšus mēs vērojam savas kustības, izskatu, žestus un mīmiku, savu vizuālo tēlu kopumā, piemēram, @kiwiwoman69 tvītā var lasīt, ka “man ir ieradums vislaik grozīt savus deguna rīkus un dievs zeligais tik grūti ar zooma ar ieslegtu kameru sevi no ta apstadinar jo izskatsies ka es vnk bakstu degunu” (@kiwiwoman69 2020). Ja tas atbilst par sevi radītajam priekšstatam, indivīds par to pārliecinās un atzinīgi novērtē, bet, atklājot aspektus, kas rada vilšanos vai neapmierinātību, rodas papildu spriedze, mazinās koncentrēšanās līmenis un palielinās sociālā nedrošība.

Atvainošanās par izskatu vai vairīšanās slēgt kameru, sevis salīdzināšana ar citiem runātājiem vairāk raksturīgi sievietēm. Uzmanību šiem aspektiem pievērš arī mediji, norādot, ka “Spogulī izskatos citādi! Par to, kā videozvani kropļo mūsu uztveri” (DELFI Viņa 2020). Video komunikācija var radīt papildu interesi par iespējām sevi mainīt vai veikt kādas manipulācijas, piemēram, izmantot permanentā grima iespējas, lai sevis ieraudzīšana ekrānā un gatavošanās tam satrauktu mazāk.

Ieslēgt vai neieslēgt kameru, vai migrēt starp redzamību ietekmē gan organizācijas iekšējie noteikumi, video sapulces vai tikšanās organizators un tādi aspekti kā pieredze, attieksme pret runātāju un/vai pasākumu, vide, kur esi, pašsajūta, vizuālais tēls konkrētajā brīdī. Tiekoties video komunikācijā ar līdz šim nezināmiem dalībniekiem, to var ietekmēt vairākuma izvēle. Pandēmija un mājseide ietekmēja iespējas “iziet sabiedrībā”, video komunikācija, pat ja tā bija sapulce vai tīmekļseminārs, bija kā pamudinājums veltīt laiku sava vizuālā tēla sagatavošanai. “Tad, kad izlasu “dodos piedalīties videokonferencē”, es gara acīm redzu – Zanda uzvelk smuku žaketīti, uzkrāso lūpas un aiziet no savas guļamistabas uz viesistabu, nosēžas pie datora tā, lai grāmatu plaukts fonā. :) #paliectmājās #darbsnomājām” (@IneseEjugbo 2020).

Latvijā ir universitātes, kas noteikušas, ka pēc docētāja lūguma studentiem ir pienākums kameru ieslēgt, bet Vācijā tiek diskutēts par personas datu aizskārumu līdzīgās situācijās. Šajā gadījumā gan primārais ir kontroles jautājums par reālu vai fiktīvu klātesamību. Pirmajās minūtēs tiek veikta pieslēgšanās, sasveicināšanās vai pierēģistrēšanās, bet vēlāk tiek nodrošināta it kā klātesamība ar melnu ekrānu vai fotogrāfiju dalībnieku rindā. Daudzi “Twitter” lietotāji aizrautīgi dalījās ar to, ko tik var apvienot ar attālinātajām mācībām. Informācija par



4. attēls. Tvīts par kameru ieslēgšanu un neieslēgšanu attālināta pasākuma norises laikā. Ekrānizgriezums

paralēlajiem procesiem darba sapulcēm gan izskanēja krietni mazāk, kas ir saprotami. Stāsti, ka sanāksmes laikā dzer viskiju vai paralēli sautē kāpostus, var radīt risku labu darba attiecību tālākai saglabāšanai.

Darba sanāksme, mācību semināri, kur kolektīvi tiek apbrīnots kāda kaķis, kas lepi iesoļo kameras mērķtiecīgi kalibrētajā leņķī, vai bērni, kas nepacietīgi virina durvis, ieslēgtie mikrofoni, kas publisko tikai sev domātus komentārus, nodevīgas skaņas par paralēli veiktām aktivitātēm vai to radītais fona troksnis, kas traucē dzirdamību – šie ir daži no privātajiem mirkļiem, kas, esot fiziski savā privātajā telpā un tās radītajā aizsargājošajā sajūtā, var izskanēt vai kļūt publiski un radīt sekas gan profesionālajā karjerā, gan indivīda emocionālajā un psiholoģiskajā pašsajūtā.



5. attēls. Tvīti par attālinātajā pasākumā izmantotajām datortehnoloģijām.
Ekrānizgriezums



6. attēls. Tvīti par apģērba etiķeti tiešraides pasākuma laikā.
Ekrānizgriezums

MEDIJOS ESOŠIE PADOMI PAR ETIĶETES NOSACĪJUMIEM VIDEO KOMUNIKĀCIJĀ

Vēlme un nepieciešamība nodrošināt video komunikāciju iespējami veiksmīgāk un tādējādi arī saglabāt savu pašpārliecību sabiedrībā rada pieprasījumu pēc jaunām zināšanām un prasmēm. Dāsni tās tika piedāvātas “Twitter” platformā, gan sniedzot demonstrējumus, gan komentējot esošos piemērus. “Instagram” vidē tika demonstrētas iespējas, kā iekārtot darba vidi (bieži sadarbībā ar kādu uzņēmumu un reklamējot konkrētus produktus), izmantojot grāmatas un kastes, lai paceltu videokameras novietojumu, kādas gaismas un kādā leņķī derēs, lai video komunikācijā būtu komplimentējoši izgaismota seja.

Padomus un ieteikumus, kā sagatavoties un nodrošināt savu vēstījuma nodošanu citiem, sniedz arī komunikācijas nozares profesionāļi, kas reaģē uz dažādos medijos izskatītajiem naratīviem par video komunikāciju, piemēram, “A. W. Olsen @ Partners” partnere

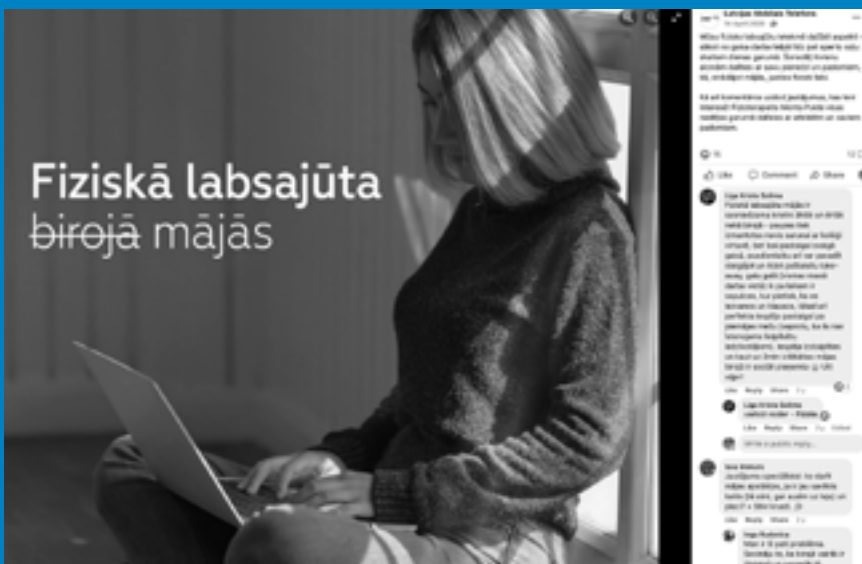


7. attēls. LMT izveidotā “Facebook” publiskā grupa “Darbs no mājām”. 2020. gada 17. marts. Ekrānizņēmums

Olga Kazaka. Uzņēmuma sociālo mediju kontos publicētā video viņa norāda uz lietām, kurām pievērst uzmanību, gatavojoties un piedaloties video prezentācijā. LMT internetvietnē vairākās sērijās padomus par e-sapulcēm sniedz starptautiskā prezentāciju aģentūru tīkla “Stand-out OÜ” radošais direktors Kristaps Pētersons. LMT 2020. gada 17. martā izveidoja “Facebook” publiski pieejamu grupu “Darbs no mājām”, kur saviem vairāk nekā septiņiem tūkstošiem dalībnieku un citiem interesentiem piedāvā aktuālu informāciju par darbu mājās, veicina diskusijas un dalīšanos ar informāciju starp grupas biedriem un 2020. gada maijā organizēja tīmekļsemināru par pārliecinošu video komunikāciju.

Kā galvenās atšķirības starp e-sapulci un klātienē sapulci K. Pētersons norāda tehnoloģijas un uzmanības noturēšanas metodes (Pētersons 2020a). Tajā pašā laikā visi uzsver un atgādina, ka e-sapulcēs nav atceltas ikdienas profesionālajā komunikācijā ievērotās normas un principi, piemēram, izvairīšanās no paralēlajiem darbiem un neaicinātu dalībnieku, tai skaitā mājdzīvnieku, klāt neesamība.

Ja ir labs tehnoloģiskais nodrošinājums ikvienam no dalībniekiem, tas komunikācijas laikā savā ziņā nebūs pamanāms, jo saruna notiks raiti, uzmanību nenovērsīs runātā vai redzamā “ķeršanās” vai “iestrēgšana”. Šie ir vieni no faktoriem, kas var novērst klausītāju uzmanību no runātāja vēstījuma. Gan K. Pētersons, gan O. Kazaka uzsver fona, gaismas un vides nozīmi video komunikācijā, ko O. Kazaka pamato ar pētījumiem, kas atklāj, ka videokonferences



8. attēls. LMT piedāvājums "Facebook" publiskajā grupā "Darbs no mājām" izmantot fizioterapeites Montas Puides konsultācijas par fizisko labsajūtu, strādājot mājās. 2020. gada 20. aprīlis. Ekrānizgriezums

skatītāji uzmanību pievērš fonam, apģērba stilam un krāsai, tādēļ abi eksperti aicina izvēlēties neitrālu fonu, lai skatītāji nemēģinātu izlasīt visu grāmatu nosaukumus, uzminēt gleznu autorus, novērtēt ģimenes relikvijas vai iepazīties ar ģimenes fotogrāfiju vai sasniegumus apliecināšu dokumentu saturu. Domas gan dalās par pilnīgi tukšu fonu, ko iesaka K. Pētersons, bet O. Kazaka to rekomendē inovatoriem. Video komunikācijas laikā viens no instrumentiem, kā noturēt uzmanību un to fokusēt uz stāstīto, ir balss tembrs, runas temps, artikulācija un "valodas tīrība" jeb liekvārdības samazināšana. Īpaši svarīgi tas ir tādēļ, ka ārējie riski, kas var apgrūtināt dzirdamību, ir mikrofona kvalitāte, interneta ātrums un skaļruņu kvalitāte klausītājiem. Papildu trokšņus var radīt klausītāju neizslēgtie mikrofoni. (Pētersons 2020b, 2020c, Kazaka 2020) Spilgts piemērs apģērba nozīmei atklājās tiešraides video intervijā LTV "Panorāmai", kur politikas eksperta bēšas krāsas džempera saplūšana ar ķermeņi novērsa klausītāju uzmanību no komentāra par amatpersonu gadu mijas uzrunām.

Ekspertu viedokli un padomus iespējams iegūt dažādos medijos. Jau martā Latvijas Radio un "LSM.lv" piedāvā materiālu, uzsverot, ka "lietišķās saskarsmes likumi ir aktuāli arī tiešsaistē", kur komunikācijas un lietišķās etiķetes eksperti īsi uzsver tehnisko un personīgo aspektu nozīmi video komunikācijā (Zalāne 2020). Tēmas aktualitāte nemazinājās arī gada beigās, vēl arvien ir iespējams vērot "runājošas galvas", kā sabiedrībā apzīmē pārāk pietūvinātas sejas ekrānam vai atsevišķas ķermeņa daļas, piemēram, pakausi pa visu ekrānu,

interesanti izvēlētas gaismas. Regulāri var dzirdēt jautājumus, “vai redz, vai dzird, vai esi ar mums, ieslēdz/izslēdz mikrofonu”. Paredzams, ka arī attālinātās komunikācijas programmu attīstība nodrošinās plašas izaugsmes iespējas un krietni mainīs priekšstatus par darba norises vietām un sanāksmju fizisko nepieciešamību.

NOBEIGUMS

Laikmetā, kad ir radusies ilūzija, ka sabiedrība savu privāto telpu aktīvi demonstrē sociālajos medijos, varētu šķist, ka pandēmijas rezultātā intensīvi ikdienā esošā video komunikācija ir organiska un viegli realizējama. Publiskā komunikācija sociālajos medijos prasmīgi vai mazāk prasmīgi ir mērķtiecīgi virzīta un paškontrolēta, piemēram, izvēloties noteiktu fotogrāfiju no daudziem mēģinājumiem, lai to publicētu “Instagram”, bet profesionālajā video komunikācijā, kas pamatā notiek tiešraidē, fokusam ir jābūt uz teikto vārdu un vēstījuma saturu, ne vides reprezentāciju. Tā rezultātā sabiedrībā pieaug spriedze par kontrolei grūti pakļaujamiem aspektiem. Akceptējot video komunikāciju kā savas ikdienas daļu, sabiedrībā var veidoties mazāka spriedze starp publisko un privāto telpu. Šī atvērtība var veicināt pašpārlicinātību daļā no sabiedrības, bet daļai var mērķtiecīgi likt veikt uzlabojumus savā ārējā izskatā, dzīvojamajā vidē, lai realizētu sev vēlamu tēlu un apstākļus.

Milzīgu lēcieni gan tehnoloģiski, gan organizatoriski ir veikuši uzņēmumi un to darbinieki, lai pandēmijas laikā turpinātu strādāt. Tādējādi īsā laikā ir notikušas milzīgas pārvērtības darba un tā vides ekoloģijā. Cilvēki lēnāk un emocionālāk apgūst jaunus paradumus un veido jaunas rutīnas savā ikdienā. Tas atstās sekas gan uz darba vidi un kultūru, kas arvien mazāk būs saistīta ar noteiktu fizisku vidi un precīzu darba laiku, gan kolektīvos esošajām attiecībām. Mainīsies mājvietas funkcionālās prasības, un vismaz daļai sabiedrības iespēja iekārtot ērtu darba vietu paliks dienaskārtībā. Attiecībā uz dažādu kolektīvu iekšējo kultūru un tur esošajām attiecībām var izcelt atsvešinātības riskus, līdz sabiedrība pielāgosies pie biežākas satikšanās virtuālajā, ne fiziskajā vidē.

Video komunikācija ir tikai viens no aspektiem, kas atklāj pandēmijas radītās krīzes ietekmi uz sabiedrību. Tā mainās un pielāgojas strauji notiekošām pārmaiņām, kas savukārt atstāj ietekmi arī uz citiem mediju ekoloģijas sektoriem. Transformācijas dabiski sev līdzi nes arī zaudējumus – līdz šim pieņemtā darba organizācijas prakse, sociālie kontakti, lielāks privātums – ieguvumus – jaunas digitālās prasmes, brīvākas iespējas darba organizācijā un skaidrāku apziņu, ka fiziskās robežas ir pārvarams šķērslis profesionālajā komunikācijā.

LITERATŪRA

BBC News (2017). *Children Interrupt BBC News Interview – BBC News*. Retrieved from: <https://youtu.be/Mh4f9AYRCZY>

BBC News (2017). *Prof Robert Kelly is Back @ This Time His Wife @ Children are Meant to be in Shot!* BBC News. Retrieved from: <https://www.youtube.com/watch?v=PLMSoD1riEO>

Beresņeva, K. (2021). Neērts un juceklīgs mājas birojs draud ar izdegšanu – tapis pētījums par attālināto darbu. *LSM.lv*. 5. jan. Izgūts no: <https://www.lsm.lv/raksts/dzive--stils/tehnologijas-un-zinatne/neerts-un-jucekligs-majas-birojs-draud-ar-izdegšanu--tapis-petijums-par-attalinato-darbu.a387637/>

Bourdieu, P. (1989). Social Space and Symbolic Power. *Sociological Theory*, 7(1), 14–25. DOI:10.2307/202060

Db.lv. (2020). Attālināti strādājošajiem visvairāk traucējusi darbam nepiemērotā mājas vide. *db.lv*. 12. maijs. Izgūts no: <https://www.db.lv/zinas/attalinati-stradajosajiem-visvairak-traucejusi-darbam-nepiemerota-majas-vide-496453>

DELFI Viņa. (2020). Spogulī izskatos citādi! Par to, kā videozvani kropļo mūsu uztveri. *Delfi.lv*. 27. apr. Izgūts no: <https://www.delfi.lv/vina/personiba-un-brivais-laiks/aktuali/spoguli-izskatos-citadi-par-to-ka-videozvani-kroplo-musu-uztveri.d?id=52086327>

Delfi. (2020). Lietuvas deputātam geju nīdējam tiešsaistes sapulces laikā fonā pazib puskails vīrietis. *Delfi.lv*. 12. marts. Izgūts no: <https://www.delfi.lv/news/arzemes/lietuvas-deputatam-geju-nidejam-tiesasistes-sapulces-laika-fona-pazib-puskails-virietis.d?id=52720097>

Dienas Bizness. (2020). FOTO: Darbs no mājām – arī “Dienas Biznesā”. *Db.lv*. 18. marts. Izgūts no: <https://www.db.lv/zinas/foto-darbs-no-majam-ari-dienas-biznesa-495511>

Fuchs, C. (2020). *Communication and Capitalism: A Critical Theory*. London: University of Westminster Press.

Goffman, E. (2017 [1971]). *Relations in Public: Microstudies of the Public Order*. Abingdon; New York: Routledge.

Gofmanis, Ē. (2001 [1959]). *Sevis izrādīšana ikdienas dzīvē*. Rīga: Madris.

Hess, A. (2020). The ‘Credibility Bookcase’ Is the Quarantine’s Hottest Accessory. *The New York Times*. 22 May. Retrieved from: <https://www.nytimes.com/2020/05/01/arts/quarantine-bookcase-coronavirus.html>

Kazaka, O. (2020). “Olsen Up To Date” ar Olgu Kazaku #7: Video prezentācijas. 28. jūl. Izgūts no: <https://www.youtube.com/watch?v=a9w9oDS4Txg>

Kellerman, A. (2002). *The Internet on Earth: a Geography of Information*. Chichester: John Wiley.

Lefebvre, H. (1991). *The Production of Space*. Oxford; Malden: Blackwell.

Pētersons, K. (2020a). 1. sērija: Kā atšķiras sapulce no eSapulces? Izgūts no: <https://darbsnomajam.lmt.lv/raksti-un-stasti/1.serija-ka-atskiras-sapulce-no-esapulces>

Pētersons, K. (2020b). 2. sērija: Kā sagatavoties sarunai? Izgūts no: <https://darbsnomajam.lmt.lv/raksti-un-stasti/kristaps-petersons-skaidro-kas-jadara-esapulces-saimniekam>

Pētersons, K. (2020c). 3. sērija: Fons, gaisma, skaņa. Izgūts no: <https://darbsnomajam.lmt.lv/raksti-un-stasti/3.serija-fons-gaisma-skana>

Zalāne, L. (2020). Lietišķās saskarsmes likumi ir aktuāli arī tiešsaistē. *LSM.lv*. 31. marts. Izgūts no: <https://www.lsm.lv/raksts/zinas/latvija/lietiskas-saskarsmes-likumi-ir-aktuali-ari-tiesasiste.a353952/>

@BCredibility. (2020). *What you say is not as important as the bookcase behind you*. Retrieved from: <https://twitter.com/BCredibility>

@IneseEjugbo. (2020). Tad, kad izlasu “dodos piedalīties videokonferencē”, es [...] [Tvīts]. 8. apr. Izgūts no: <https://twitter.com/IneseEjugbo/status/1247859863813840898>

@Inga_Gorbunova. (2020). *Pirms mēneša mana online sarunu pieredze vēl aprobežojās tikai ar Skype* [...]. [Tvīts]. 16. apr. Izgūts no: https://twitter.com/Inga_Gorbunova/status/1250822312405938178

@kiwiwoman69. (2020). *man ir ieradums vislaik grozīt savus deguna rīnkus* [...]. [Tvīts]. 4. dec. Izgūts no: <https://twitter.com/kiwiwoman69/status/1334785627456479233>

@ratemyskyperoom. (2020). The original Room Raters. Rating bookcases, backsplashes and hostage videos since April, 2020. Retrieved from: <https://twitter.com/ratemyskyperoom>

@sicis. (2020). *Vecāku sapulce online*. [...] [Tvīts]. 12. nov. Izgūts no: <https://twitter.com/sicis/status/1326921482417664000>

Instagram


Username

Password

Log In

Forgotten your login details? Get help with signing in.

OR

 Log in with Facebook

q w e r t y
a s d f g h
z x c v b n
123 456 789 0
space Next

#PALIECMĀJĀS: MĀJSĒDES LAIKA DOKUMENTĒŠANA “INSTAGRAM” VIDĒ

Velta Skolmeistere

Dienasgrāmatu rakstīšanas prakse, kas nebūt obligāti neietver garu un plašu introspekcijas izklāstu, kā varētu iedomāties, pēdējos pāris gadsimtos ir bijis veids, kā tikusi dokumentēta cilvēku ikdiena. Cilvēki tajās ir aprakstījuši laikapstākļus un dienas norises, pat ja vienīgā darbība ir bijusi palikšana mājās (McCarthy 2000). Kā norāda komunikācijas pētniece Lī Hamfrīza (*Lee Humphreys*), dokumentēšanas metodes spēja fiksēt ārkārtējus notikumus slēpjas jau pirms tam pastāvošā ieradumā, aprakstot ikdienā notiekošo. To sakot, viņa velk paralēles starp dienasgrāmatām pierakstu kladēs un ikdienas atspoguļošanu sociālajos medijos, norādot, ka jebkura medija definētās prakses un arī formāta ierobežojumi nosaka to, kā rakstīt par notiekošo un to parādīt, atvieglojot lēmuma pieņemšanas procesu (Humphreys 2018, 2–5).

Pandēmijas laikā vairākas institūcijas iniciēja liecību vākšanas kampaņas, mudinot dalīties ar savu pieredzi un pandēmijas laika dienasgrāmatu,¹ gatavojot dažādas reportāžas par notiekošo, tomēr sociālo mediju lietotājiem šāds ārējs pamudinājums nebūt nav obligāti nepieciešams. Ikdienas dzīve dažādās sociālās tīklošanas vietnēs atbilstoši to specifikai (*“Instagram”* – fotogrāfijās un stāstos, *“Twitter”* – īsos, trāpīgos komentāros par notiekošo,

¹ To vidū, piemēram, interneta žurnāls *“Punctum”* sadarbībā ar Latvijas Universitātes Literatūras, folkloras un mākslas institūtu.

“Facebook” – nereti plašās pārdomās un situācijas analizē, kā arī kopbildēs) dokumentēta pēdējo gadu desmitu, līdz ar to tā ir bijusi dabiska vide, kurā novērot arī ārkārtējās situācijas laika atspoguļojumu.

2020. gada pavasarī, kad sākās ārkārtējā situācija un tika ieviesti pirmie ierobežojumi, kas mudināja palikt mājās, attiecīgi krasi izmainījās sociālās tīklošanas vietņu lietotāju publicētais saturs. “Instagram” ziņu plūsmā, kur iepriekš tika izrādīti kadri no ārzemju braucieniem, kultūras pasākumiem un draugu tikšanās reizēm, par ikdienu nu kļuva dažādos leņķos fotografēti dzīvokļa elementi vai dabas ainavas bez cilvēkiem (uzsverot distancēšanās nozīmi). Publicējot šo saturu, šīs sociālās tīklošanas vietnes lietotāji, no vienas puses, darīja to, lai uzturētu savu ziņu plūsmu aktīvu, bet, no otras puses, nereti norādīja, ka to dara ar mērķi aicināt līdzcilvēkus ievērot aicinājumu palikt mājās.

TĒMTURIS KĀ SAVSTARPĒJS PAMUDINĀJUMS

Kā būtisks aspekts šajā ārkārtējās situācijas definētās realitātes atspoguļošanā jāmin tēmturu izmantojums. Tēmturis (reizēm latviešu valodā lietots arī jēdziens “mirkļbirka”, oficiālais termins – “atsauces tags” (Latvijas Nacionālais terminoloģijas portāls 2020), kas gan netiek lietots sarunvalodā) jeb # zīme tiek izmantota kombinācijā ar kādu vārdu vai frāzi, kas definē sociālajā medijā ievietotā satura tematiku, darot to vieglāk meklējamu, ievietojot satura vienību noteiktā kategorijā, bet reizēm vienkārši paužot attieksmi, kas tiek izcelta ar kādu apzīmējumu (Chandler, Munday 2016).

Biežāk izmantotais tēmturis ārkārtējās situācijas laikā bija #*PaliecMājās*, kas lielā mērā kļuva arī par kopsaucēju dažādām informatīvām kampaņām, šo digitālās vides izteikumu, kas principā neatbilst latviešu valodas pareizrakstībai (izmanto zīmi, kam nav vietas valodā, kā arī raksta vairākus vārdus kopā), padarot par saukli, kas izmantots gan vides reklāmās, gan plakātos un informatīvos materiālos. Šis ir interesants piemērs tam, kā elements, kura eksistence savā ziņā ir jēgpilna tikai digitālajā vidē, kļūst par daļu no publiskās telpas kopumā, akcentējot to, kas parasti tiek saukts par digitālās un reālās pasaules saplūšanu.

Vēl sociālās tīklošanas vidē tika izmantoti arī tādi tēmturi kā #*2m* (akcentējot distancēšanos, tomēr šeit jāņem vērā, ka šāds tēmturis ir pārāk daudznozīmīgs, lai pēc tā varētu klasificēt konkrētu saturu, kā arī ir izmantojams dažādās valodās, tādējādi nenoskaidrojot tikai Latvijā publicētu saturu, tomēr vienlaikus kalpo kā atgādinājums svarīgākajam distancēšanās principam) un #*KarantīnasDienasgrāmata*, kā arī daži citi. Tomēr neviens cits tēmturis Latvijas kontekstā neguva tik lielu popularitāti kā #*PaliecMājās*, kas līdz ar to kalpoja gan satura struktūrēšanai jau aprakstītajā veidā, gan, ņemot vērā tā formulējumu pavēles formā, kā savstarpējs pamudinājums būt sociāli atbildīgiem.

Papildus pamata tēmturim #*PaliecMājās* tika izmantoti arī tēmturi, kas akcentēja citus distancēšanās veidus (piemēram, #*PaliecDabā* vai #*PaliecMežā*; lai gan netrūka arī kadru ar dabasskatiem, kurus papildināja #*PaliecMājās*, kas tam saturiski nav atbilstošs apgalvojums),



1. attēls. Aicinājuma “Paliec mājās” reklāma Rīgā Operas skvērā. 2020. gada 1. maijs. Vitas Zelčes foto

tāpat tēmturis tika pielāgots vai mainīts, lai uzsvērtu konkrētākus pamudinājumus, kas balstās specifiskās vērtībās (*#PaliecAktīvs*, *#PaliecFormā*, *#SportoMājās*, *#PaliecTicībā*), lai ironizētu (*#PaliecKājās*, *#PaliecMājāsResns*), kā arī komerciālā kontekstā, ieviešot tā “precizējumus”, piemēram, *#PaliecArTet*, *#PaliecArIdealist*, *#PaliecMājāsNaškoties* (atsaucoties uz *Instagram* influenseri *@naskoties_zane*).

Aprakstītais fenomens labi ilustrē divus aspektus, kas tiek izmantoti sociālo mediju realitātes aprakstīšanai, – līdzdalības kultūra (Jenkins 2006, 3) un remiksēšanas kultūra (O’Brien, Fitzgerald 2006, 17–19). Pirmais no tiem akcentē pilsoniskās līdzdalības iespējamību, kur sociālo tīklošanas vietņu sniegtās iespējas viegli radīt, publicēt un dalīties ar saturu ļauj katram interesentam atbalstīt un kļūt par daļu no dažādām pilsoniskām kustībām. Savukārt remiksēšanas kultūra apzīmē faktu, ka pieminētās sociālo mediju sniegtās iespējas nereti tiek izmantotas, pārveidojot citu radīto saturu un piešķirot tam jaunas nozīmes vai arī atsaucoties uz kādiem elementiem, kas ieguvuši simbolisku nozīmi, pat ja tā nav fiksēta.

Šajā kontekstā, koncentrējoties tieši uz lietotāju radīto saturu, nevis šo tēmturu izmantošanu reklāmas vai informatīvos nolūkos, varēja novērot, ka par galveno komunikācijas elementu kļūst personiskā pieredze, pārdzīvojumi un pārdomas par ārkārtējo situāciju, kā arī privātā telpa kā ilustrācija.

PAVĒRT DURVIS UZ SAVU ISTABU UN DZĪVI

Tas, ka cilvēki ir gatavi plašākai publikai izrādīt savu mājvietu, kas būtu uzskatāma par privāto telpu, nav nekas jauns. Attīstoties tiešraīžu jeb straumēšanas praksēm, kurās indivīdi sociālās tīklošanas platformās uzrunā savu auditoriju, mājas vēl lielākā mērā kļuvušas par “izstādes telpu” (Ruberg, Lark 2020), kur šīs tiešraides notiek.

Vienlaikus pirms pandēmijas laika kontekstā savas privātās telpas izrādīšana ir kritizēta kā apdraudējums drošībai, ņemot vērā faktu, ka dažas no niansēm (skats pa logu, logi paši par sevi, telpas specifika u. tml.) var kalpot, lai ļautu izdarīt secinājumus par mājvietas atrašanās vietu (Esidross.lv 2016), kā arī nojauc šķietami dabisko nošķirumu starp privāto un publisko telpu, mājvietu kā aizkulisēm un vietu, kur atbilstoši Ēvinga Gofmaņa (*Erving Goffman*) dramaturģiskajai pieejai (Gofmanis 2001) iespējams novilkt visas maskas.

Ārkārtējās situācijas laikā, savukārt, jebkura no mājas telpām, pat guļamistaba, kļūva par pašsaprotamu fonu videozvaniem, arī profesionālā kontekstā. Aplūkojot šajā periodā publiskotos attēlus un video, meklējot tos pēc *#PaliecMājās* (protams, ne visi savu māsēdes dokumentēšanu atzīmējuši ar šo tēmturi, bet tas palīdz atrast atbilstošu saturu; “*Instagram*” vidē vien ar šādu tēmturi 2020. gada beigās atrodami vairāk nekā 40 tūkstoši ierakstu), var redzēt, ka momentuzņēmumi, kas uzņemti mājās, nereti bildēti arī guļamistabā vai virtuvē, kas ir privātākas telpas nekā, piemēram, viesistaba vai darbistaba.

Lai gan ikdienas situācijā bilde no guļamistabas saistās ar pašbildi jeb *selfiju*, tādējādi signalizējot par teju vai ekskluzīvu ieskatu aizkulisēs, karantīnas laikā daudzos gadījumos lietotāju attēli privātajā telpā bija kāda cita uzņemti. Šī šķietami sīkā nianse liek domāt par maiņītu telpas funkciju – tā no nenozīmīga fona kļuvusi gan par apliecinājumu faktam, ka cilvēks patiešām atrodas mājās, gan skatāma kā komunikācijas elements pats par sevi.

Nereti lietotāju publicētajos attēlos redzami arī ēdieni, stāstot par kādu recepšu izmēģināšanu, bet citos gadījumos – mājvietā atrodami interjera priekšmeti. Jau 19. gadsimtā psihologs Viljamss Džeimss bija rakstījis, ka ir grūti novilkt robežu starp to, ko cilvēks uzskata par sevi (*me*) un savējo (*mine*) (James 1890, 291), tādējādi liekot noprast, ka indivīdi lielā mērā identificējas ar sev piederošo. Arī šajā gadījumā paša radītā vide un tās nianse kalpo, lai komunicētu par savu personību laikā, kad par to nav iespējams stāstīt, publicējot informāciju par dažādu pasākumu apmeklēšanu vai ceļojumiem.

Par nozīmīgiem momentuzņēmumu elementiem kļūva arī mājdzīvnieki (tam veltīts atsevišķs raksts), līdzcīvēki un attiecības, kas attēlos atspoguļotas gan tiešā veidā (kopbildes ar bērniem un citiem mājniekiem), gan arī izceļot apgrūtināto saziņu – bieži pār fotografēti ekrāni, kuros notiek videozvans ar draugiem vai tuviniekiem, tādā veidā svinot svētkus (kā 2020. gada Lieldienas, tā Ziemassvētkus, ņemot vērā pandēmijas otro vilni; tāpat arī dažādus personiskus svētkus, piemēram, dzimšanas dienas).

Vēl viens būtisks elements ir maskas, kuru lietošanas nepieciešamība arvien lielākā daļā publisko telpu tika ieviesta, sākot no 2020. gada oktobra. Turpmākajā mēnesī daļa “*Instagram*” attēlu ietvēra dažāda dizaina masku izrādīšanu, tādā veidā iezīmējot gan savu stila izjūtu, gan



2. attēls. Aicinājuma “Paliec mājās” reklāma Rīgā Operas skvērā. 2020. gada 1. maijs. Vitas Zelčes foto

paužot atbalstu lēmuma ievērošanai (citās sociālo tīklu vietnēs, arī “Facebook” un “Twitter” netrūka paustās kritikas jaunajiem nosacījumiem, tomēr šeit akcentēti parādās “Instagram” vietnes specifika, kas, pieprasot publicēt attēlus, ne tikai tekstu, to padarīja salīdzinoši brīvāku no protesta vēstījumiem).

Lai gan pandēmijas laikā privātā telpa “Instagram” vidē parādījās biežāk nekā iepriekš, aplūkojot tikai pašus attēlus, šī atšķirība varētu nemaz nebūt jūtama, tāpēc par svarīgu atskaites punktu kalpo pašu attēlu paraksti.

KARANTĪNAS DIENASGRĀMATAS

Runājot par “Instagram”, tiek uzsvērts, ka tā ir vizuāla sociālās tīklošanas vietne, kur atmiņas tiek dokumentētas, daloties ar uzņemtajām fotogrāfijām (Sheldon *et al.* 2019, 10). Attiecīgi komentārs, skaidrojums vai pārdomas par attēlā redzamo nebūt nav obligāti, tajā pašā laikā tie nav arī ierobežoti. Daudzi influenseri šo platformu izmanto, ar saviem ierakstiem cenšoties iedvesmot auditoriju vai ļaut tai identificēties ar autora pieredzi.

2020. gada pavasarī par vienu no tendencēm kļuva dokumentēt māsēdes laiku, uzskaitot šādā “režīmā” pavadīto dienu skaitu. Kā jau minēts, atšķirībā no 2020. gada nogales šim pamudinājumam bija ieteikuma raksturs, tāpēc nav iespējams fiksēt vienu kopīgu datumu, no

kura šāds uzskaitījums sāktos, tāpēc tādi apgalvojumi kā “Paliec mājās – Day 59”, “Pandēmijas dienasgrāmata. Rit 23. diena mājās”, “Krogā pēc 63 dienu dīkstāves jeb mājtupe” saistāmi ar brīvprātīgu apņemšanos uzturēties mājās. To ilustrē arī reizēm izmantotais tēmturis *#lockdown* (kā minēts – tobrīd nepastāvēja oficiāls latviskojums), kas vairāk attiecas uz ārvalstu ierobežojumu pārņemšanu, iespējams, iedvesmojoties arī no ārzemju lietotāju radītā satura tendencēm.

Tajā pašā laikā arī gadījumos, kad tiek izmantots regulārs vai mazāk regulārs karantīnas dienu uzskaitījums, pašiem ierakstiem ir episodisks raksturs, tie reti kad fiksē sajūtu vai pārdomu attīstību laika gaitā, bet gan ieskatu ikdienas ainās.

Analizējot ierakstu saturu, kurā ir vairāk teksta nekā tikai dienu uzskaitījums vai minētie tēmturi, bieži parādījās gan pārdomas par to, kā šajā laikā pietrūkst (ceļošanas, ballītes, vecvecāku satikšanas, drūzmēšanās sabiedriskajā transportā, kultūras pasākumi u. c.), gan arī samierināšanās naratīvs, kurā meklēti argumenti tam, kāpēc mājāsēdes laiks nemaz nav tik slikts (vismaz ir laiks apgūt kursus, lasīt, adīt, ir enerģija remontam, visam var pielāgoties, vairāk var novērtēt ģimeni un veselību), kā arī refleksiju par emocionālo pašsajūtu ierobežojumu laikā.

Lai gan “*Instagram*” videi tas raksturīgs mazāk nekā “*Twitter*” (kur ar *#PaliecMājās* atrodamam ieraksti par dažādiem paradoksiem, neapmierinātība ar līdzcilvēku rīcību) un “*Facebook*” (biežāk garākas pārdomas ar situācijas un ierobežojumu izvērtējumu, tos vai nu atbalstot, vai pret tiem protestējot), arī šajā sociālās tīklošanas platformā daļu ierakstu papildināja aicinājums būt sociāli atbildīgiem un šo laiku izturēt, ievērojot noteikto, reizēm arī moralizēšana par vieglprātīgu attieksmi pret notiekošo.

SOCIĀLO MEDIJU SATURS KĀ VĒSTURISKA LIECĪBA

Jānorāda, ka 2020. gada pavasarī, īpaši martā un aprīlī, kad mājāsēde² nebija oficiāli izsludināta, bet kalpoja vairāk kā ieteikums, lai būtu vieglāk ievērot distancēšanos, saturs, kas apzīmēts ar *#PaliecMājās*, tika publicēts daudzkārt biežāk nekā 2020. gada nogalē, kad ierobežojumi kļuva stingrāki, situācijai pasliktinoties. Tas, visticamāk, saistāms ar nogurumu no valdošās situācijas un to, ka pavasarī ideja par nepieciešamību palikt mājās saistījās ar ko jaunu un neierastu, tādējādi ātri kļuva par sociālās tīklošanas vietņu satura tendenci, kas jau drīzumā sevi izsmēla; tāpat arī mājāsēde kļuva par pašsaprotamu režīmu, ko nav vērts akcentēt.

Viens no naratīviem, kas šajā laikā bija kalpojis, lai cits citu pamudinātu uzturēties mājvietā, bija salīdzinājums ar citām krīzes situācijām – respektīvi, karu. Piemēram, sociālajos tīklos ir ieraksti: “Mūsu senči devās karā, mums ir tikai jāpaliek uz dīvāna” (Facebook 2020). Šādi un līdzīgi ieraksti, kas izmantoti kā argumentācija, pamatojot cilvēku līdzatbildības nozīmi, norāda uz apziņu, ka tiek piedzīvota ārkārtēja situācija un apdraudējums.

² Jēdziens “oficiāli” tika ieviests 2020. gada nogalē, kad valdība ieviesa jaunus ierobežojumus, tuvojoties Ziemassvētkiem. Pirms tam, runājot par rīkojumu atstāties mājās, notika dažādi centieni latviskot angļu valodas terminu *lockdown*, to reizēm saucot par “lokdaunu” vai kā citādi.

Līdz ar to ir būtiski pievērst uzmanību šī perioda liecībām un ikdienas dzīves atspoguļojumam, kas interesantā kārtā, no vienas puses, daudz neatšķiras no ikdienas satura sociālajos medijos, bet, no otras puses, nianse šajā ikdienišķajā saturā norāda uz centieniem iedvesmot citus ar savu piemēru, identificēt sevi ar savām pārdomām un savu mājas vidi, nevis īstenotajām aktivitātēm, kā arī meklēt pozitīvos aspektus esošajā situācijā, lai tādējādi samierinātos ar notiekošo. Tādējādi karantīnas laika dienasgrāmatas ļauj ieskatīties ne tikai tajā, kā tiek meklēti radoši un personībai atbilstoši veidi, kā izpildīt noteiktos ierobežojumus, bet arī redzējumā uz notiekošo.

LITERATŪRA

Chandler, D., Munday, R. (2016). *A Dictionary of Social Media*. Oxford: Oxford University Press.

Esidross.lv (2016). Personīgās informācijas publicēšana internetā. Izgūts no: <https://www.esidross.lv/2016/09/09/personigas-informacijas-ievietosana-interneta-privatums/>

Facebook (2020). Ieraksts Agijas Ozoliņas profilā. Izgūts no: <https://www.facebook.com/agija.ozolina.9/posts/3071720946201024>

Gofmanis, Ē. (2001). *Sevis izrādīšana ikdienas dzīvē*. Rīga: Madris.

Humphreys, L. (2018). *Qualified Self*. Cambridge: The MIT Press.

James, W. (1890). *Principles of Psychology*. New York: Holt.

Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Intersect*. New York: New York University Press.

Latvijas Nacionālais terminoloģijas portāls (2020). *Termini: atsaucēs tags*. Izgūts no: <https://termini.gov.lv/atrast/atsauces%20tags/lv>

McCarthy, M. (2000). A Pocketful of Days: Pocket Diaries and Daily Record Keeping among Nineteenth-Century New England Women. *The New England Quarterly*, 73(2), 274–296. DOI: 10.2307/366803

O'Brien, D., Fitzgerald, B. (2006). Mashups, Remixes and Copyright Law. *Internet Law Bulletin*, 9(2), 17–19.

Ruberg, B., Lark, D. (2020). Livestreaming Form the Bedroom: Performing Intimacy through Domestic Space on Twitch. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*. First Published December 20, DOI: 10.1177/1354856520978324

Sheldon, P., Rauschnabel, P. A., Honeycutt, J. M. (2019). *The Dark Side of Social Media: Psychological, Managerial, and Societal Perspectives*. Cambridge: Academic Press.



BAZNĪCAS DIGITALIZĀCIJA: KRIŠTĪGO KONFESIJU TIESRAIDES DIEVKALPOJUMI

Velta Skolmeistere

Kad sākās ārkārtējā situācija, starp dažādiem ierobežojumiem tika īpaši izcelts aizliegums rīkot organizētus dievkalpojumus, kas lielā daļā kristīgo konfesiju ir viena no svarīgākajām reliģiskajām praksēm. Visu reliģisko organizāciju Latvijā vadītāji pauda atbalstu valdības pieņemtajiem lēmumiem, daloties ar šo informāciju (internetvietnēs un sociālās tīklošanas vietnēs) un meklējot jaunus risinājumus, kā uzturēt saikni savu kopienu ietvaros un vienlaikus nodrošināt iespēju ticīgajiem piedalīties digitālā formātā vismaz attālinātā formā.

Reliģijas un mediju mijiedarbības pētniece Birgita Meiere (*Birgit Meyer*) un Anelīze Morsa (*Annelies Moors*) norāda, ka reliģija pati par sevi jau ir mediācijas prakse, kas mediē un tādējādi ticīgajiem dara pieejamu to, kas ir transcendentāls, garīgs un pārdabisks. Līdz ar to būtiski ir pētīt, kā pāreja no vienas mediācijas formas uz citu, ietverot jauno masu mediju tehnoloģiju pārņemšanu, pārveido konkrētas reliģiskās mediācijas prakses (Meyer, Moors 2006). Tikmēr Reičela Vāgnere (*Rachel Wagner*) norāda, ka digitālajā pasaulē teksts, kas nereti ir reliģijas pamatā, kļūst plūstošs, pārveidojams un atskaņojams, kas līdz ar to mudina uz diskusiju par to, kāds konteksts digitālo lūgšanu, dievkalpojumu, sprediķu vai Svētajos Rakstos balstītu videofailu publicēšanai ir cieņpilns un piemērots (Wagner 2013). Tādējādi, no vienas puses, medijs ir dabisks netaustāmās realitātes komunicēšanas līdzeklis, no otras puses, ja runā par digitālajiem medijiem, tad izaicinājumu rada to sniegtā funkcionalitāte, kas reliģisko vēstījumu pārraida tā saņēmēja izvēlēta vidē un sniedz dažādas tā transformēšanas iespējas.

Sociālo mediju izmantošana līdz 2020. gada pirmajai pusei baznīcai Latvijā bija viens no komunikācijas elementiem, kas dažos gadījumos intensīvāk, citos – mazāk aktīvi papildināja ikdienas rituālus. Tika publicēta informācija par aktualitātēm, garīga satura impulsi ikdienai (papildus svētdienas dievkalpojumiem) un arī translēti paši dievkalpojumi, vienlaikus uzsverot, ka tas neaizstāj dalību klātienē, bet gan sniedz vienotības iespēju tiem, kuri slimību vai citu iemeslu dēļ tajos piedalīties nevar, kā arī ļauj ieskatīties konfesijas darbībā citiem sabiedrības locekļiem.

Jaunā realitāte, kas radās un attīstījās ļoti strauji, savā ziņā piespieda reliģiskās organizācijas savu klātbūtni digitālajos medijos intensificēt, vienlaikus arī skaidrojot to, kā digitāla mijiedarbība konkrētās konfesijas teoloģiskajā skatījumā iederas tās reliģisko prakšu kontekstā (piemēram, vai dalība dievkalpojuma tiešraidē ir līdzvērtīga dalībai klātienē). Tāpēc, pētot sociālo mediju jaunās vai vismaz aktualizētās iespējas, Baznīcas konteksts ir interesants un svarīgs.

BAZNĪCAS KLĀTBŪTNE SOCIĀLĀS TĪKLOŠANAS VIETNĒS

Sociālās tīklošanas vietnes – galvenokārt “Facebook”, bet arī “Instagram” un “Twitter” – reliģiskās organizācijas aktīvi izmantoja jau labu laiku pirms pandēmijas sākuma gan draudžu un atsevišķu kopienu, iniciatīvu, gan institūciju un draudžu apvienību līmenī. Lai gan komunikācijas aktivitātes līmenis dažādās lapās ir atšķirīgs, katra no kristīgajām konfesijām, kas Latvijā ir pārstāvētas, ir klātesoša digitālajā telpā, tāpat arī to garīgie līderi.

Tiesa gan, vēl 2020. gada sākumā Latvijas Evaņģēliski luterisko Baznīcu (LELB) “Facebook” vietnē varēja sastapt vien tās draudžu atsevišķās lapās (atšķirībā no Latvijas Evaņģēliski luteriskās Baznīcas ārpus Latvijas (LELBĀL), kam sava lapa izveidota bija jau senāk). 6. martā, pavisam neilgi pirms ārkārtas stāvokļa izsludināšanas, bet jau pandēmijas priekšvakarā, LELB publicēja savu pirmo ierakstu “Facebook”, norādot: “Arī mēs [...] vēlamies rast arvien jaunus veidus pieredzes un dāvanu apmaiņā, lai tas, ko esam redzējuši un dzirdējuši, būtu pieejams arī jums.” (Facebook 2020a) Līdz tam aktualitātes, kas attiecās uz luterāņu draudzēm kopumā, sociālo mediju vidē visbiežāk komunicēja šīs konfesijas bīskapi, īpaši aktīvi – arhibīskaps Jānis Vanags.

Romas katoļu Baznīca Latvijā (RKB), kuras “Facebook” lapa Katolis.lv pastāv kopš 2013. gada, līdz ar ārkārtējā stāvokļa izsludināšanu radīja jaunu “Facebook” lapu Katolis.TV, atsevišķi nošķirot video saturu, tai skaitā Svētās Mises (dievkalpojumu tiešraides dažādu konfesiju ietvaros aplūkotās nākamajā apakšnodaļā) tiešraides vairākas reizes dienā, kā arī citus garīgu impulsu videoklipus. Arī LELB neilgi pēc vienotas komunikācijas uzsākšanas “Facebook” lapā radīja “YouTube” kontu, piedāvājot tajā ne tikai regulāru saturu (jāpiebilst – ne tiešraides, bet iepriekš producētu saturu), kā arī savā “Facebook” lapā publicējot nedēļas satura programmu, norādot katras satura vienības publicēšanas dienu, tādā veidā to prezentējot līdzīgi kā televīzijas programmu.



1. attēls. Rīgas domes aicinājuma “Paliec mājās” un uzvedības pandēmijas laikā instrukcijas plakāts uz aīšu staba Merķeļa ielā. 2020. gada 1. maijs. *Vitas Zelčes foto*

Šeit jāņem vērā, ka sociālo mediju eksistence ir mainījusi tradicionālo mediju darbības veidu; televīzijas, kuras raksturo lineārs saturs pārraides veids, laikā, kad ir pieejamas video straumēšanas platformas ar lietotāja kontroli pār patērēto saturu, ir spiestas pielāgoties un mainīt vai papildināt savu funkcionalitāti. Lai gan sociālo mediju platformām ir mazākas iespējas sasniegt gados vecāku auditoriju tehnoloģisko iekārtu un lietotprasmju trūkuma dēļ, striktas robežas starp televīzijas formātu un tā alternatīvām sociālajos medijos nereti vairs nepastāv un nav novelkamas. To ilustrē arī dažādu konfesiju aktīvi publicētais videomateriāls savās platformās, piedāvājot to kā alternatīvu tradicionālajai televīzijai, kurā garīga rakstura saturs pieejams ierobežotā daudzumā.

Vēl kā interesantu faktu var minēt to, ka Latvijas Pareizticīgo Baznīca (LPB), kas aktīvi nodrošināja video tiešraides no dažādām draudzēm to sociālo tīklošanas vietņu kontos, norādīja, ka sīkāka informācija par tiešraidēm, kā arī translācijas no Rīgas Kristus Piedzimšanas katedrāles (konfesijas galvenā baznīca Latvijā) pieejamas LPB Sinodes jaunatnes lietu nodaļas internetvietnē. Šī mazā nianse norāda uz jauniešu lomu jauno tehnoloģiju ieviešanā praksē un skaidrošanā, kļūstot par tiltu uz jaunu risinājumu ieviešanu.

Vienlaikus daļai reliģisko organizāciju, to skaitā kristiešu draudzei “Prieka vēsts” un evaņģēlisko kristiešu draudzei “Kristus pasaulei”, intensīvs sociālo mediju lietojums ir bijis daļa no ikdienas darba, jau krietni pirms pandēmijas laika publicējot cilvēku dzīves stāstus, dievkalpojumu ierakstus un uzrunu fragmentus. Tāpēc ārkārtējās situācijas kontekstā galvenais

vēstījums, ko šīs draudzes savos sociālo tīklošanas vietņu kontos un internetvietnēs komunicēja, bija skaidrojums par to, kā šo pandēmijas laiku pavadīt, lai neļautos bailēm, kā arī interpretācija par šīs slimības nozīmi garīgā kontekstā, protams, to papildinot ar norādi, ka draudzes telpas ir slēgtas un dievkalpojumi vērojami tiešraidē.

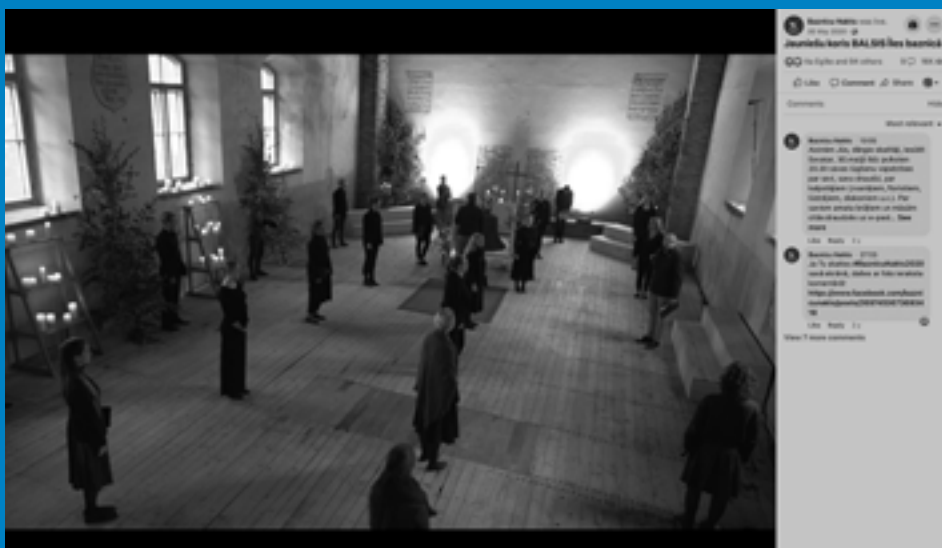
KO NOZĪMĒ TIEŠRAIDES DIEVKALPOJUMS?

Dalība svētdienas dievkalpojumā ir katras kristīgās konfesijas viena no svarīgākajām praksēm. Kā minēts nodaļas sākumā, visas konfesijas pauda atbalstu valsts noteiktajiem ierobežojumiem attiecībā uz dievkalpojumiem, tāpēc katrā konfesijā bija pieejamas dievkalpojumu translācijas – vismaz svētdienās, dažos gadījumos arī biežāk. Tomēr šeit interesanti palūkoties, kādas atšķirības bija novērojamas gan to organizācijas formātos, gan skaidrojumā par to, ko šāda “attālināta” dalība vispār nozīmē.

Par šo tēmu runājot, būtiski ņemt vērā, ka dažādu konfesiju vidū ir būtiskas atšķirības izpratnē par dievkalpojumu un tajā notiekošo. B. Meiere norāda, ka reliģijas, kas mazākā mērā orientētas uz digitālās sfēras izmantošanu, piemēram, daļa katolicisma atzaru, tādējādi cenšas aizsargāt noslēpumainības aspektu, ko, viņuprāt, jaunie mediji nespēj pilnībā ietvert (Meyer 2011, 33). Konfesijas, kuru mācība ietver sakramentu konceptu¹, jo īpaši katolicisms un pareizticība, uzsver inkarnāciju jeb iemiesošanu kā dievišķu procesu, kas notiek noteiktos apstākļos veikta rituāla laikā. Lai kļiedētu neizpratni par to, kā šo procesu iespējams mediatizēt, piemēram, katoliskās Baznīcas Sociālās komunikācijas pontifikālā padome vēstījumā “Baznīca un internets” ir rakstījusi: “Virtuālā realitāte nespēj aizvietot reālo Kristus klātbūtni Euharistijā, citu sakramentu sakramentālajā realitātē un kopīgā pielūgsmē pilnasinīgā (*flesh-and-blood*) cilvēku kopienā. Internetā sakramentu nav; un pat tās reliģiskās pieredzes, kas tur ir pieejamas, pateicoties Dieva žēlastībai, nav pietiekamas, ja tiek nošķirtas no reālas klātienes mijiedarbības ar citiem ticīgajiem.” (Pontifical Council for Social Communications 2002)

Tas ļauj saprast atšķirīgos konfesiju vadītāju formulējumus, izziņojot jauno kārtību ārkārtējās situācijas laikā. Attiecīgi Latvijas Katoļu bīskapu konference, reaģējot uz ārkārtējās situācijas sākumā izsludinātajiem ierobežojumiem, savu vēstījumu sāka ar dispensas došanu – atbrīvojot “no pienākuma piedalīties svētdienas un obligāti svinamo svētku Svētajā Misē” (Katedrale.lv 2020a), tādējādi piedāvājot dievkalpojuma skatīšanos ar mediju starpniecību (sākumā “Radio Marija Latvija”, pēc tam izveidojot jau minēto *Katolis.TV* “Facebook” kontu) kā garīgās dzīves papildinājumu, nevis Svētās Mises ekvivalentu. Līdzīgi arī LPB norādīja, ka, ņemot vērā dievkalpojumu apmeklēšanas ierobežojumus, tiem var “sekot līdzi” tiešraidē (Pravoslavie.lv 2020), bet LELB rakstīja: “Tā kā dalība dievkalpojumos pašlaik nav

¹ Lielākoties sakraments tiek skaidrots kā redzama zīme neredzamai žēlastībai.



3. attēls. Jauniešu kora "Balsis" uzstāšanās Baznīcu naktī Īles baznīcā tiešraides "Facebook" ieraksts. 2020. gada 30. maijs. Ekrānizgriezums

iespējama, arvien vairāk draudžu piedāvā video translācijas no dievkalpojumiem" (Facebook 2020a). Šie formulējumi norāda uz to, ka dievkalpojuma tiešraide medijos ir iespēja sekot līdzi, just kopību, bet ne tiešā veidā piedalīties ceremonijā.

Tikmēr Latvijas Baptistu draudžu savienība (LBDS) sākotnēji norādīja, ka, piedaloties tiešraidēs, pietrūkst sadraudzības un Svētā Vakarēdiena pieņemšanas iespējas. Tāpēc viņi, atsaucoties uz laikiem, "kad svētdienās dievkalpojumus savās mājās noturēja viensētu māju saimnieki" (Facebook 2020b), aicināja dievkalpojumus svinēt un Svēto Vakarēdienu pieņemt mājās, sagatavojot vīnu un maizi, un dievkalpojuma tiešraide uzlikt fonā. "Tad, līdz ar garīdznieku ekrānā, paceliet svētībai arī savu maizi un biķeri. Un, sekojot viņa kārtībai, piedalieties Svētā Vakarēdiena saņemšanā," norādīts pamācībā. Līdzīgi rīkoties aicināja arī Rīgas Vasarsvētku draudze "Cerība". Šajā kontekstā dievkalpojuma tiešraide skatāma kā kopības apzināšanās rīks un saturisks atskaites punkts, bet, vienlaikus norādot, ka svarīgākais process – pats dievkalpojums – notiek katra mājās. To ilustrē arī LBDS ieviestais, tiesa gan, aktīvi neizmantotais tēmturis #DraudzelVisur (Facebook 2020b).

Lai gan arī kristiešu draudzes "Kristus pasaulei" un "Prieka vēsts", kas tiek skatītas kā atsevišķas reliģiskās organizācijas, aprakstos par sevi norāda arī uz Vakarēdiena pieņemšanas nozīmi, šis jēdziens pandēmijas laikā neparādījās viņu digitālajā saturā, kas ļauj secināt, ka draudzes līderu sludināšana un muzikālā programma ir galvenās dievkalpojuma sastāvdaļas. Līdz ar to, neraugoties uz to, ka klātienē komunikācija nav iespējama, daļība tiešraides

dievkalpojums netika kā īpaši skaidrota vai nošķirta no klātienes pieredzes. Šeit kā piemēru var izcelt kādu no "Prieka vēsts" "Facebook" lapas ierakstiem, publicējot dievkalpojuma tiešraidi: "Esi mīļi gaidīts Kristus augšāmcelšanās svētku dievkalpojumā tiešsaistē!". Šāds formulējums pret digitālo telpu izturas kā pret fizisku telpu, tajā it kā "ieaicinot". Ņemot vērā, ka šīs draudzes digitālā satura piedāvājums ir vispilnīgākais (speciāli producēti raidījumi, studija, dažādas sociālo mediju akcijas u. tml.), var secināt, ka tā ir lielā mērā fokusēta uz jauniešiem. Jauniešus, īpaši Z paaudzi, mēdz arvien biežāk raksturot ar konceptu "phigital" (kombinācija no vārdiem *physical* un *digital*), uzsverot, ka tā ir pirmā paaudze, kas piedzimis pasaulē, kurā katram fiziskajam aspektam (vietai, cilvēkiem) pastāv tā digitālais ekvivalents (Stillman, Stillman 2017). Lielais jauniešu īpatsvars un aktīvs sociālo mediju lietojums pirms pandēmijas laika šīm draudzēm ļāva uz sociālo mediju platformu ekosistēmu pārvākties diezgan raiti un netraucēti.

SOCIĀLO MEDIJU PLATFORMU SOCIĀLIE ASPEKTI

Runājot par dievkalpojuma apmeklēšanu, jāmin, ka tas ir rituāls; vienlaikus rituāla jēdzienam pašam par sevi nereti ir reliģiska konotācija. Džeimss Kerijs (*James Carey*) norāda, ka šī jēdziena sasaiste ar reliģiju uzsver to, kas ir rituāla pamatā – kopīga ticība vai uzskati (*belief*) un ceremonija. Līdz ar to dievkalpojums, kā viņš uzsver, ietver cilvēkus, kam ir kopīga ticība un kas nāk kopā, lai šo ticību pieminētu. Tam notiekot regulāri, šī ceremonija cilvēkiem sniedz kopienas apziņu (Carey 1989).

Pēdējos gadu desmitos komunikācijas teorētiķi ir apsprieduši un apstrīdējuši mediju lomu šo rituālu atspoguļošanā un vienlaikus – to konstruēšanā. Piemēram, Niks Koldrijs (*Nick Couldry*) izcēla aspektu, ka mediji atspoguļo ne tikai lielus, ceremoniālus notikumus, bet arī ikdienas situācijas, tās šķietami translējot (atspoguļojot tādas, kādas tās notiek), tomēr maskējot paša medija iesaisti, nosakot, kā konkrētais saturs tiek atspoguļots un tādējādi konstruējot savu interpretāciju par to, kas ir realitāte (Couldry 2003). Tomēr šāda perspektīva tiek sadrumstalota, kad jārunā par sociālo mediju realitāti, kurā pats medijs ir tikai platforma brīvai lietotāju iesaistei satura radīšanā un satura atspoguļošanā, kā arī mijiedarbībā.

Sociālie mediji sniedz iespēju jebkuram kļūt par satura radītāju (un šo iespēju izmanto daudzas draudzes, translējot savus dievkalpojumus; pirms pandēmijas laikā tradicionālās konfesijas lielākā mērā paļāvās uz sabiedriskajiem medijiem, kuri pamīšus secībā translēja dievkalpojumus no dažādām baznīcām). Bet tāpat jāņem vērā, ka tie tiek saukti tieši par "sociāliem" medijiem tā iemesla dēļ, ka tie sniedz nevis vienvirziena vēstījuma nodošanas iespēju (kā tas ir tradicionālo mediju gadījumā), bet gan nodrošina kopienas veidošanas iespēju, piedāvājot dažādus rīkus, kā reaģēt uz publicēto saturu, to apspriest, ar to mijiedarboties.

Kā vienu piemēru var minēt to, ka dievkalpojumu tiešraidēs daļa no cilvēkiem, kas tai pieslēdzās, izvēlējās komentāros ierakstīt kādas atbildes frāzes, kā, piemēram, "Āmen!", "Lai slavēts Jēzus Kristus!" vai kādas atbalstošas emocijzīmes, tādējādi norādot uz savu klātbūtni,

bet vienlaikus arī veicot žestu un tādējādi “imitējot” rituāla darbību, līdzīgi kā tas būtu, atbildot uz mācītāja vai priestera teikto dievkalpojuma.

Vēl viena iesaistīšanas nianse – aicinājums iesūtīt aizlūgumus, ko biežāk izmantoja harismātiskās draudzes (Vasarsvētku un baptistu draudzes), kam to nolasīšanu vieglāk integrēt dievkalpojuma kārtībā, jo tās nepieturas strikti definētai liturģijai. Cilvēki tika aicināti iesūtīt savas lūgšanu vajadzības vai nu publiski – tiešraides komentāros (“Facebook” vai “YouTube”), vai citos gadījumos privāti – rakstot uz tālruņa numuru.

Dažas draudzes (biežāk – luterāņu) papildus tiešraidei sociālā medija platformā pievienoja saites uz dievkalpojumā izmantotajām dziesmām un dievkalpojuma kārtību, lai dalībnieki, kas atrodas mājās, varētu ne tikai sekot līdzi, bet arī iesaistīties. Lai gan, protams, līdzi dziedāšanu neizjūt citi dievkalpojuma dalībnieki, šeit līdzdalību veicina kāda cita tīmekli raksturojoša iezīme – hipertekstualitāte, kas ļauj tēmas aptveršanai sasaistīt vairākus resursus.

2020. gada septembrī festivālā “Lampa” notika diskusija “Post-covid kristietība”, kuras mērķis bija “kopīgi apzināties, vai Covid-19 krīzes rezultātā notikusi saskaršanās ar savām robežām līdzšinējo kristietības formu un saturu izaicina pārmaiņām” (Festivāls “Lampa” 2020). Tajā vairāki mācītāji dalījās ar dievkalpojumu noturēšanas pieredzi pandēmijas pirmā viļņa laikā, norādot, ka reizēm šim nolūkam tika izmantota arī “Zoom” platforma. Šīs platformas specifika ļauj ne tikai mācītājam, bet arī dievkalpojuma dalībniekiem dalīties ar video un audio signālu, tāpēc diskusijas laikā mācītājs Linards Rozentāls norādīja, ka dievkalpojumu īstenošana šajā vietnē ļāva cilvēkiem labāk vienam otru pamanīt, ievērot un iepazīt nekā tiekoties klātienē.

Pēc tā var secināt, ka platformas, kā arī konkrētu rīku un tehnisko risinājumu izvēle ļauj noteikt, cik aktīva vai pasīva ir dievkalpojuma dalībnieka loma tiešraides dievkalpojumā – attiecīgi, vai tas tiek skatīts līdzīgi, kā tas notiek tradicionālo mediju translācijās un kuru vērošanai, iespējams, ieviests individuāls rituāls (piemēram, paralēlu darbību atlikšana, cieņpilnas pozīcijas ieņemšana, saģērbšanās svinīgākā apģērbā u. tml.), vai arī komentēšana, atbildēšana, varbūt pat tieša iesaistīšanās līdzvērtīga dalībnieka pozīcijā, tādējādi kļūstot par daļu no kopīgi īstenota rituāla.

KO DIGITĀLS DIEVKALPOJUMS NESPĒJ PĀRRAIDĪT?

Lai gan, no vienas puses, jau pieminētā B. Meiere norāda, ka reliģija vienmēr tikusi komunicēta, nodrošinot tās tālāk nodošanu, un tas daļā reliģiju notiek ar kāda medija (piemēram, rakstītais teksts, attēls) palīdzību (Meyer 2013), vienlaikus ir būtisks Valtera Benjamina (*Walter Benjamin*) aktualizētais jautājums mākslas darbu kontekstā – cik lielā mērā to reprodukcijas spēj pārraidīt to nemateriālo vēstījumu jeb “auru” (Benjamin 2008 [1935]). Ja pieņem, ka tehnoloģija pati par sevi, visticamāk, nespēj pārraidīt dievišķā klātbūtni, pat ja var attēlot garīgu procesu fizisko norisi (Meyer 2006), tad attiecībā uz tiešraides dievkalpojumiem to garīgo nozīmi var ietekmēt konkrētās konfesijas izpratne par to, vai tā “garīgā kulminācija”

notiek mācītāja vai priestera veiktajās darbībās, vai lielākā mērā individuālā līmenī, iesaistoties lūgšanā. Tādējādi šīs atšķirīgās perspektīvas par dievkalpojumu var ietekmēt, ko katrs reliģiskais virziens redz un definē kā digitālā dievkalpojumā pietrūkstošu.

Nodaļas sākumā tika norādīts, ka konfesijas, ko pārstāvēja to garīgie līderi, pauda atbalstu valdības nozīmētajiem ierobežojumiem. Tomēr mediju telpā bija novērojami arī gadījumi, kad kādi no konfesiju pārstāvjiem (priesteriem, mācītājiem) esošo kārtību kritizēja, akcentējot kādus konkrētus aspektus, kāpēc virtuāla dalība tiešraidē neatsver “normālu” baznīcas pieredzi. Šajā kontekstā ir interesanti aplūkot atšķirīgās izmantotās argumentācijas.

Viena no skandalozākajām situācijām bija saistīta ar Liepājas Sv. Annas luterāņu baznīcā, iespējams, slepenībā noturētajiem dievkalpojumiem ar lielāku dalībnieku skaitu, nekā atļauts, bet vienlaikus ievērtību guva draudzes mācītāja Jāņa Bitāna izteikumi, dievkalpojumus tiešraidē salīdzinot ar “gumijas sievietēm vai bezalkoholisko alu” (Kupčs 2020). Platformā “Facebook” viņš rakstīja, ka “dievkalpojuma piedzīvojuma būtību tālraidē nav iespējams realizēt. Grēku piedošana nav translējama un Sv. Vakarēdiena rādīšana, bez iespējas baudīt, mazākā mērā ir garīga alošanās (ar domu, ka skatītājs “piedalās” garīgi vai vēl kaut kā tamlīdzīgi). [...] FB un citas platformas ir labi ziņojuma dēļi, sarakstes iespējas, bet ne dievkalpojuma ekvivalents. Mūsaprāt, tas pazeminātu dievkalpojuma būtību.” (Facebook 2020c)

Līdzīgu izteikumu pauda arī katoļu priesteris Ilmārs Tolstovs, rakstot: “Nē “virtuālajai Baznīcai”! [...] Baznīca bez reālas sakramentu pieņemšanas nav īsta Baznīca.” (Tolstovs 2020) Tomēr vienlaikus viņš atzina, ka īslaicīgi šāda situācija ir jāpieņem un jāpiedalās Mises tiešraidē. Tāpat I. Tolstovs atsaucās uz pāvesta Franciska runu, kas savukārt par ticības “virtualizēšanos” bija izteicies plašākā kontekstā, sakot, ka tajā ne tikai nav pieejami sakramenti, kas ir katoliskās ticības pamats, bet arī izzūd “kopienas rakstura attiecības”. “Šajā pandēmijas laikā notiek komunikācija caur medijiem, bet mēs neesam kopā,” kādā no dievkalpojumiem sacīja pāvests (Vatican News 2020).

Fizisku kopā būšanu kā galveno trūkstošo elementu norādīja arī mācītājs Juris Cālītis jau pieminētajā diskusijā “Post-covid kristietība”, vienlaikus atzīstot, ka ir grūti izskaidrot, ar ko tieši fiziskā tuvība ir tik īpaša, jo saturiski mijiedarbība starp dievkalpojuma dalībniekiem ir iespējama. Šajā pašā diskusijā mācītāja Aija Greiema (darbojas Mičiganā, ASV) ļāva saprast, ka izaicinājums ir tieši atbalsta paušana, ko parasti varētu sniegt ar neverbālo komunikāciju – fizisku tuvumu, apskāvienu. “Tu viņu nevari apkampt, nevari turēt roku, tu nevari viņam fiziski būt blakus. Kas ir tie veidi, kā tu vēl joprojām vari palīdzēt viņam dziedināties?” viņa retoriski vaicāja, piebilstot, ka “vienkārši norunāt dogmātiski kaut ko pie kameras – tas arī nestrādā” (Festivāls “Lampa” 2020).

Draudzes “Kristus pasaulei” mācītāja Mārča Jencīša izteikumi par Covid-19 slimību bija ļoti pretrunīgi un kļuva par materiālu divās raidījuma “Aizliegtais paņēmiens” epizodēs, tomēr vienlaikus jāpiemin, ka attiecībā uz dievkalpojuma translācijas potenciālu viņa attieksme salīdzinājumā ar iepriekš aplūkotajām bija vispozitīvākā, nenorādot uz kādiem šāda dievkalpojuma trūkumiem: “Arī draudzē “Kristus Pasaulei” dievkalpojumi kādu laiku notiks attālināti, skatoties video *online*. Taču tas nenozīmē, ka Dieva darbs apstājas! [...] Šī situācija jāizmanto

kā tramplīns jauniem sasniegumiem gan tavā ticības dzīvē, draudzē, biznesā un citās sfērās!” (Facebook 2020d)

Līdz ar to arī šeit jāsecina, ka aspekti, kas tiek skatīti kā tiešraides translāciju trūkumi, ir atšķirīgi. Tie ietver gan specifisku, tikai dievkalpojuma raksturīgu kontekstu (sakramenti, citas garīgas darbības), gan vispārcilvēcisku klātbūtnes un fiziska tuvuma apliecinājuma trūkumu. Lai gan sociālo mediju platformas piedāvā dažādus kopienu veicinošus rīkus, ne visu to potenciāls tiek izmantots – piemēram, aktīvāka komentēšanas veicināšana, “Facebook” grupu izmantošana, dalībnieku interaktīva iesaistīšana notiekošajā vai plašāki skaidrojumi par to, kā dievkalpojumos piedalīties, atrodoties mājās.

Tas liek atminēties par “Facebook” paziņojumu 2017. gada nogalē, kad kompānija norādīja, ka apzinās, ka pastāv pētījumi, kas norāda uz intensīva sociālo mediju izmantošanas ietekmi uz mentālās veselības pasliktināšanos, tomēr viņi rakstīja arī par citiem pētījumiem, kas parāda, ka jēgpilna mijiedarbība, izpaužot sevi (komentējot, daloties, sazinoties), nevis pasīvi patērējot saturu, ir saistāma ar depresijas un vientulības mazināšanos (Facebook 2017). Tāpēc, iespējams, daļa no tā, kas tiek identificēts kā tiešraides dievkalpojumu trūkums, varētu tikt risināta, prasmīgāk izmantojot pieejamos rīkus un meklējot papildu iespējas tam, kā cilvēkus integrēt piedzīvotajā procesā.

CITAS TICĪBAS DZĪVES KOPŠANAS INICIATĪVAS

Lai gan, lai veicinātu ticīgo iesaistes iespējas dievkalpojumu tiešraidēs, būtu iespējams veicināt dažādu tehnisko mijiedarbības rīku izmantojumu sociālās tīklošanas platformās, papildus dievkalpojumu tiešraidēm daudzas draudzes piedāvāja arī cita veida digitālu saturu un tiešsaistes tikšanās garīgās dzīves stiprināšanai un kopienas veidošanai un uzturēšanai.

Lielākā daļa konfesiju, sākoties ārkārtējās situācijas laikam, piedāvāja intensīvu (nereti pat katru dienu) saturu ar impulsiem garīgajai dzīvei gan teksta (piemēram, LBDS mācītāju pārdomas), gan audio (RKB un “Radio Marija Latvija” kopprojekts “Gavēņa kalendārs”), gan videoformātā (LELB – “Un ja Tu nejauši satiktu mācītāju pie kafijas...”, Bībeles lasījumi un citi video projekti; RKB – “Svētdienas doma” un “Evaņģēlijs uz krēslīņa”; draudze “Prieka vēsts” – Bībeles studijas, semināri, draudzes vadītāju uzrunas “No gana sirds”, kā arī ieviešot tēmturi #paliectībā). Tiešsaistē, izmantojot “Zoom” vai citas platformas, tika organizētas arī mazās grupas, piemēram, Svētdienas skola, Bībeles studiju grupas, “Alfa” kursu (ticības pamatu) nodarbības, lūgšanu grupas un citas iniciatīvas, kas ir būtiski, ņemot vērā to, ka visas kristīgās konfesijas uzsver personiskas iesaistes nozīmi, kļūstot par daļu no mazākām draudzes kopienām.

Neierastā formātā notika arī lielle ekumeniskie (starpkonfesionālie) projekti, to skaitā “Baznīcu nakts”, kurā pēdējos gadus, līdzīgi kā “Muzeju nakts”, dažādas draudzes bija piedāvājušas iespēju apskatīt to baznīcas un piedalīties īpaši sagatavotā kultūras programmā. Šoreiz baznīcu apskate tika organizēta virtuāli, dažādām draudzēm meklējot veidus, kā sevi parādīt

jaunajā formātā. Tāpat translēts tika arī Ekumeniskais Krusta ceļš, kas parasti norisinājās Vecrīgas ielās, un, pateicoties garīgo autoritāšu un arī sabiedrībā pazīstamu personu iesaistei, to vienmēr atspoguļojuši dažādi mediji, bet pandēmijas laikā tas pirmo reizi tika translēts pilnā garumā gan TV24, gan sociālajos medijos, piedāvājot tradicionālo Lielās Piekdienas rituālu īstenot arī mājas apstākļos.

SOCIĀLO MEDIJU PLATFORMU IESPĒJAS UN DRAUDI RELIĢISKĀ KONTEKSTĀ

Iespēju piedalīties plašā klāstā dažādu pasākumu un dievkalpojumu tiešraīžu var uzskatīt par lielu priekšrocību, kas ļauj ieraudzīt citu konfesiju vai citu draudžu pieeju, kas klātienē varētu būt sarežģīti ģeogrāfisko vai laika ierobežojumu vai, iespējams, skeptiskās attieksmes un aizspriedumu dēļ. Tiešraides ļauj ieskatīties citu kontekstu pieredzē, ar tām uzreiz neidentificējoties, kas tā varētu tikt uztverts, apmeklējot, piemēram, citas konfesijas dievkalpojumu klātienē. Pārzinot citas valodas, par ikdienas garīgo praksi var kļūt arī dalība citu valstu piedāvātajā digitalizētajā reliģiskajā piedāvājumā.

Tomēr vienlaikus var ieraudzīt vairākus draudus reliģiskās identitātes kontekstā. Pasīva piedalīšanās dievkalpojumā vai, precīzāk, to skatīšanās to zināmā mērā padara par formālu procesu, kas starp citiem “atvērtajiem logiem” vai norisēm, kas novērš uzmanību, var zaudēt savu garīgo nozīmi. Tāpat pieminētā iespēja piedalīties jebkuras draudzes dievkalpojumā var mazināt piederības izjūtu konkrētai draudzei, kas vienlaikus kalpo kā kopiena, tādējādi, lai gan sniedz plašas iespējas redzesloka paplašināšanai, piedalīšanās tajā dievkalpojumā, kas ir izdevīgāks norises laika ziņā vai šķiet saturiski saistošāks konkrētā brīdī, var kļūt par šķērslī piederības izjūtai. Pat ja pieredze paredz interakcijas iespējas, pastāvīgi “migrējot” starp digitālajām draudzēm, indivīds var nejusties kā daļa ne no viena plašākā kopuma.

Interesanti, ka viens no veidiem, kā uzturēt saikni starp draudzi un tai piederīgajiem, ir lūgums to atbalstīt jeb ziedot, ko lielākā daļa draudžu izvieto pie tiešraides translācijām. Protams, tas neattiecas tikai uz draudzei piederīgajiem, bet vienlaikus akcentē atbildības izjūtu. To var noprast arī no RKB Bīskapu konferences aicinājuma: “Atbalstīsim savu draudzi ar svētdienas kolekti, lai mums būtu, kur atgriezties!” ([Katedrale.lv](#) 2020b).

Šis aicinājums labi ieskicē realitāti – dievkalpojumu tiešraides, visticamāk, nepaliks kā pastāvīgs risinājums, par ko liecina fakts, ka jau pēc pirmā viļņa beigšanās un ierobežojumu mazināšanās digitālās komunikācijas intensitāte mazinās (tas gan neattiecas tikai uz Baznīcas komunikāciju, bet arī uz daudzām citām iniciatīvām). Tomēr, iespējams, daļa no izveidotajiem kanāliem (sociālo tīklošanas vietņu kontiem) un ieviestajiem tehniskajiem risinājumiem palīdzēs meklēt jaunus un mūsdienīgus risinājumus, kā garīgu saturu komunicēt mūsdienu cilvēkam, kura ikdiena, pandēmijas laikā vai ārpus tās, lielā mērā aizrit tieši sociālo mediju platformās.

LITERATŪRA

- Benjamin, W. (2008 [1935]). *The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction*. London: Penguin Books.
- Carey, J. W. (1989/1992). *Communication as Culture: Essays on Media and Society*. New York: Routledge.
- Couldry, N. (2003). *Media Rituals: A Critical Approach*. New York: Routledge.
- Facebook (2018). *Hard Questions: Is Spending Time on Social Media Bad for Us?* Izgūts no: <https://about.fb.com/news/2017/12/hard-questions-is-spending-time-on-social-media-bad-for-us>
- Facebook (2020a). Ieraksts LELB publiskajā lapā. Izgūts no: www.facebook.com/LELB
- Facebook (2020b). Ieraksts Latvijas Baptistu draudžu savienības lapā. Izgūts no: <https://www.facebook.com/latvijas.baptistu.draudzu.savieniba>
- Facebook (2020c). Ieraksts Jāņa Bitāna profilā. Izgūts no: <https://www.facebook.com/janis.bitans>
- Facebook (2020d). Ieraksts "Kristus pasaulei" lapā. Izgūts no: <https://www.facebook.com/kristuspasaulei>
- Festivāls "Lampa" (2020). Video arhīvs: Diskusija "Post-covid kristietība". Izgūts no: <https://festivalslampa.lv/lv/video-arhivs/1344>
- Katedrale.lv (2020a). *Bīskapu konferences informācija par dievkalpojumu apmeklēšanu*. Izgūts no: <http://www.katedrale.lv/index.php?id=23603>
- Katedrale.lv (2020b). *Atbalstīsim savu draudzi ar svētdienas kolekti, lai mums būtu, kur atgriezties!* Izgūts no: <http://www.katedrale.lv/index.php?id=23623>
- Kupčs, E. (2020). Baznīca Liepājā ar mērijas klātbūtni turpina rīkot dievkalpojumus; mācītājs attālinātas lūgšanas salīdzina ar gumijas sievieti. *LSM.lv*. 17. apr. Izgūts no: <https://www.lsm.lv/raksts/zinas/latvija/baznica-liepaja-ar-merijas-klatbutni-turpina-rikot-dievkalpojumas-macitajs-attalinatas-lugšanas-salidzina-ar-gumijas-sievieti.a356206/>
- Meyer, B. (2006). Impossible Representations: Pentecostalism, Vision, and Video Technology in Ghana. In: Meyer, B., Moors, A. (eds). *Religions Media and the Public Sphere*. Bloomington: Indiana University Press, 290–312.
- Meyer, B. (2011). Mediation and Immediacy: Sensational Forms, Semiotic Ideologies and the Question of the Medium. *Social Anthropology/Anthropologie Sociale*, 19(1), 23–39. DOI: 10.1111/j.1469-8676.2010.00137
- Meyer, B. (2013). Material Mediations and Religious Practices of World-Making. In: K. Lundby (ed.). *Religion Across Media: From Early Antiquity to Late Modernity*. New York: Peter Lang, 1–19.
- Meyer, B., Moors, A. (2006). Introduction. In: B. Meyer, A. Moors (eds). *Religion, Media and the Public Sphere*. Bloomington: Indiana University Press, 1–25.
- Pontifical Council for Social Communications (2020). *The Church and Internet*. Izgūts no: http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_20020228_church-internet_en.html
- Pravoslavie.lv (2020). *Latvijas Pareizticīgā Baznīca sākusī dievkalpojumu translāciju tiešraides režīmā*. Izgūts no: <http://www.pravoslavie.lv/index.php?newid=8708&id=6>
- Stillman, D., Stillman, J. (2017). *Gen Z Work: How the Next Generation Is Transforming the Workplace*. New York: Harper Collins Publishing.
- Tolstovs, I. (2020). Nē "virtuālajai Baznīcai"! Priestera Ilmāra Tolstova blogs. 18. apr. Izgūts no: <http://www.tolstovs.lv/2020/04/ne-virtualajai-baznicai.html>
- Vatican News (2020). *Pāvests lūdzas par topošajām māmiņām un runā par ticības "virtualizēšanas" briesmām*. Izgūts no: <https://www.vaticannews.va/lv/pavests-francisks/mise-svetas-martas-kapela/2020-04/pavests-luzdas-par-toposajam-maminam.html>
- Wagner, R. (2012). *Godwired: Religion, Ritual and Virtual Reality*. New York: Routledge.



MĀKSLA UZ SOCIĀLO MEDIJU SKATUVES: TEĀTRA UN KONCERTU DIGITĀLO FORMU TRANSFORMĀCIJA

Velta Skolmeistere

Vien pāris dienu pēc ārkārtējā stāvokļa izsludināšanas 12. martā sociālo mediju platformās parādījās vairākas iniciatīvas, kuru mērķis bija piedāvāt kultūras saturu sabiedrībai, kam dažādu pasākumu apmeklēšana turpmākos pāris mēnešus būs liegta. To vidū – teātra trupa “Kvadrifrons” un Jaunais Rīgas teātris, kas piedāvāja grāmatas lasījumu video, turklāt izvēloties lasīt vienu un to pašu grāmatu – Džovanni Bokačo (*Giovanni Boccaccio*) sarakstīto “Dekameronu” (ap 1352–1354).

Šīs iniciatīvas bija vien aizsākums tam, kas sekoja pēc tam. Turpmākajos mēnešos dažādi mākslinieki un kultūras iestādes nāca klajā ar dažādām formām un risinājumiem, kā mākslas satura patērēšanu darīt iespējamu, izmantojot mediju (galvenokārt sociālo) platformas. Dažādi mākslas darbi tika digitalizēti, radot virtuālas izstādes un mākslas performances vai nu sociālās tīklošanas vietnēs, vai pat veidojot jaunas, īpaši konkrētajam saturam piemērotas platformas.

Ārkārtējās situācijas sākumā šīs dažādās izpausmes bija kā “dāvinājums” sabiedrībai, tādējādi to motivējot pavadīt laiku mājās un cenšoties pārvērst nepatīkamo situāciju par iespēju paplašināt savu redzesloku. Tomēr laika gaitā sekoja dažādi mēģinājumi meklēt veidus, kā mākslu ne tikai “pārnest” uz digitālo vidi, kur liela daļa sabiedrības pavada daudz laika, bet arī to integrēt šajā atšķirīgajā realitātē, kam ir savi trūkumi, bet vienlaikus – arī priekšrocības. Līdz ar to ir svarīgi saprast, kā Latvijas kontekstā ir meklēta mākslas mijiedarbība ar digitālo tehnoloģiju radīto ekosistēmu, pētot tās transformāciju un attīstību. Interesantas nianšes

iespējams ieraudzīt gan valodā, kāda izmantota, lai runātu par jaunajiem risinājumiem, gan eksperimentu attīstības hronoloģijā, gan arī centienos rast alternatīvas rituāliem mākslas baudīšanai klātienē.

Lai neapmaldītos dažādo mākslas veidu un to digitalizācijas niansēs, šīs nodaļas galvenais fokuss veltīts divām formām – teātrim un mūzikas koncertiem. Šo mākslas virzienu attīstību digitālajā vidē aplūkot ir visinteresantāk divu iemeslu dēļ. Pirmkārt, tie lielākoties balstās klātbūtnes sajūtā un mākslinieku un skatītāju kopā būšanā. Otrkārt, tas ir izpildījums, kas norisinās noteiktā laika nogrieznī, nevis piedāvā jau gatavu mākslas darbu. Līdz ar to jauno formu izaicinājums ir ne tikai atspoguļot mākslas darbu kā rezultātu, bet arī vienlaikus sniegt tā norises pieredzi.

#TIKSIMIESDRĪZ: VIRTUĀLĀ TEĀTRA MEKLĒJUMU HRONOĻĶIJA

2020. gada otrajā pusē atskatoties uz mēnešiem, kad Latvijā bija izsludināts ārkārtējais stāvoklis, teātra meklētajos risinājumos var redzēt daudz nianšu dažādos aspektos – izmantotajās platformās, mijiedarbībā ar auditoriju, dzīvā izpildījuma izjūtas nodrošināšanā un citos. Formu attīstības relatīvi hronoloģisks apraksts zināmā mērā ļauj ieraudzīt attīstības tendences, lai gan lineāru līkni izveidot nebūtu iespējams.

SATURS KĀ GLĀBŠANAS RIŅĶIS PAŠIZOLĀCIJAS IZRAISĪTĀJĀ GARLAICĪBĀ

Marta otrajā pusē trīs lielie Rīgas teātri vērsās pie saviem (sociālo mediju) sekotājiem, sniedzot iespēju noskatīties kādu senāku izrāžu ierakstus un to pozicionējot gan kā vēlmi izklaidēt mājās sēdēšanas periodā, gan kā centienus uzturēt saikni ar skatītājiem. Dailes teātris līdz 10. jūnijam ļāva “Youtube” platformā vērot 10 izrāžu un mūziklu ierakstus, šo iniciatīvu apzīmējot ar #*Starpbrīdis*, kas zināmā mērā kļuva par simbolu neskaidrajai situācijai ar sezonas iespējamo turpinājumu vai noslēgumu. Līdzīgi rīkojās Jaunais Rīgas teātris un Latvijas Nacionālais teātris, tiesa, ierobežojot skatīšanās laiku līdz vienai nedēļas nogalei un katru nedēļu piedāvājot kādu citu izrādi.

Profesionāli iemūžinātās teātra izrādes piedāvāja ierastā “klātienē” teātra digitalizētu formu, ko skatītājs varēja vērot atbilstoši platformas sniegtajām multimediju patērēšanas iespējām – apstādinot, patinot uz priekšu un atpakaļ. Iespējams, viena no būtiskākajām šā formāta specifiskām, kas to atšķir no tās pašas izrādes vērošanas klātienē, ir “uzspiestais skatiens” (*forced gaze*), kas veidojas, kadrējot notiekošo un vadot skatītāja perspektīvu (Petersen Jensen 2007). Kopplānu un tuvplānu mijiedarbība var sniegt iespēju niansētāk vērot aktieru sejas izteiksmes, vienlaikus liedzot nemitīgi vērot visu uz skatuves notiekošo, kas liek pakļauties montāžas režisora interpretācijai par to, kas kurā brīdī ir svarīgs, un tas savukārt dažos



1. attēls. LTV1 koncerts “Dārza svētki #PaliecMājās”. 2020. gada 1. maijs. Ekrānizgriezums

gadījumos var ietekmēt naratīva uztveri. Tomēr izrādes ieraksts kā teātra digitalizācijas forma nav nekas jauns, jau pirms pandēmijas gan televīzija, gan sociālo mediju platformas bija piedāvājušas šādu teātra skatīšanās iespēju, lielākoties pateicoties “Teātris.zip” projektam.

PIELĀGOŠANĀS SOCIĀLO MEDIJU PLATFORMĀM

Attiecīgi, meklējot jaunas formas un eksperimentējot ar sociālo mediju platformām kā komunikācijas rīku, vienlaikus arī sniedzot iespēju izpausties teātra darbiniekiem, tika radīti vairāki brīvi pieejami projekti. Savā starpā tos atšķīra gan izmantotais saturiskais materiāls, gan mijiedarbība ar skatītāju. Jau 18. martā “*Dirty Deal Teatro*” “*YouTube*” platformā piedāvāja savu pirmo izrādi – instrukciju, mudinot skatītāju savā atrašanās vietā un kontekstā sekot instrukcijām, kļūstot pašam par piedzīvojuma un pieredzes veidotāju. Savukārt Liepājas teātris marta otrajā pusē publicēja pirmo aplādes (podkāsta) “Pīpētavas sarunas” epizodi, tajā izvēršot aktieru un citu teātra darbinieku diskusijas par dažādām tēmām, tai skaitā filozofējot par jauno aktualitāti – vīzijām par “postpandēmijas teātri”.

Drīz vien kļuva skaidrs, ka, Covid-19 radītajai situācijai attīstoties, pulcēšanās ierobežojumi ietekmē ne tikai iespējas spēlēt auditorijas klātbūtnē, bet arī aktieru savstarpējo darbu. Līdz ar to turpmāk iniciētie projekti lielākoties balstījās tiešsaistes videozvanā (“*Skype*”,

“Zoom” vai citur) kā satura producēšanas platformā. Latvijas Nacionālā teātra “7 kraukļi un Saulcerīte”, “YouTube” platformā publicētā aplāde, eksperimentēja ar brīvu sarunu, aktieriem pašiem kļūstot par idejas autoriem un producentiem, vienlaikus, līdzīgi kā tipiskā radio raidījumā, piedāvājot sekotājiem iespēju iesūtīt jautājumus gaidāmajiem epizodes viesiem. Tikmēr “Jūsnotāji”, ko piedāvāja Dailes teātris, bija pirmais projekts, kas jaunajā “daudzu mazu ekrāniņu” formātā izmantoja klasisku teātra satura materiālu – austriešu dramaturga Roberta Mūzila (*Robert Musil*, 1880–1942) lugu.

Pirmie eksperimenti pavēra iespēju arī pirmajai kritikai par jaunās virtuālās skatuves ierobežojumiem, aktieru atspoguļojumu salīdzinot ar runājošām “pases bildēm” (Čakare 2020) un atzīstot, ka fiziska mijiedarbība starp aktieriem ir svarīgs komunikācijas elements, bet jaunajā formātā skatītājam “pašam savā apziņā ir jāsakrusto varoņu dialogi, kuri vizuāli tiek runāti viens otram garām” (Adamaite 2020). Turklāt jāņem vērā, arī digitālā vide satura ekspozīcijai krietni atšķiras no teātra zāles, kurā gaismas izslēgtas un nekas netraucē safokusēt uzmanību uz skatuves notiekošajam. Cilvēki, skatoties vienā ekrānā notiekošo, nereti izmanto citas ierīces citu darbu veikšanai (Segijn *et al.* 2017) vai paralēli atver citus logus tai pašā ekrānā, nemaz nerunājot par potenciālajiem komunikācijas trokšņiem jeb traucēkļiem, kas raksturīgi mājas videi.

SPĒLE AR ROBEŽĀM UN IEROBEŽOJUMIEM

Līdzīgi kā parastos apstākļos, kad mazie teātri ir brīvāki eksperimentēt ar dažādām atkāpēm no teātra formāta, jo nav pakļauti institucionalizācijai, kā arī strikti definēta mākslinieciskā vadītāja un/vai teātra direktora spriedumam, arī šajā gadījumā jau iepriekš pieminētais “Kvadrifrons” aprīļa otrajā pusē piedāvāja eksperimentālu formu, kurā mēģinājumu process netika krasi nošķirts no tā galarezultāta – izrādes.

Sociālajā psiholoģijā un vēlāk arī sociālo tīklošanas vietņu radītā konteksta analizē viens no atzītiem teorētiķiem ir Ērvinga Gofmanis (*Erving Goffman*), kurš piedāvāja salīdzināt ikdienas komunikatīvās situācijas ar teātri. Cilvēks, komunicējot ar citiem indivīdiem, izspēlē konteksta definētas lomas (Gofmanis 2001). Vairāk nekā 60 gadus vēlāk, pētot teātri, iespējams atsaukties uz atziņām, kas ir gūtas, šo teorētisko pieeju pielāgojot tam, kā cilvēki komunicē sociālās tīklošanas vietnēs. Viens no būtiskiem pieejas aspektiem ir teritoriju nošķīrums, tai skaitā – skatuve un aizkulisēs. Komunikācijas kontekstā tas nozīmē nošķīrumu starp telpu (fizisku vai digitālu), kurā notiek lomas izpildījums konkrētai auditorijai, un to, kurā indivīds var justies brīvs no lomas uzliktajām prasībām. Runājot par sociālo tīklošanas vietņu radīto telpu, pēdējā gadu desmitā ir uzsvērts kontekstu sabrukums (Marwick & boyd 2010), kas rodas vairāku iemeslu dēļ – indivīds veido auditoriju no dažādu reālās dzīves sociālo loku definētām grupām, auditorijas un satura publicitātes ierobežošanas rīki ir grūti izmantojami un indivīdam ir tikai iedomāts priekšstats par to, kas ir viņa reālā auditorija.

Šādu skatuves un aizkulišu robežu izplūdumu (gan teātra, gan sociālās tīklošanas vietņu kontekstā) varēja novērot "Kvadrifrona" projektā jeb izrādē "24h". Tās izveide tika uzsākta 20. aprīlī, un katru darba dienu (24 darba dienu garumā) teātra mākslinieki tiešsaistē tikās stundu garā mēģinājumā, to translējot "YouTube" tiešraidē. Turklāt mēģinājumā notika nevis darbs ar iepriekš izraudzītu materiālu, bet gan idejas radīšana, vienošanās par konceptu un tā realizācija – respektīvi, procesi, kas no skatītāja ierasti tiek slēpti.

Formāts, kurā skatītāji vēro procesu, kas šķietami nav viņam paredzēts, izpludina robežas starp izrādi un pilnīgi citu konceptu – realitātes šovu, kas ir televīzijas satura žanrs. Arī Latvijā ir īstenoti tādi projekti kā "Talantu fabrika" un "O kartes skatuve", kur auditorija vērojusi to daļībnieku ikdienu un dzīvi šova telpās, turklāt televīzijā atspoguļoto labāko sadzīves brīžu izvilcību un papildinājusi iespēja telpas un līdz ar to arī daļībniekus novērot 24 stundas dienā naktī interneta tiešraidē.

Vienlaikus apziņa par kameru klātbūtni un attiecīgi arī par skatītājiem šķietamās aizkulisēs padara par cita veida skatuvi, kurā tie, kas tiek filmēti un vēroti, vienlaikus apzinās gan reālās situācijas definēto komunikācijas uzdevumu (šajā gadījumā – radīt izrādi), gan to, ka notiekošais skatītājam rada iespaidu par komunikācijā iesaistītajiem cilvēkiem (Kavka 2012). Turklāt, ja tradicionālā realitātes šova formā iesaistītie nezina, vai konkrētajā brīdī kāds tiešām vēro, "YouTube" tiešraide ļauj ne tikai redzēt skatītāju skaitu, bet arī auditorija var iesaistīties, komentējot notiekošo reāllaikā. Tas ļauj uz izrādi "24h" skatīties kā uz tiešsaistes improvizācijas teātri, kas vienlaikus piedāvā arī interakcijas gala rezultātu – gatavo izrādi. Gan improvizētais tapšanas process, gan "dramatiskais noslēgums", kas ietver eksperimentālu spēli ar dažādiem tehnoloģiskiem risinājumiem, joprojām ir pieejami apskatei.

TEĀTRIS KĀ KOMPLEKSA UN DZĪVA PIEREDZE

Mēdz uzsvērt, ka teātris nesākas ar priekšvara pacelšanos (vai citu izrādes sākuma signālu), bet gan ar pucēšanos mājās un ierašanos teātra ēkā (Bennet 1997, 125), veicot visus atbilstošos teātra apmeklējuma rituālus – biļešu uzrādīšanu, noģērbšanos ģērbtuvē, savas vietas atrašanu un ieņemšanu, iespējams, arī kafejnīcas apmeklējumu starpbrīdī. Šī pieredze turklāt ir sociāla, kas nozīmē, ka to ietekmē arī attiecības un mijiedarbība ar pārējo publiku (Coppieters 1981, 47), piemēram, sarunas ar citiem apmeklētājiem un apkārtējo reakcijas novērošana.

Otrs aspekts, kas nereti izmantots teātra un citu izpildījuma mākslu izcelšanai, ir "dzīvā" pieredze, notiekošā gaistošums, kas ir līdzvērtīgs tam, kā apziņa piedzīvo apkārt notiekošo realitāti (atšķirībā no iespējas patīt atpakaļ vai iepauzēt redzamo materiālu). Izpildījuma (*performance*) teorētiķis Filips Auslanders (*Philip Auslander*) šī iemesla dēļ kritizē "dzīvā teātra maģijas" mistifikāciju un automātisku mediētas pieredzes noraidīšanu, uzsverot, ka arī, piemēram, televīzijas translācijas līdzvērtīgi ir paredzētas izzušanai – katra nākamā kadra parādīšanās izdzēš iepriekšējo, savukārt ierakstīšana ir tā, kas šo fenomenu iznīcina (Auslander 1999, 45).

Līdz šim aprakstītie teātra digitalizācijas piemēri balstās brīvi pieejamā saturā, kas ir ne tikai bezmaksas, bet arī pieejami paša izvēlētā laikā (dažos gadījumos noteiktā periodā), skatāmi vairākkārt, tos var vērot vienu pēc otra, iepauzēt, patīt atpakaļ un uz priekšu, uzreiz uzziņot notiekošā noslēgumu. Šīs īpatnības, kurās indivīds no skatītāja kļūst par lietotāju, raksturo televīzijas satura transformāciju sociālo mediju ietekmē (Brojakowski 2015, 30), indivīdam pašam kontrolējot mijiedarbību ar sev piedāvāto saturu.

Tomēr maijā par arvien biežāk izplatītu tendenci kļuva izrādes tiešraidē. Dažos gadījumos tās bija jau pirms tam iestudētas izrādes, kas pielāgotas jaunajam ekrānu formātam, gan īpaši šai situācijai radīti un iestudēti projekti. Par jauno teātra zāli jeb pirmo reizi arī par tikšanās vietu starp aktieriem un skatītājiem kļuva programmas un lietotnes, kā jau minētā "Zoom" platforma (šoreiz nevis tikai ierakstam, bet gan skatītāju klātbūtnei un interakcijai), gan biļešu iegādes vietnes – "BezRindas.lv" un "Biļešu Paradīze" (pat ja šāds risinājums nenodrošina divvirzienu komunikāciju, tiešraides formāts sniedz apziņu, ka auditorija vēro izrādi tās notikšanas brīdī ar minimāla signāla pārraides aizturi).

Daži no tiešraides izrāžu piemēriem – "Trojas ķēve" (Story Hub), "Mēness neredzamā puse" (Liepājas teātris), "Melnraksts" (Mihaila Čehova Rīgas Krievu teātris), "Visas labās lietas" (Valmieras Drāmas teātris). Tas ļauj noprast, ka pie eksperimentiem ar jauno formātu ķērās gan lielie, institucionālie, gan mazie un neatkarīgie teātri vai teātra iniciatīvas.

Uzsverot specifiskā perioda ieviestās izmaiņas, Dmitrija Petrenko režisētās un tiešraidē translētās "Tēbu zemes" veidotāji (Ģertrūdes ielas teātris) norādīja: "Jaunie apstākļi piespieduši publiku no apmeklētāja kļūt par skatītāju." (LSM.lv Kultūras redakcija 2020a) Tas akcentē jau iepriekš minēto aspektu, ka teātra apmeklējuma pieredze ietver ierašanos teātrī un rituālos īstenoto sociālo mijiedarbību. Tomēr šeit kā interesantu piemēru var minēt "Dirty Deal Teatro" Justīnes Kļavas un Klāva Meļļa vadībā iestudēto "Diptihs: Džeks Uzšāvējs | Ludzas kadriļa", kas pieslēgšanos "Zoom" platformai un izrādes skatīšanos papildināja ar sagaidīšanas pieredzi, kur apmeklētājus "virtuālajā telpā uzņēma MC Rūdolfs Kugrēns" (LSM.lv Kultūras redakcija 2020b).

Tāpat arī Mārtiņa Eihes (Ģertrūdes ielas teātris) režisētajā izrādē "Taņas dzimšanas diena", kuras līdz tam īstenotais klātienē formāts pieprasa apmeklētāju iesaistīšanu, "Zoom" funkcionalitāte tika izmantota, sagaidot to, ka skatītāji ieslēdz tīmekļa kameras un iesaistās sarunās, ietur mielastu savās mājās un komentē notiekošo čatā. Šo pašu videozvana platformu izmantoja arī "PERFORācija" bērniem radītais projekts "Vol. 1 ANTIŅŠ", aicinot skatītājus – bērnus iesaistīties sarunā.

Tiešraides izrādes praktiski ir vienīgais formāts, kas ļāvis īstenot vēl kādu būtisku teātra darbības aspektu – biļešu iegādi, tādējādi atbalstot mākslinieku darbu un iestādes funkcionēšanu.

GEOGRĀFISKO UN INSTITUCIONĀLO ROBEŽU NOJAUKŠANA

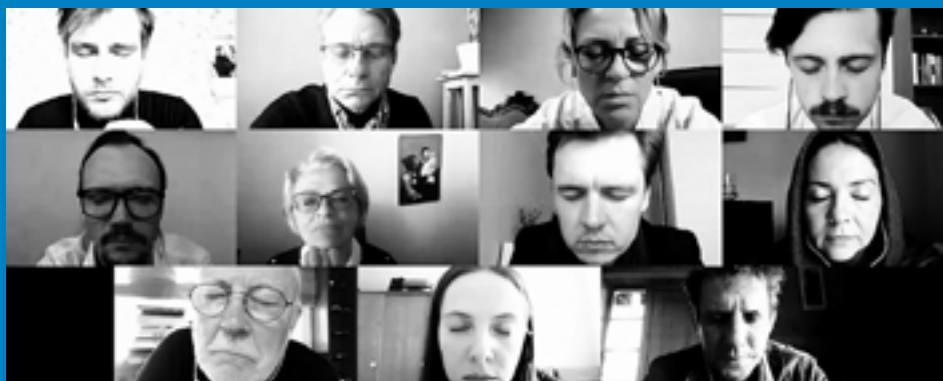
Viena no visvairāk izceltajām interneta sniegtajām priekšrocībām ir sniegšanās pāri telpiskajām robežām. Atrašanās vienuviet vairs nav priekšnosacījums, lai satikšanās būtu iespējama, līdz ar to potenciālo komunikācijas partneru skaits ir lielāks, kāds jebkad bijis (Baym 2010, 101). Tas mudina domāt, ka arī teātra kontekstā tas veicinātu projektus, kas nav konkrēta teātra sastāva ierobežoti vai vēl jo vairāk – ir starptautiski. Lai gan šādu iniciatīvu līdz šim bijis salīdzinoši maz, ko var skaidrot ar ilgāku producēšanas procesu, kā arī iespējamiem valodas ierobežojumiem starptautiskā kontekstā, dažas no tām guva gan uzmanību, gan atzinību.

18. maijā medijos tika publicēta informācija par divu Latvijas aktieru – Gunas Zariņas un Gundara Āboliņa – daļību Marjus Ivaskeviča lugas “Gulošie” izpildījumā līdz ar citu valstu aktieriem, kuru dzīvesvietas, kā tika izcelts, “sniedzas no Krasnojarskas līdz Monreālai” (LSM.lv Kultūras redakcija 2020c). Projekta rezultāts prezentēts kā aplāde, kas pieejama “Anchor” platformā un sastāv no lugas lasījumiem krievu valodā, bet pats ieraksts notika “Zoom” platformā.

Tāpat šeit jāpiemin starpkultūru festivāls “Postwest”, kas ierasti norisinājies Berlīnes teātrī, bet 2020. gadā, tāpat kā praktiski jebkurš lielāka izmēra pasākums, tas norisinājās tiešsaistē. Latvijā tajā pārstāvēja trīs projekti no Latvijas – “Taņas dzimšanas diena. Berlīne” (Ģertrūdes ielas teātris), “Izskatās, ka tu mirsi” (Latvijas Jaunā teātra institūts un “Dirty Deal Teatro”) un “Lielgabalu gaļa” (KatlZ un Ģertrūdes ielas teātris). Izziņojot 2020. gada gada formātu, arī festivāla veidotāji norādījuši, ka digitālā telpa ļauj radīt starptautisku tīklu un mākslas disciplīnas skatīt ne tikai no individuālas vai nacionālas perspektīvas, bet gan starpkulturālā kontekstā (Volksbühne 2020).

Savukārt Latvijas kultūrtelpā īpašu ievērību guva Elmāra Senkova režisētā “Irānas konference”, kas ir viena no retajām tiešsaistes teātra izrādēm, kas šajā laikā radīta kā starptautru projekts, piedaloties 11 aktieriem no dažādiem Latvijas teātriem. Izrādes producēšanā izmantota “Zoom” platforma, savukārt skatītājiem “YouTube” platformā tā bija pieejama vienu nedēļas nogali. Lai gan platformas diktētais formāts galarezultātu vizuāli dara līdzīgi citām jau aprakstītajām izrādēm, kas šādā formātā īstenošanas, “Irānas konferences” gadījumā tiek izcelts augstvērtīgais teksta materiāls, kā arī lugas sižetā ietvertais konferences formāts, kas sasaucas ar reālo situāciju, kurā liela daļa sabiedrības bija spiesti piedalīties nemitīgās darba sapulcēs un citās sanāsmēs, izmantojot video zvanu. Līdz ar to recenzijās šī izrāde norādīta kā iemesls noticēt virtuālā teātra pastāvēšanas iespējamībai (KuKū 2020) un jauna teātra rašanās moments (Svarinska 2020) cerībā, ka sekos arī citi piegājieni nevis fokusēties uz formas ierobežojumiem, bet gan sniegtajām iespējām.

Tieši “Irānas konference” iedvesmojusi radīt sociālo mediju platformās balstītu un “Kroders.lv” iniciētu teātra kritiķu diskusiju jeb tiešsaistes sarunu ciklu “KuKū kritiķu klubiņš”. Tajā no 2020. gada maija līdz septembrim iznākušas četras epizodes, iesākumos analizējot digitālo izrāžu plašo klāstu, bet vēlāk pievērsties teātrī atgriešanās procesam. Arī šajā gadījumā “Zoom” kā satura producēšanas platforma ļāvusi komunicēt, pārvarot ģeogrāfiskās



2. attēls. Digitālajā vidē skatāmā Ivana Viripajeva luga "Irānas konference".
Teātra apvienības "ESARTE" publicitātes foto

robežas un dalībniekiem atrodoties katram savā Latvijas nostūrī. Turklāt šāds sarunu formāts saglabāts arī laika posmā, kad klātienēs diskusiju producēšanai nav ierobežojumu. Attiecīgi, kamēr izrāžu kontekstā digitālās komunikācijas formas skatītas kā ierobežojums "īstajam teātrim", tās ļāvušas rasties citām saturu papildinošām formām (tāpat kā jau iepriekš minētajiem aplādes formāta izmantojuma piemēriem; tieša gan, Latvijas Nacionālā teātra aplāde "Klausies Nacionālo!" radīta jau 2019. gada septembrī, praviētiski izēmējot ceļu šai komunikācijas tendencei).

PAKĀPENISKA ATGRIEŠANĀS FIZISKĀ TELPĀ

Lai gan starp digitālajā pasaulē producētajām izrādēm un cita veida saturu bija projekti, kas tika atzinīgi vērtēti, paralēli tam, īpaši ārkārtas situācijai beidzoties, radās arvien citi mēģinājumi variēt ar robežām starp fizisko un digitālo telpu, meklējot risinājumus, kuros vismaz aktieri nav ieslodzīti savā istabā, sēžot datora vai mobilā telefona ekrāna priekšā.

Jau maija beigās Latvijas Nacionālais teātris piedāvāja ierobežojumiem pielāgotu fizisku telpu – "Balto kubu", ko teātra direktors Jānis Vimba nodēvēja par izmēģinājumu soli, "lai kaut ko darītu un mēģinātu komunicēt ar [...] skatītājiem", tai pašā laikā atzīstot, ka nākotnē e-teātris varētu kļūt par tradicionālā teātra papildu darbības virzienu. Savukārt, "baltais kubs" pats par sevi mākslas pasaulē pazīstams kā izstāžu zāles forma, kurā "aktieru spēles telpa ir tukšs, balts kubs un scenogrāfija tiek veidota, ar videoprojekcijām radot papildināto realitāti" (LSM.lv Kultūras redakcija 2020d). Šāda forma sniedza iespēju aktiera izpausmēm telpā, kas tiek sagaidītas no teātra, bet translācija ļāva skatītājiem notiekošo vērot attālināti. Lai gan lielākā daļa "Baltajā kubā" iestudēto izrāžu notika maijā un jūnijā, kad bija stingrākie ierobežojumi,

jauna pirmizrāde notika arī 3. oktobrī (Intara Rešetina iestudētai beļģu dramaturga Žana Pjēra Dopaņa (*Jean-Pierre Dopan*) "Skolotājs"), palielinot uz skatuves esošo aktieru skaitu.

Kā interesantu piemēru pārejai uz teātra baudīšanu klātienē pēc ārkārtas stāvokļa noslēguma vērts minēt Dailes teātra "Blok mājas DONS KIHOTS", kas bija iepļānota vēl pirms pandēmijas perioda, bet pirmizrāde 1. jūlijā atklāja jaunu mediētās klātbūtnes formātu, kur aktieri izrādi spēlēja kafējnīcā, skatītāji sēdēja ārā, atrodoties aiz stikla sienas un izmantojot digitālās austiņas, turklāt izrādes aprakstā tika norādīts, ka "neierasto pieredzi papildina reālajā laikā filmēti video, ko iespējams vērot Vasaras dārzā izvietotajos ekrānos" (Kultūras Vēstis.lv 2020), tādējādi sniedzot teātrim televīzijas funkcionalitāti – tuvplānus, kas ekrānā ļauj vērot sejas izteiksmes niansas.

Tomēr, ja neskaita tikko minēto mediētās klātbūtnes piemēru, atgriešanās pie ierastās kārtības, mainot vien pieejamo sēdvietu izkārtojumu teātra zālē, notika klusi un vienkārši, no izmantotā tēmtura *#TiksimiesDrīz* pārejot uz *#TiekamiesTagad*. Teātri pamazām sāka konkretizēt laikus, kad būs skatāmas iepriekš atceltās izrādes. Daži teātri, piemēram, Daugavpils teātris, atsāka pāris mēnešus ilgo klusēšanu internetvietnē tā, it kā jaunā sezona pēc iepriekšējās pēkšņā pārrāvuma sāktos pavisam ierasti. 2020. gada ziemā, kad nav izteiktas skaidrības par to, kā tālāk risināsies epidemioloģiskā situācija, var tikai minēt, kā gada pirmajā pusē iegūtā virtuālā teātra pieredze tiks īstenota jaunajos apstākļos.

Tiesa gan, kad ārkārtas stāvoklis bija tikko sācies, kādi režisori minēja, ka, lai nodarbinātu aktierus, strādā pie televīzijas formāta seriāliem (Alvis Hermanis un "Aģentūra"; Viesturs Kairišs un "Smilģa lāsts"). Pirmais auditorijai tika piedāvāts 2020. gada 27. novembrī un tika nodēvēts par teātra un kino hibrīdformu (Rodiņa 2020), bet skaidrības par to, vai otrs piedzīvos dienas gaismu, raksta tapšanas brīdī vēl nav.

NO DĪVĀNA LĪDZ AUTOMAŠĪNAS SĒDEKLIM: KONCERTU FORMĀTU VARIĀCIJAS

Varētu domāt, ka koncertu digitalizācijas izaicinājumi ir gluži līdzīgi kā teātrim, tāpēc sagaidāmas arī tās pašas formas. Tomēr rezultāti un eksperimenti ar formas meklējumiem ir diezgan atšķirīgi. Pirmkārt, koncertu piedāvājumam virtuālā vidē ir milzu konkurence – internets ir pilns ar kvalitatīviem latviešu un ārzemju koncertierakstiem, kas nereti pieejami bez maksas. Kā motivēt klausītāju maksāt par virtuālu pieredzi? Otrkārt, papildus "klātienes enerģijai" svarīgs aspekts ir skaņas kvalitāte, ko "Zoom" un līdzīgas tiešraides platformas, kas ir gana piemērotas teātra interakcijas nodrošināšanai, nespēju sniegt. Par to noteikti pārliecinājušies lektori un citi, kuru darbs izklaidēt publiku pārnests uz tiešsaistes vidi.

Koncertu formātu daudzveidības apskatā koncentrēties uz to attīstības hronoloģiju nebūtu tik jēgpilni, tāpēc lielākā uzmanība pievērsta fiziskās un digitālās telpas izmantojuma un to savstarpējās mijiedarbības spektram.

IELAIST SKATĪTĀJU SAVĀS MĀJĀS

Papildus pulcēšanās ierobežojumiem ārkārtas stāvokli papildināja nemitīgais atgādinājums – tēmturis *#PaliecMājās*. Sabiedrībā pazīstamām personām šī vēstījuma nodošanā ar savu piemēru šajā periodā bija īpaša loma (par to vairāk var lasīt Raivja Vilūna rakstā “Sociālo tīklu informatīvā loma krīzes ekoloģijā”), līdz ar to arī daļa mūziķu, piedāvājot saturu un koncerta alternatīvas, izvēlējās to darīt, atrodoties mājās.

Atsevišķas dziesmas ar tēmturi *#QuarantineChallenge* publicēja ne mazums Latvijas mūziķu, piedāvājot videoierakstus, kas tapuši, sēžot gultā vai uz dīvāna, mājas pagalmā vai kur citur. Šādā veidā vēstījuma nodošanai palīdzēja viens no sociālajiem medijiem raksturīgās līdzdalības kultūras (Jenkins 2006, 3) aspektiem – izaicinājums, kas jau daudzus gadus ir bijis formāts virālu tendenču radīšanai, aicinot cilvēkus atsaukties kādai tendencei un publicējot savu saturu, parasti – videoformātā, par šo tēmu. Sociālo mediju vēsturē globālā kontekstā bijuši gan negatīvi (tā izpildītājam bīstami), gan pozitīvi (tādi, kas aktualizējuši konkrētas problēmas un palīdzējuši tās risināt, piemēram, aicinot ziedot dažādām iniciatīvām) piemēri (Cash, Schwab-Reese 2020). Laika periodā, kad tika mudināts netikties vairāk kā divu cilvēku sastāvā, par ierastu pieeju kļuva arī dziesmas, kas producētas, montējot video un skaņas signālu, ko katrs grupas dalībnieks ierakstījis atsevišķi.

Tomēr mājas kļuva ne tikai par dziesmu producēšanas vietām, bet arī par skatuvi koncertiem. Vladislava Nastavševa “Izolācijas dziesmas” (“apmeklējams”, iegādājoties biļeti) un Edavārdu “*#PaliecMājās online koncerts*” (brīvi pieejams “*Facebook Live*”) ir divi piemēri tam, kā mājas un šķietami privātā telpa kļuva par komunikācijas platformu ar savu auditoriju, tādējādi atkal veidojot teritoriju (Gofmanis 2001) nošķiruma izpludināšanu.

Kā vēl viens fenomens šeit būtu jānošķir “mājas diskotēkas”, kas galvenokārt balstījās divos iespējamajos tehnoloģiskajos risinājumos – “*Facebook Watch*” kā sociāla tiešraides satura patērēšanas platforma, kur skatītāji notiekošo aicināti atbalstīt, komentējot un aktīvi reaģējot ar *like* vai citu reakciju pogām (šo biežāk izmantoja mazāka mēroga diskžokeji/dīdžeji vai cilvēki, kuriem mūzikas klausīšanās ir hobijs, tādējādi daloties savā mūzikas gaumē ar draugiem un sekotājiem), un “*Twitch*” tiešraides platforma, kas līdz tam vairāk bija pazīstama kā geimeru (videospēļu spēlētāju) subkultūras vide, kurā nereti tiešraidē tiek translētas stundām garas videospēļu sesijas.

Īpašu popularitāti šī fenomena ietvaros ieguva Kārļa Ķilkuta “*Quarantine DISCO*”, kādās no reizēm sasniedzot 1400 skatītāju vienlaicīgu dalību diskotēkas tiešraides laikā (Radioswh.lv 2020). Dažādo viesu vidū bija arī veselības ministre Ilze Viņķele, ieraksts pēc konkrētās performances ir pieejams arī skatīšanai “*YouTube*”. Turklāt ministres izvēlēto 20 dziesmu saraksts joprojām pieejams, piemēram, mūzikas straumēšanas platformā “*Spotify*”, tādā veidā kļūstot par kultūras objektu un pandēmijas laikmeta risinājumu liecību, ko iespējams ieviest arī savā ikdienā.

VIENS PATS STUDIJĀ UN ZĀLE BEZ SKATĪTĀJIEM

Mājas apstākļos konstruēta studija koncertu translācijai ne vienmēr ir iespējams un piemērots risinājums. Lai gan ielaišana savā privātajā telpā var veicināt emocionālu saikni ar skatītāju, daudzos gadījumos kvalitāte un formālāka tēla saglabāšanas ir prioritātes, tāpēc arī ārkārtas stāvokļa apstākļos bija novērojams ne mazums citu risinājumu.

“Viens pats studijā” ir Latvijas Radio 3 īstenotā un sociālo mediju (“Facebook”, “YouTube”, “LSM.lv”) translētā koncertu cikla nosaukums, kas labi raksturo arī citas iniciatīvas, kurā individuāli mūziķi un grupas uzstājās gan jau iepriekš pastāvošās, gan speciāli veidotās un jaunajiem apstākļiem pielāgotās studijās. Iniciatīva “digiKoncerts”, ko “Delfi.lv” bija paredzējuši kā vairāku koncertu sēriju, rezultējās gan tikai ar vienu koncertu – grupas “Carnival Youth” programmu “Reconnected”, kas tika veidota tā, lai aizsniegtu grupas fanus arī ārzemēs. Šis koncerts, kas tiešraidei bija pieejams “Biļešu Paradīzes” platformā, bija skatāms, iegādājoties biļetes, un koncerta iniciatori norādīja, ka tādējādi “aicina sabiedrību spert soli pretī un atcerēties, ka sociālā distancēšanās nav izejs bez maksas pieprasīt kvalitatīvu kultūru, kurā ieguldītas zināšanas, radošā enerģija un laiks” (Delfi.lv 2020a). Internetu raksturo liels brīvpieejas satura klāsts, kas ir izaicinājums līdzsvaram starp patērētāju un mākslinieku interesēm; arī šajā gadījumā, ņemot vērā, ka tika īstenots tikai viens no sērijā paredzētajiem maksas koncertiem, atrast veidu, kā monetizēt mūziku “YouTube” laikmetā, visticamāk, nav izdevies.

Tomēr jānorāda kāds interesants fakts – kā var redzēt, par koncertu kuratoriem kļuva arī ziņu mediju platformas (TVNET.lv “Divānkoncerti”, vēl viens “Delfi.lv” un “Lokal House” kopprojekts “Domofons”), norādot, ka šādi koncerti ir uzskatāmi par “jēgpilnas izklaides iespējām vispārējās pandēmijas laikā” (TVNET.lv 2020), kā arī veids, kā “atbalstīt savus iecienītos mūziķus” (Delfi.lv 2020b). Tas liek secināt, ka ziņu portāli, kas kā sociālie mediji jau ilgu gadu ir ietvēruši multimediju satura integrēšanas iespēju, šo situāciju izmantoja, lai nostabilizētu savu pozīciju izklaides industrijā, kļūstot par konkurentiem (attiecībā uz lietotāju uzmanību) dažādām citām iniciatīvām.

Gadījumos, kad mūziķu uzstāšanās norisinājās uz skatuves, kas attiecīgi ir visdabiskākā un tehniski piemērota norises vieta koncertiem, par būtisku apzīmējumu kļuva tādi apgalvojumi kā “tukša koncertzāle” (Kultūras ministrija 2020) vai reizēm pat “koncerts bez cilvēkiem” (Satori.lv 2020), uzsverot tukšo telpu, bet tādējādi sociālo mediju platformu auditoriju vienlaikus padarot par fiziskās telpas paplašinājumu. Runājot par digitālo vidi, uz to nereti attiecināti izteikumi, kas parasti raksturo fizisku telpu un orientēšanos / pārvietošanos tajā, tomēr jaunajā realitātē, kad cilvēku fiziska kopā būšana ir ārēji ierobežota, šis aspekts izceļas vēl vairāk.

Vienlaikus jānorāda arī tas, ka ne vienmēr koncertzāles bija pilnīgi tukšas. Daudzos gadījumos, kad tas bija iespējams, tika izmantota abu telpu (fiziskās un digitālās) kombinācija, radot to, ko varētu saukt par hibrīdformātu. Tas šajā gadījumā nozīmē, ka daļa cilvēku notiekošo varēja vērot klātienē, bet lielāks (vai pat neierobežots) skatītāju daudzums – interneta tiešraidē. Fakts, ka interneta tiešraides biļetes lielākoties bija lētākas (dažos gadījumos – bezmaksas)

salīdzinājumā ar klātienē, norāda uz to, ka, lai gan digitalizētās mākslas formas ir veids, kā baudīt saturu un atbalstīt māksliniekus, "īstais koncerts" ir tas, kurš notiek zālē.

Par vēl vienu hibrīdformāta gadījumu varētu minēt tā sauktos pagalmu koncertus, kas par aktualitāti kļuva aprīlī un maijā. Liepājā, Jelgavā un Rēzeknē (iespējams, arī citur) tas kļuva par pašvaldības iniciētu veidu, lai pārsteigtu vietējos iedzīvotājus, bet Liepājas gadījumā dažādu mūziķu koncerti bija vērojami arī interneta tiešraidē pašvaldības sociālo tīklošanas vietņu profilos. Arī šajā gadījumā tika uzsvērts, ka papildus klausītāju iepriecināšanai šāds formāts ļāva atbalstīt mūziķus, kad daudziem no viņiem muzicēšana ierastā formātā bija liegta.

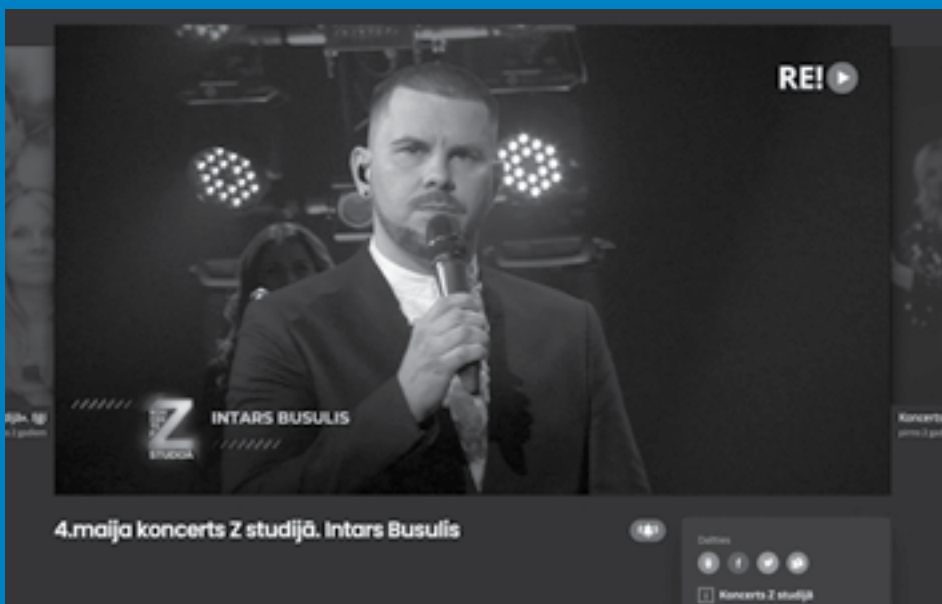
SENA TRADĪCIJA JAUNĀ INTERPRETĀCIJĀ – AUTOKONCERTI – UN MEDIĒTĀ KLĀTBŪTNE

Cenšoties apvienot kvalitāti, kopības izjūtu un epidemioloģiskos ierobežojumus, arī koncertu rīkošanā tika radītas vairākas formas, kas ļāva koncertu "apmeklēt", nevis skatīties tiešraidē. Kā vienu no tādām var minēt autokonzertus, kas balstās pagājušajā gadsimtā populārā formāta – auto kino – tradīcijā, pielāgojot to jaunajai situācijai. Apmeklētāji atradās savās automašīnās (pērkot biļeti uz koncertu nevis individuāli, bet vienu visiem mašīnā esošajiem), koncerta audiosignālu klausoties FM uztvērējā, savukārt redzamību nodrošināja speciāli izvietoti ekrāni, translējot notiekošo uz skatuves. Tādējādi, lai gan atrodoties vienkopus ar pārējiem koncerta apmeklētājiem un savā priekšā redzot arī mūziķus, skatītāji notiekošo vēroja ar tehnoloģisku pastarpinājumu jeb mediētā veidā.

Šādu formātu izmantoja vairāki koncertu organizatori. Autokonzerts lidlaukā "Spilve" kļuva par ierastā vasaras festivāla "Summer Sound" aizstājēju. Savukārt Mārcis Auziņš, kurš bija pirmais, kurš šo formātu Latvijā iniciējis, iekļuva Eiropas Parlamenta apkopoto radošo risinājumu sarakstā (Europarl 2020). Otrs Latvijas kultūras projekts, kurš iekļauts šajā sarakstā, bija jau ievadā minētie "Kvadrifrona" lasījumi no grāmatas "Dekameron", uzsverot faktu, ka darba lasīšanā iesaistījās daudz dažādu cilvēku.

Ārkārtas stāvokļa laikā, kad nebija skaidrības par to, kad koncerti varēs atgriezties pie ierastajiem formātiem, parādījās arī pasākumu organizācijas uzņēmumu piedāvājumi korporatīvajiem koncertiem. Piemēram, kādā reklāmā norādīts: "Esam radījuši unikālu korporatīvā pasākuma konceptu vasaras/rudens, 2020 periodam! Tikšanos DŽĪVAJĀ, nevis online, ievērojot visus tajā brīdī esošos ierobežojumus" (Facebook 2020a). Tajā *drive-in* jeb auto formāts tika izcelts kā veids, kā ievērot ierobežojumus, bet nezaudēt iespēju kopīgi ieturēt maltīti vai dzērienus, piedalīties karaokē aktivitātē un svinēt vēl citos veidos.

Vēl viens mediētās klātbūtnes formāts bija novērojams interaktīvā instalācijā "Koncerts bez cilvēkiem", kas tika īstenota koncertzālē "Latvija". Kā mākslas objekts tika radīta zāle ar tukšām sēdvietām un kafejnīcas zonā izvietots videoekrāns, bet publika notiekošo koncertu varēja skatīties un klausīties no ārpusē, atrodoties aiz stikla sienas. Turklāt digitalizēta tika



3. attēls. LTV1 koncerts Z studijā. 2020. gada 4. maijs. Ekrānizgriezums

arī paša koncerta norise – dažādu autoru klaviermūzika uz īpaši radītā instrumenta “470i” tika atskaņota ar pašspēlējoša mehānisma palīdzību.

Šie piemēri parāda, ka mākslas digitalizācija ne vienmēr izpaužas, nošķirot uzstāšanos un tās vērošanu klātienē un interneta platformās, bet pastāv alternatīva – ar tehnoloģiskas mediācijas palīdzību ļaut ievērot nepieciešamo distancēšanos. Šajos gadījumos vienlaikus iespējams vērot nepastarpinātu realitāti, bet tehnoloģiskie risinājumi pieredzes kvalitāti uzlabo – pastiprina skaņu, kas dzirdama citā telpā vai tālumā, un video attēlā ļauj vērot notiekošā nianse tuvplānā, kas ir diezgan bieži izmantota atribūtika arī ierastos koncertos.

SVĒTKU SVINĒŠANA JAUNAJOS APSTĀKĻOS

Īpaša nozīme koncertiem ir svētku svinēšanā. Pirmā pandēmijas viļņa laiks ietvēra maija svētkus – 1. maiju (Darba svētki un Latvijas Republikas Satversmes sapulces sasaukšanas diena) un 4. maiju (Latvijas neatkarības atjaunošanas diena). Parasti to laikā tiek organizēti dažādi liela mēroga koncerti, kas tiek translēti televīzijā. Lai gan ir loģiski, ka ierastie koncerti tradicionālā formā, piemēram, 11. Novembra krastmalā nevarēja notikt, LTV1 un TV3 bija

izveidojuši atšķirīgus risinājumus, piedāvājot dažādos veidos producētas svētku svinēšanas alternatīvas.

Viens no koncertiem – “Dārza svētki #paliecējās” – bija LTV1 producētais sveiciens 1. maijā, kura tiešraide tika translēta gan televīzijā, gan “Facebook Live”. Tā moderatori pasākumu vadīja uz LTV1 terases, blakus viņiem uzstājās arī daļa no mūziķiem, ik pa laikam uzsverot distanci, kas tika ievērota. Atšķirībā no teātra tiešraidē notiekošie koncerti lielākoties neietver mijiedarbību ar skatītāju vai īpašu “pieslēgšanās” darbību rituālu, tāpēc būtiski rast citas nianšes, kas radītu pārliecību par sasaisti ar konkrēto momentu. Šajā koncertā par to kalpoja fakts, ka tā norises laikā (nedaudz ilgāk par stundu) debesis fonā patiešām satumsa un, koncertam noslēdzoties pēc desmitiem vakarā, mūziķi uzstājās jau tumsā. Vienlaikus tiešraides koncertā tika ietvertas arī iepriekš ierakstītas uzstāšanās, kurās daļa mūziķu atradās katrs savā Latvijas malā. Tādējādi notikušu un konkrētajā brīdī notiekošu momentu kombinācija labi atspoguļo mediētās realitātes aspektu, kurā auditorija uzticas atspoguļotajai realitātei, balstoties iedomātā “autentiskuma kontraktā” (Enli 2015), pieņemot notiekošo kā patiesu un translācijas gadījumā – konkrētā brīdī notiekošu, ja nav zīmju, kas liktu uzskatīt citādi.

4. maija svētkos LTV1 un TV3 piedāvāja divus atšķirīgus formātus. LTV1 svētku programma ietvēra Intara Busuļa un pavadošās grupas koncertu tiešraidē no pandēmijas laika koncertiem iekārtotās Z studijas. Savukārt TV3 pieeja bija projekts, kas radīts no atsevišķi ierakstītas raidījuma vadītāju uzstāšanās (atšķirībā no Dārza svētku koncerta bija skaidri redzams, ka tās laikā ir dienas vidus, tādējādi ļaujot saprast, ka notiekošais netiek rādīts tiešraidē) un dažādos apstākļos producētām dažādu mūziķu (arī Intara Busuļa, kurš tajā pašā laikā bija redzams LTV1 tiešraidē) dziesmām.

Tomēr kā būtisks aspekts jāmin tas, ka TV3 4. maija koncertā notika Jāņa Aišpura un Renāra Kaupera dziesmas “Tavs karogs” pirmatskaņojums, kura videoklipā bija integrēts liels daudzums tā sauktā lietotāju radītā satura – cilvēki bija iedziedājuši un ierakstījuši video ar jauno dziesmu (nodēvēts par #NācGavilēt kori), kas atbilstošās vietās bija iemontēts dziesmā. Šāda montāža līdz šim nereti bija izmantota, taču lielākoties kā mazs papildinājums vai nu sociālo mediju komunikācijai, vai klātienē pasākumiem, bet šajā gadījumā šāda aktivitāte kļuva par galveno kopības izjūtas nodrošināšanas elementu.

Līdzīga rīcība bija novērojama Jelgavas pilsētas svētkos, kad “simboliskais Jelgavas karodziņu gājieni” tika organizēts, aicinot uz e-pastu atsūtīt īsu video, kurā pilsētas karodziņš tiek nodots tālāk, tādā veidā īstenojot montētu stafeti. Stafete jeb kāda objekta tālāk nodošana kopumā pandēmijas laikā bija bieži lietota virtuālā satura veidošanas pieeja, izmantojot sociālo mediju sniegto kopienas veidošanas un veicināšanas funkciju.

SOCIĀLO MEDIJU SKATUVE PANDĒMIJAS LAIKĀ

Mākslai, kas balstās klātienē pieredzē, pandēmijas pirmais periods un ārkārtas stāvoklis bija izaicinājums. Lai gan teātris un mūzikas dzīvais izpildījums varētu šķist kā savā starpā

līdzīgas kultūras izpausmes, katrā no šiem virzieniem bija novērojami savi aktuālākie izaicinājumi. Kamēr teātris meklēja interaktivitātes iespējas un jaunus, eksperimentālus formātus, kas ļautu aktieriem līdzdarboties savā starpā, kā arī ideālā gadījumā – ļaut auditorijai just notiekošā ekskluzivitāti, koncertu gadījumā varēja novērot vēlēšanos pēc iespējas ātrāk īstenot kaut ierobežotu – tomēr fizisku auditorijas klātbūtni.

Jauni atklājumi bija vērojami dažādos kontekstos, apgūstot sociālo mediju platformas, gan satura producēšanai, gan tā izrādīšanai plašākai publikai, gan vienlaikus arī veidojot satikšanās telpu, kurā ir iespējams iesaistīties un sarunāties. Jauni formāti tika rasti, ne tikai lai skatītājam nodotu izpildījuma baudīšanas pieredzi, bet arī paplašinātu iespējas iepazīties ar to, kā šis rezultāts top. Par paliekošu vērtību kļuva televīzijas studijās noritoši koncerti, izmantojot pieejamo aparāturu oriģinālsatura radīšanai, ko labi parādīja plāni šādā formātā sagaidīt un svinēt arī Jauno gadu.

Sociālos medijus no tradicionālajiem medijiem atšķir to “sociālā” daba, kas parasti tiek saistīta ar kopienas un sociālās mijiedarbības funkcijām. Šis aspekts tikai daļēji izpaudās “uz jaunās skatuves”, ņemot vērā faktu, ka tikai retos gadījumos skatītājam tika sniegta iespēja tiešā veidā iesaistīties vai ietekmēt uz skatuves notiekošo. Protams, arī reālajā dzīvē šāda iesaiste izpildījuma norisē nereti netiek sagaidīta, taču tās potenciāls (piemēram, skaļi ieklepojoties vai aizmirstot izslēgt telefona skaņu) pastāv, tādējādi radot kopīgas atbildības izjūtu. Dažos gadījumos līdzīgu efektu sniedza tiešraides procesā pieejamā čata jeb sarakstes iespēja, kā arī iespēja vēlāk atstāt publisku komentāru, piemēram, pasākuma lapā kādā no sociālās tīklošanas vietnēm. Tiesa gan, šāda atgriezeniskā saite tika sniegta ne biežāk un ne retāk kā parastos apstākļos.

Intensitāte, ar kādu 2020. gada pirmajā pusē tika radīti dažādi risinājumi un piedāvājumi, gada nogalē bija krietni mazinājusies. Lai gan ārkārtējā stāvokļa laikā izskanēja apgalvojumi, ka šie apstākļi paver jaunu formu rašanās iespēju, fakts, cik steidzīgi lielākoties noritēja atgriešanās pie tradicionālajām formām un “klasiskas klātbūtnes”, liecināja, ka sociālie mediji bija tikai pagaidu skatuve un vēlme tās funkcionalitāti apgūt – laika kavēšanas veids, centieni uzturēt attiecības un pienest savu artavu sabiedrības noskaņojuma uzlabošanā. 2020. gada nogalē, kad tika ieviesti jauni un vēl stingrāki ierobežojumi, jaunu tiešraides risinājumu bija ārkārtīgi maz, daži teātri izrādes (un pat pirmizrādes) spēlēja “savam priekam”, zālēs bez skatītājiem un bez tiešraidēm, koncertprogrammas bija piekļusušas, bet muzeji atkal un atkal atgādināja par to, cik ļoti tiem pietrūkst klātienē apmeklētāju.

Iespējams, šajā kontekstā gūtās atklāsmes par mākslas un digitālās telpas mijiedarbību labi ilustrē Dailes teātra atbilde uz jautājumu par tiešsaistes variantu kādai no pirmizrādēm: “Nē, šī izrāde dzīvos teātrī. Izrāde ir veidota skatītājam, kas atrodas klātienē, skatītāju zālē. Un tikai tā iespējams baudīt teātri pa īstam.” (Facebook 2020b)

LITERATŪRA

- Adamaite, U. (2020). Dvēseles portrets datora gaismā. Dailes teātra tiešsaistes izrādes Jūsmotāji recenzija. *Diena.lv*. 8. maijs. Izgūts no: https://www.diena.lv/raksts/kd/teatris/dveseles-portrets-datora-gaisma-dailes-teatra-tiessaistes-izrades-_jusmotaji_-recenzija-14240806
- Auslander, P. (1999). *Liveness: Performance in a Mediatized Culture*. London: Routledge.
- Baym, N. K. (2010). *Personal Connections in the Digital Age: Digital Media and Society Series*. Cambridge: Polity Press.
- Bennet, S. (1997). *Theatre Audiences: A Theory of Production and Reception*. London: Routledge.
- Brojakowski, B. (2015). Spoiler Alert: Understanding Television Enjoyment in the Social Media Era. In: Slade, A. F., Narro, A. J. Givens-Carroll, D. (eds). *Television, Social Media, and Fan Culture*. Lanham, MD: Lexington Books, pp. 23–42.
- Cash, S. J., Schwab-Reese, L. (2020). When Adolescent Offline Risks Behaviors Go Online. In: Moreno, M. A., Hoopes, A. J. (eds). *Technology and Adolescent Health: In Schools and Beyond*. London: Elsevier Inc., pp. 67–71.
- Coppieters, F. (1981). Performance and Perception. *Poetics Today*, 2(3), 35–48. DOI: 10.2307/1772463
- Čakare, V. (2020). Es jūs piespiedīšu mīlēt Mūzilu. *Kroders.lv*. 3. jūn. Izgūts no: <https://www.kroders.lv/verte/1450>
- Delfi.lv (2020a). DELFI uzsāk īpašu 'digiKoncertu' sēriju Latvijas mūziķu atbalstam. *Delfi.lv*. Izgūts no: <https://www.delfi.lv/news/delfi-par-mums/delfi-uzsak-ipasu-digikoncertu-seriju-latvijas-muziku-atbalstam.d?id=52128173>
- Delfi.lv (2020b). Skaties koncertu! 'Domofona' otro sezonu noslēdz kritiķu atzītais multimākslinieks Jānis Runģis. *Delfi.lv*. 9. sept. Izgūts no: <https://www.delfi.lv/kultura/news/music/skaties-koncertu-domofona-otro-sezonu-nosledz-kritiku-atzitais-multimakslinieks-janis-rungis.d?id=52452267>
- Enli, G. (2015). *Mediated Authenticity: How the Media Constructs Reality*. New York, NY: Peter Lang.
- Europarl (2020). #EuropeansAgainstCovid19. Izgūts no: <https://www.europarl.europa.eu/europeans-against-covid19/en/>
- Facebook (2020a). Ieraksts "Labdako Events" lapā. Izgūts no: <https://www.facebook.com/LabdakoEvents/posts/4001316333219535>
- Facebook (2020b). Komentārs pie publikācijas "Dailes teātra" lapā. Izgūts no: <https://www.facebook.com/Dailesteatris/photos/a.279785625416262/3583999281661530/>
- Gofmanis, Ē. (2001). *Sevis izrādīšana ikdienas dzīvē*. Rīga: Madris.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Intersect*. New York: New York University Press.
- Kavka, M. (2012). *Reality TV*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- KuKū (2020). "Irānas konference" ļauj noticēt internetteātrim. *Kroders.lv*. 12. maijs. Izgūts no: <https://www.kroders.lv/verte/1441>
- Kultūras ministrija (2020). Tiešsaistē no Koncertzāles "Cēsis" izskanēs koncerts "Laikmeta piezīmes klavierēm". *Kultūras ministrijas internetvietne*. Izgūts no: <https://www.km.gov.lv/lv/kultura/muzika/jaunumi/tiessaiste-no-koncertzales-cesis-izskanes-koncerts-laikmeta-piezimes-klavierem-5004#gsc.tab=0>
- Kultūras Vēstis.lv (2020). Dailes teātra Vasaras dārzā notiks pirmizrāde neparastam iestudējumam "Blokumājs DONS KIHOTS". *Epadomi kultūra#*. 1. jūl. Izgūts no: <http://epadomi.lv/kulturasvestis/izrade/01072020-dailes-teatra-vasaras-darza-notiks-pirmiz>
- LSM.lv Kultūras redakcija (2020a). Režisora Dmitrija Petrenko izrāde "Tēbu zeme" būs skatāma interneta tiešraidē. *LSM.lv*. 5. maijs. Izgūts no: <https://www.lsm.lv/raksts/kultura/teatris-un-deja/rezisorsa-dmitrija-petrenko-izrade-tebu-zeme-bus-skatama-interneta-tiesraide.a358572/>
- LSM.lv Kultūras redakcija (2020b). "Dirty Deal Teatro" aicina piedzīvot divas tiešsaistes izrādes vienā vakarā. *LSM.lv*. 18. maijs. Izgūts no: <https://www.lsm.lv/raksts/kultura/teatris-un-deja/dirty-deal-teatro-aicina-piedzivot-divas-tiessaistes-izrades-viena-vakara.a360259/>
- LSM.lv Kultūras redakcija (2020c). Starptautisks aktieru sastāvs Marjus Ivaškeviča lugas "Gulošie" tiešsaistes iestudējumā. *LSM.lv*. 18. maijs. Izgūts no: <https://www.lsm.lv/raksts/kultura/teatris-un-deja/starptautisks-aktieru-sastavs-marjus-ivaskevica-lugas-gulosie-tiessaistes-iestudejuma.a360187/>

LSM.lv Kultūras redakcija (2020d). Latvijas Nacionālais teātris atklāj jaunu spēles laukumu – e-teātri “Baltais kubs”. *LSM.lv*. 20. maijs. <https://www.lsm.lv/raksts/kultura/teatris-un-deja/latvijas-nacionalais-teatris-atklaj-jau-nu-speles-laukumu--e-teatri-baltais-kubs.a360559/>

Marwick, A. E., Boyd, D. (2010). I Tweet Honestly, I Tweet Passionately: Twitter Users, Context Collapse, and the Imagined Audience. *New Media & Society*, 13(1), 114–133. DOI: 10.1177/1461444810365313

Petersen Jensen, A. (2007). *Theatre in a Media Culture*. Jefferson: McFarland & Company, Inc.

Radioswh.lv (2020). Jā, diskotēka ar 1400 cilvēkiem karantīnas laikā! *Radioswh.lv*. 2. apr. Izgūts no: <https://www.radioswh.lv/2020/04/ja-diskotekai-ar-1400-cilvekiem-karantinas-laika/>

Rodiņa, I. (2020). Filozofiska meditācija uz teātra un kino robežas. *Kroders.lv*. 3. dec. Izgūts no: <https://www.kroders.lv/verte/1535>.

Satori.lv (2020). Koncertzālē “Latvija” notiks “Koncerts bez cilvēkiem”. *Satori.lv*. 21. maijs. Izgūts no: <https://satori.lv/article/koncertzale-latvija-aicina-uz-koncertu-bez-cilvekiem>

Segijn, C., Voorveld, H., Vandenberg, L., Pennekamp, S. F., Smit, E. G. (2017). Insight into Everyday Media Use with Multiple Screens. *International Journal of Advertising*, 36(5), 779–797. DOI: 10.1080/02650487.2017.1348042

Svarinska, M. (2020). Jaunā teātra dzimšana. *Kroders.lv*. 12. maijs. Izgūts no: <https://www.kroders.lv/verte/1442>

TVNET.lv (2020). Ekskluzīvi TVNET! Grupas “Indygo” koncerts (tiešraides ieraksts). *TVNET.lv*. 27. marts. Izgūts no: <https://www.tvnet.lv/6933583/ekskluzivi-tvnet-grupas-indygo-koncerts-tiesraides-ieraksts>

Volksbühne (2020). *POSTWEST* \ \ guess where. Izgūts no: <https://www.volksbuehne.berlin/en/programm/8735/festival-postwest>



LATVIJAS KINOFESTIVĀLI PANDĒMIJAS APSTĀKĻOS

Viktors Freibergs

Pandēmijas laikā, kopš 2020. gada marta kinofestivālu norises formas ir nācies mainīt. Tas pats attiecas arī uz lielajiem starptautiskajiem festivāliem, kuru programma un nozīmīgākie pretendenti uz to galveno balvu parasti ietekmēja arī filmu izvēli, veidojot pašmāju festivālu galveno programmu. Teiktais pārsvarā attiecas uz lielāko Latvijas starptautisko kinofestivālu “Rīga IFF” (Rīgas starptautiskais festivāls). Berlīnes un Venēcijas festivāli notika klātienē, bet viens no visu laiku būtiskākajiem un ietekmīgākajiem festivāliem – Kannu festivāls – 2020. gadā vispār tika atcelts, līdz ar to tajā paredzētās galvenās skates programmas filmas nebija iespējams iegūt ne izrādīšanai uz lielā ekrāna, ne arī tiešsaistē. Šī pētījuma centrālais mērķis ir aplūkot situāciju Latvijā, lai raksturotu kino kā viena no svarīgajiem medijiem situāciju Latvijas mediju vides kopainā pandēmijas apstākļos.

FESTIVĀLS “LIELAIS KRISTAPS”

Gada notikums Latvijas kino ir ikgadējais festivāls “Lielais Kristaps”, kas 2020. gadā norisinājās no 12. līdz 15. novembrim, bet filmu skates, kas tiek piedāvātas plašai auditorijai, notiek apmēram trīs nedēļas pirms festivāla atklāšanas. Parasti šīs skates tika organizētas vairākos kinoteātros, taču šogad organizatoriem nācās mainīt savu pieeju, ko detalizētāk aprakstīja “Lielā Kristapa” producete Marta Bite divās telefonintervijās, kas notika 2020. gada 2. un 3. decembrī.

Kad 2020. gada pavasarī sākās “Lielā Kristapa” pasākumu organizēšana, kā rezerves variants uzreiz tika izskatīta iespēja, ka festivāls nevarēs notikt klātienē, kas ļāva tā norisi

organizēt pietiekami efektīvi un festivālu neatcelt, kas būtu liels zaudējums Latvijas kino vidē (Freibergs 2020a).

Organizatoriem, kā intervijā atzīmēja Marta Bite, nācās atrisināt divus galvenos festivāla uzdevumus. Pirmkārt, bija jānodrošina iespēja sasniegt pēc iespējas lielāku auditoriju filmām, kas tika iekļautas festivāla programmā. Lai to izdarītu, tika izmantotas vairākas platformas, taču šeit veidojās trīs būtiskākās problēmas, jo filmu izplatīšanas tiesības nosaka filmu producenti un izplatītāji, kuru prasības attiecībā uz filmu demonstrēšanas nosacījumiem bija un ir atšķirīgas. Lielākā daļa filmu tika demonstrētas dažādās platformās: *filmas.lv*, *Shortcut* un *Helio iTV (Tet)* un *LMT* viedtelevīzijā (Freibergs 2020b). *Filmas.lv* ir Latvijas Nacionālā kino centra platforma, kurā tikai neliela daļa no vietnē uzskaitītajām filmām tiek piedāvātas straumēšanai, pie kam bez maksas. Vairākums filmu pēc izplatītāju straumēšanas nosacījumiem tika demonstrētas iepriekš minētajos maksas kanālos, kas skatītājiem sarežģīja iespēju atrast atbilstošu vietni, kaut gan festivāla organizatori sniedza detalizētu informāciju par katras "Lielā Kristapa" filmas straumēšanas iespējām. Režisora Ivara Zviedra īsmetrāžas dokumentālā filma "Afīgenna" nebija pieejama nevienā no trim vietnēm, visdrīzāk, tāpēc, ka iepriekš netika demonstrēta ne festivālos, nebija notikusi tās Latvijas pirmizrāde, un, tā kā kino ir izteikti lielā ekrāna māksla, režisors nevēlējās, ka pirmizrāde notiktu kādā no platformām. Jāpiebilst, ka nevienu no filmām, kas tika demonstrētas minētajās vietnēs, nebija iespējams lejuplādēt, kas ir pašsaprotami, jo tās visas aizsargā autortiesības (Freibergs 2020a).

Jevgēņija Paškeviča filma "Ko zina klusā Gerda" (2020) tika demonstrēta kinoteātrī "Splendid Palace", ievērojot atbilstošos drošības pasākumus, taču tā savāca salīdzinoši nīcīgu auditoriju.

Noslēguma ceremonija norisinājās Latvijas Kultūras akadēmijas Nacionālajā kino skolā, bet zālē, izņemot aktieri, kas pie galdiņa izspēlēja dažādas ironiskas miniatūras, nebija neviena cilvēka. Uz skatuves atradās divi pasākuma vadītāji, bet sarkanais paklājs Kino skolas paviljonā bija tikai simbolisks elements, lai piešķirtu kaut nelielu svinīguma atmosfēru. Nacionālā kino centra direktores uzruna tika translēta no Latvijas Televīzijas, tāpat arī mūziķu uzstāšanās. Savukārt žūrija atradās aizkulisēs, balvas netika pasniegtas, bet pieteiktas, bet katras balvas pretendenti atradās vienā no četrām vietām, atbilstoši nomainot cits citu atkarībā no balvas kategorijas: K. K. fon Stricka villā, restorānā "Walters @ Grapa", studijā "Lokomotīve" un Latviešu biedrības namā. Pieslēgšanās žūrijas locekļa uzrunas laikā notika pamīšus visām vietām, bet balvas saņēmējs teica tiešraidē uzrunu, kas tika demonstrēta uz Kino skolas ekrāna.

Viens no nākotnes scenārijiem, ko ieskicēja festivāla producete Marta Bite, bija tas, ka publika aizvien vairāk pieprasa dažādas straumēšanas vietnes, kas ar laiku radīs draudus kinoteātriem (Freibergs 2020a). Papildu informācija par šīm prognozēm lasāma Toma Brueggmana (*Tom Brueggmann*) rakstā (Brueggmann 2020).



1. attēls. Nacionālās kino balvas “Lielais Kristaps 2020” pasniegšanas ceremonijas tiešraide LTV1. 2020. gada 11. novembris. Ekrānizgriezums

RĪGAS STARPTAUTISKAIS KINOFESTIVĀLS (RIGA IFF)

Festivāls tiek rīkots kopš 2014. gada un notiek katru gadu, šobrīd tas ieguvis ievērojamu starptautisku atzinību, un tajā ir pārstāvētas dažāda žanra filmas. Galvenā ir konkursa programma, kuru papildina uzaicināto vieskuratoru sastādīta personiskā izlase, ko parasti veido četras filmas. Man bijis gods to darīt 2019. gadā, programmas nosaukums bija “*In Techno Veritas*”. Festivāla programma bez filmu konkursa un kino demonstrēšanas ietver arī citus pasākumus, kas risinājās dažādos formātos. Lai noskaidrotu 2020. gada festivāla norises gaitu, notika intervija ar festivāla radošo direktori Sonoru Broku un Paulu Bērziņu, kura festivālā bija atbildīga par industrijas pasākumu nodrošināšanu un vadīja filmu starptautiskās izplatīšanas departamentu (Freibergs 2020c).

Kopumā festivālā tika izrādītas 129 filmas (gan pilnmetrāžas spēlfilmas, īsfilmas, gan arī dokumentālās filmas). Saskaņā ar Paulas Bērziņas sacīto, lielākā daļa klātienē demonstrēto filmu tika izrādītas kinoteātrī “*Splendid Palace*”, bet daži seansi notika arī Latvijas Nacionālajā bibliotēkā. Festivāla norises laiks bija no 15. līdz 25. oktobrim, kad klātienē seansi bija atļauti, bet ar ierobežotu cilvēku skaitu, tāpēc 2020. gadā nenotika seansi kinoteātrī “*KSuns*”, kur pēc esošajiem noteikumiem bija iespējams nodrošināt vietas tikai 20 skatītājiem. Visas konkursa filmas tika izrādītas klātienē kinoteātrī “*Splendid Palace*”, tāpat klātienē notika vieskuratoru sastādīto programmu “*In Kino Veritas*” skates. Dažas filmas (pēc Sonoras Brokas teiktā) tika izrādītas gan klātienē, gan tiešsaistē (Freibergs 2020d).



2. attēls. Starptautiskā kino festivāla “Rīga IFF” atainojums LTV1 raidījumos. 2020. gada oktobris. Ekrānizgriezums

Tiešsaistē filmas tika demonstrētas vietnē online.riga.iff.lv, izmantojot platformu “Shift 72”, jo tā nodrošina stingru autortiesību aizsardzību, filmas nav iespējams ne lejuplādēt, ne kopēt ekrānuzņēmumus. Visi tiešsaistes seansi notika tajos pašos laikos, kad tika plānoti demonstrēt kinoteātrī, un bija skatāmi par maksu. Sonora Broka minēja arī to, ka festivāla atklāšana notika klātienē, savukārt Paula Bērziņa sacīja, ka visi industrijas pasākumi (festivāls ir arī vieta, kur iespējams vienoties ar ārzemju partneriem par filmu izplatīšanu citās valstīs vai straumēšanas vietnēs) norisinājās tikai tiešsaistē, jo diskusijās piedalījās arī ārvalstu pārstāvji. Sonora Broka minēja, ka tika nolemts, ka visi ārzemju viesi piedalīsies diskusijās tikai attālināti, lai neveidotos diskriminējoša attieksme pret dažādu valstu ekspertiem epidemioloģiskās situācijas dēļ attiecīgajā zemē (Freibergs 2020d).

Diskusijas virtuālajā realitātē notika, izmantojot dažādas platformas: “YouTube”, “Facebook”, “Zoom”, “Flack” un citas. Visu diskusiju moderatori atradās “Splendid Palace Cafe Noir” studijā. Kā īpašu sasniegumu Sonora Broka minēja faktu, ka kopumā diskusijās piedalījās 824 ārvalstu viesi, kuriem tika nodrošināta iespēja noskatīties Latvijā uzņemtās 30 filmas, kā arī atsevišķu filmu fragmentus šim nolūkam speciāli izveidotā vietnē “Latvian Film Showcase”, kas nebija pieejama Latvijas auditorijai. Šādu praksi festivāla organizētāji izmantoja pirmo reizi.

Īsfilmu programma “Short Riga” skatītājiem notika tikai tiešsaistē. Sonora Broka minēja visai iespaidīgu apmeklētāju skaitu: klātienes seansus noskatījās aptuveni 5500 skatītāju,

bet tiešsaistes daudz vairāk nekā citus gadus – 10 500 skatītāju, kas izskaidrojams ar filmu pieejamību tiešsaistē praktiski visā Latvijas teritorijā (Freibergs 2020d).

Dokumentālo filmu festivāls “*Atrdocfest*” no pavasara bija pārcelts uz rudenī, tika plānots, ka tas būs daļa no “*Riga IFF*”, bet, tā kā nebija iespējams visas filmas demonstrēt klātienē, tā organizētājs režisors Vitālijs Manskis no festivāla organizēšanas atteicās.

BALTIJAS JŪRAS DOKUMENTĀLO FILMU FORUMS (BALTIC SEA DOCS)

Ilgadējais 24. Baltijas valstu dokumentālo kino forums 2020. gadā norisinājās no 29. augusta līdz 6. septembrim, un tam bija divi galvenie mērķi.

Pirmais mērķis ir iepazīstināt skatītājus ar pasaules izcilākajām dokumentālajām filmām, kas pārstāv ne tikai Baltijas jūras reģionu, bet arī citas valstis, programmā ir tikušas iekļautas filmas arī no Čīles, Ukrainas, Lielbritānijas un citām valstīm. Iepriekšējos gados foruma skates notika kinoteātrī “KSuns”, 2020. gadā atšķirībā no citiem gadiem no kinoteātra tika translētas tiešsaistē diskusijas ar dažu filmu režisoriem vai režisorēm bez auditorijas klātbūtnes. Lai noskaidrotu foruma norises formātu, tika intervēta tā projektu vadītāja Zane Balčus (Freibergs 2020e). Visi seansi arī iepriekšējos gados tika piedāvāti bez maksas, iepriekš skatītājiem reģistrējoties uz attiecīgās filmas skati. 2020. gadā foruma filmas tika demonstrētas Latvijas Nacionālā kino centra platformā filmas.lv arī bez maksas. Tas nozīmē, ka tika aptverta daudz plašāka auditorija. Pēc festivālu organizatoru apkopotajiem datiem, tika rīkoti 16 tiešsaistes seansi, un to kopīgais skatījumu skaits bija gandrīz 10 000. Bez tam skatītājiem bija iespējas vērot arī no kinoteātra “KSuns” translētās diskusijas, galvenokārt izmantojot “Zoom” un “ODS” (*Open Data Store*) platformu.

Otrs foruma mērķis ir Latvijā un citviet izstrādātu projektu prezentācija (*pitching*), kurus vērtē dažādu valstu televīziju pārstāvji un izplatīšanas kompāniju pārstāvji ar nolūku panākt vienošanos par topošo filmu demonstrēšanu vai izplatīšanu citās valstīs vai TV kanālos. Saskaņā ar Zanes Balčus teikto, 2020. gadā notika 24 dokumentālo filmu projektu prezentācija (topošo filmu fragmentu vai reklāmas rullīšu demonstrācija, režisoru un producentu uzstāšanās), kurus tiešsaistē vērtēja 20 televīzijas kanālu un izplatītāju pārstāvji, kuru vidū bija Somijas YLE, Zviedrijas SVT, Japānas NHK, Lielbritānijas BBC, Baltijas valstu televīzijas, kā arī tādi filmu izplatīšanas pārstāvji kā “*Taskovski Films*” no Lielbritānijas, “*Cat @ Docs*” no Francijas un vēl arī citi. Industrijas pasākumi notika 3. un 4. septembrī, izmantojot vMix programmu, savukārt projektu pieteicēji prezentēja radošās ieceres no īpaši forumam iekārtotas studijas Latvijas Universitātes Bibliotēkā. Tradicionālā projektu pieteikumu vieta viesnīca “Alberts” 2020. gadā netika izmantota, jo nebija iespējams nodrošināt epidemioloģiskās drošības nosacījumus. Arī industrijas pasākums skatītājiem tika piedāvāts bez maksas tiešsaistē, katru no tiem vēroja apmēram 200 cilvēku (Freibergs 2020e).

EIROPAS KINO VAKARS (EUROPEAN CINEMA NIGHT)

Par tradīciju kļuvušais Eiropas kino vakars tiek rīkots pirms Eiropas Kino akadēmijas Eiropas filmu balvas (EFA) pasniegšanas ceremonijas. 2020. gadā šai pasākumā piedalījās 70 valstis, katras valsts pārstāvim bija iespējams izvēlēties filmu pēc saviem ieskatiem. Pasākums no kino "KSuns" tika pārcelts uz "Kino Bize", kurā tika demonstrēta poļu režisora Jana Komasa (*Jan Komasa*) filma "*Corpus Christi*" (2019), kas ir nominēta vairākām nozīmīgām Eiropas kino balvām, tai skaitā "Labākā Eiropas filma" un "Labākais režisors". Filma tika demonstrēta tiešsaistē 19. novembrī. Jāpiebilst, ka Eiropas kino balvas ceremonija notiks 2020. gada 12. decembrī, bet arī tā būs skatāma tikai tiešsaistē. Jau vairākus gadus LTV to nav translējusi finansiālu apsvērumu dēļ, bet šogad noslēguma ceremonija notiks virtuāli Berlīnē un tiks translēta tiešsaistē EFA internetvietnē www.europeanfilmawards.eu, līdz ar to būs pieejama arī Latvijas auditorijai, kā tika noskaidrots nelielā intervijā ar Latvijas Nacionālā kino centra vadītāju Ditu Rietumu (Freibergs 2020f).

CITI KINO PASĀKUMI UN FESTIVĀLI

Tradicionālais Latvijas kino maratons Latvijas Republikas Neatkarības atjaunošanas dienā 4. maijā notika tiešsaistē Latvijas Nacionālā kino centra (LNKC) vietnē filmas.lv.

Jau astoņus gadus notikusi Ziemassvētku filmu programma kinoteātrī "KSuns" 2020. gadā atcelta vispār. Tāpat arī kino kritiķes un pasniedzējas Anitas Uzulnieces un "Luterāņu stundas" organizētais kino forums "Un vārds tapa filma" nenotika, kā pavēstīja par abiem pasākumiem kinoteātra "KSuns" pārstāvis Juris Zviedris.

Ik gadus "Kino Bize" Kuldīgā organizē Dizaina filmu festivālu. Par to pastāstīja sīkāk kinoteātra pārstāve, projektu vadītāja Paula Bērziņa. Iepriekšējos gados seansi notika divās vietās: kinoteātrī "*Golden Knight Cinema*" un Kuldīgas pils dārzā, kur brīvdabas seansi notiek jau desmit gadus. Tā kā iekštelpu seansi 2020. gadā nevarēja notikt ierobežotā apmeklētāju skaita dēļ, visas filmas tika demonstrētas brīvā dabā, bet pats festivāls tika pagarināts līdz vienam mēnesim, jo filmu demonstrēšana iespējama tikai ar tumsas iestāšanos. Seansi notika trīs nedēļas nogales. Vienīgais klātienē pasākums bija tikšanās divus vakarus ar Vācijas vieslektoru, protams, ar noteiktu skatītāju skaitu.

Rojā organizētā festivāla "*Rojal*" atklāšana notika Rojas kultūras namā, bet seansi notika no 30. jūlija līdz 1. augustam brīvā dabā (Freibergs 2020c).

Festivāls "Baltijas pērle" norisinājās no 7. līdz 13. oktobrim kinoteātrī "*Splendid Palace*", katrā seansā tika noteikts ierobežots apmeklētāju skaits, lai nodrošinātu atbilstību epidemioloģiskajām prasībām (Freibergs 2020g).

SECINĀJUMI

Kā izriet no veiktā pētījuma un intervijām, festivālu organizētāji meklē elastīgu pieeju pasākumu organizēšanai, lai tie netiktu atcelti.

Jau raksta sākumā tika minētas Latvijas kino balvas festivāla “Lielais Kristaps” producentes Martas Bites bažas, ka skatītāji šobrīd pieprasa aizvien vairāk iespēju skatīties filmas dažādās interneta vietnēs, it īpaši pandēmijas apstākļos, kad kinoteātri bija slēgti. Vienlaikus, piemēram, kino “Bize” turpināja piedāvāt skatīties filmas par maksu, jo tiek izmantota atbilstoša platforma, kurpretim citi kinoteātri (“KSuns”, piemēram) atradās dīkstāvē un saņēma attiecīgos pabalstus. Lai arī pašlaik kino kā lielā ekrāna māksla liekas apdraudēta, tomēr vēlētos izteikt cerības, ka kino zāles atkal piepildīs skatītāji, un līdztekus straumēšanas vietnēm būs iespēja skatīties filmas kino zālē, kas filmas uztveri radikāli maina, salīdzinot ar mājas kinozāles apstākļiem vai filmu skatīšanos datorā.

Kino kā medija loma vispārējā mediju ekoloģijā aplūkojama divējādi: no kopīgās mediju ekosistēmas skatpunkta un iekšēji, tas ir, no medija attīstības un tā sasniedzamības perspektīvas dažādās jaunās platformās. Kino kā būtisks medijs tiek patērēts aizvien intensīvāk, līdz ar to arī tas bagātina mediju ekoloģijas kopainu un iegūst daudz nozīmīgāku un plašāku lomu visu mediju ekosistēmā. Šāds secinājums ir skaidrojams ar faktu, ka kino kā medijs vairs nav tikai lielā ekrāna māksla, tā demonstrēšanas platformu dažādība (daudzveidīgas filmu straumēšanas vietnes, ieskaitot viedtālruņus) ļauj piekļūt kino medija patērētājam filmām ērtā laikā un vietā, līdz ar to kino vairs nav piesaistīts tikai kādai ģeogrāfiskai vietai (kinoteātrim), bet tā pieejamība līdzinās citu mediju sasniedzamībai.

LITERATŪRA

Brueggemann, T. (2020). Warner Bros. ‘Wonder Woman 1984’ Strategy Is a Kick in the Teeth to Exhibitors. *IndieWire*, Nov. 18. Izgūts no: https://www.indiewire.com/2020/11/warner-bros-wonder-woman-1984-strategy-kick-in-the-teeth-to-exhibitors-1234599658/?fbclid=IwAR1YWqVKZqUmdG4jqwnkHM-VUG2u-v-4-oC2p678TLrL_-89N2DIIMgsPaEY

Freibergs, V. (2020a). Telefonintervija ar festivāla “Lielais Kristaps” producenti Martu Biti, 2. dec.

Freibergs, V. (2020b). Telefonintervija ar festivāla “Lielais Kristaps” producenti Martu Biti, 3. dec.

Freibergs, V. (2020c). Telefonintervija ar Rīgas Starptautiskā festivāla (RIFF) industrijas pasākumu nodrošināšanas un izplatīšanas departamenta vadītāju, “Kino Bize” projektu vadītāju Paulu Bērziņu, 2. dec.

Freibergs, V. (2020d). Telefonintervija ar Rīgas Starptautiskā festivāla radošo direktori Sonoru Broku, 3. dec.

Freibergs, V. (2020e). Telefonintervija ar Baltijas jūras Dokumentālo filmu foruma projektu vadītāju Zani Balčus, 3. dec.

Freibergs, V. (2020f). Telefonintervija ar Nacionālā Kino centra vadītāju Ditu Rietumu, 3. dec.

Freibergs, V. (2020g). Telefonintervija ar Festivāla “Baltijas Pērle” direktori Marinu Ļipčenko, 2. dec.



IZGLĪTĪBAS PIELĀGOJUMS KRĪZES APSTĀKĻIEM UN MEDIATIZĀCIJA

Elza Lāma

Jau 20. gadsimta sešdesmitajos gados Māršals Maklūens (*Marshall McLuhan*, 1911–1980) norādīja, ka izglītība ir “iestigusi” 19. gadsimtā un mācības krasi atšķiras no tā, ar ko savā ikdienā saskaras bērns (McLuhan 2006 [1967], 18), izceļot, ka izglītībai ir strauji jāmainās, ejot līdzī laikam. Skolēniem pieejamā izglītība nesagatavo viņus “tehnoloģiski pārbagātājam” nākotnei (Iivari *et al.* 2020, 1). Turklāt “digitālā plaisa” rodas ne tikai tehnoloģiju nepieejamības dēļ, bet arī no indivīdu atšķirīgās spējas jēgpilni izmantot jaunās tehnoloģijas savā ikdienā (Iivari *et al.* 2020, 1). Skolu uzdevums ir parūpēties par šo spēju attīstību, taču tās saskaras ar problēmām “tikt līdzī” digitālajiem jaunievedumiem un jaunajiem medijiem. Skolām ir jāmainās, transformējoties no “instrukciju nodošanas un konkrētu standartu uzspiešanas” uz “zinātkāres un pētniecības attīstību”, kas atpazīst dažādas valodas formas (McLuhan 2006 [1967], 100).

Covid-19 pandēmija 2020. gada pavasarī uzsāka “ekstensīvu, pēkšņu un dramatisku digitālo transformāciju sabiedrībā”, kas ietekmēja ikkatru dzīves aspektu, ieskaitot izglītību (Iivari *et al.* 2020, 4). Tieši digitālo tehnoloģiju un mediju dēļ arī pandēmijas laikā bijis iespējams uzturēt komunikāciju gan darbavietā, gan sabiedrībā kopumā; “Zoom” un “MSTeams” platformas visā pasaulē tikušas plaši izmantotas gan izglītības un darba vajadzībām, gan lai uzturētu saikni ar ģimeni un draugiem (Dwivedi *et al.* 2020, 2). “Digitālais lēciens” veselu skolēnu un skolotāju paaudzi piespiedis neticamā ātrumā pielāgoties absolūti nebijušiem apstākļiem, lietojot gan pazīstamas, gan pilnīgi jaunas prasmes (Iivari *et al.* 2020, 4).

Covid-19 krīze 2020. gada aprīlī pēc UNESCO datiem skāra teju 89 % izglītojamo visā pasaulē (Ewing, Vu 2020, 1). Līdz ar to, pārskatot publicētos pētījumus par pandēmijas ietekmi uz ikdienu un izglītības procesu, izkristalizējas līdzīgas problēmas, kas ar atšķirīgu intensitāti novērojamas dažādās pasaules valstīs. Attālināto izglītības procesu ietekmē gan tehniski izaicinājumi, piemēram, interneta pieejamība un tehnoloģiskais nodrošinājums, gan sociāli un gluži iekšēji faktori, piemēram, pašdisciplīna, motivācija, ētika un darba tikums, kā arī digitālo prasmju līmenis.

Izglītības process pandēmijas laikā piedzīvojis digitalizāciju un mediatizāciju. "Digitālā transformācija", piemēram, Somijas pilsētā Oulu mācību procesā noritējusi samērā veiksmīgi, jo skolās arī pirms pandēmijas bijušas attālināto mācību iestrādes. Somu skolās, protams, novērotas arī dažādas problēmas, piemēram, skolēnu motivācijas trūkums vai nevērīga attieksme pret attālināto mācību saturu. Tiem skolēniem, kam bijusi nepieciešama lielāka iesaiste un atbalsts no skolotāja vai vecāka puses, attālinātās mācības sagādājušas lielākas grūtības nekā patstāvīgākiem jauniešiem (Iivari *et al.* 2020, 2–4). Indonēzijā savukārt novērotas arī citas attālinātās komunikācijas problēmas – nespēja nolasīt "neverbālos kodus", kā, piemēram, ķermeņa valodu vai sejas izteiksmes, nespēja efektīvi veikt grupu darbu, jo "savstarpējās interakcijas iespējas ar klases biedriem un skolotāju ir ierobežotas", kā arī nespēja veidot tādu vidi mājās, kas sekmētu efektīvu un netraucētu nodošanos mācībām (Hidayat 2020, 74–77).

Ukrainā, Indonēzijā un citās valstīs, kur izglītības sistēma pirms pandēmijas noritējusi bez izteiktas digitālās komponentes, "digitālais lēciens" bijis sarežģīts. Par spīti Ukrainas Izglītības ministrijas veidotajam saturam "YouTube" un televīzijas kanālos, bez tehniskām problēmām ar interneta savienojumu u. tml. lielākās grūtības attālinātās mācībās sagādājis "skolēnu slinkums" un "vecāku nepietiekama iesaiste" mācību procesā. Skolotāji atzīmējuši, ka izmantot jauno mediju sniegtās iespējas ir grūti, ja "nav pieaugušā, kas monitorē bērna aktivitātes otrā ekrāna pusē" (Fiialka 2020, 372). Arī citās valstīs attālināto mācību procesā izmantotas gan plašsaziņas, gan sociālo mediju un tehnoloģisko rīku iespējas. Piemēram, Austrālijas televīzijā bez ziņu pārraidēm un "Klases epizodēm" ("Class Episodes") ar konkrētu apzināti izstrādātu mācību saturu tiek piedāvāti arī "neformālās" izglītības raidījumi, kas sniedzot vērtīgu ieguldījumu un atspaidu mācībspēka un vecāku noslodzē (Balanzategui *et al.* 2020).

Pētījumos par attālināto izglītības procesu aplūkota arī emocionālā veselība sociālās distancēšanās ietekmē. Polijā "pandēmijas dienasgrāmatu" projektā izgaismotas Covid-19 krīzes radītās mentālās problēmas, kas radušās no piespiedu izolācijas, sociālo kontaktu pārrāvuma, kā arī neskaidrībām par darba tirgus un vispārīgo nākotni (Łukianow *et al.* 2020, 9). Līdzīgi kā citur pasaulē, piemēram, Somijas skolotāji pieredzējuši lielāku slodzi un nogurumu, gatavojoties stundām; pastiprinātu slodzi izjutuši arī vecāki, atbalstot savus bērnus mācībās (Iivari *et al.* 2020, 3–4). Austrālijas pētījumā savukārt analizēti vecāku ieraksti sociālajā tīklā "Twitter", kur pausta nostāja par "mājskološanu" pandēmijas laikā: starp atzīnību par skolotāja darbu un negatīviem komentāriem, kas kritizē valdības rīcību, figurē arī humoristiskas vecāku atziņas par pārslodzi un attālināto mācību kritika – "Šādas mācības var dēvēt par mājmācībām tikai tad, ja tās nāk no "Mājmācības reģiona" Francijā; citādi tās ir tikai

dzirkstošas mācības mājās” (“*You can call it Home Schooling if it comes from the Homeschoole region of France otherwise it is just sparkling domestic education*”) (Ewing, Vu 2020, 8).

Kā secināts pētījumos Ķīnā un ASV, pandēmija izgaismojusi esošās sistēmas nepilnības un nevienlīdzību, piemēram, akadēmiskā mācībspēka, īpaši sieviešu darba-personīgās dzīves balansā (Burk *et al.* 2020), kā arī aktualizējusi ģimeņu ekonomisko nestabilitāti (Qiana, Fanb 2020). Attālinātā darba slogs sievietēm, kas strādā akadēmiskajā vidē, paralēli gādājot par ģimenes locekļiem un bērniem, un viņu izglītības procesu, esot bijis ievērojams. Pandēmijas radīto problēmu atšķirīgais iespaids uz dzimumiem novērots arī Polijas pētījumā, kur piespiedu izolācijas un attālinātā izglītības procesa ietekme ir izteikti lielāka tieši sievietēm (Łukianow *et al.* 2020, 13).

Pandēmijas efektu pētījumos vienlaikus izgaismots arī komunikācijas jautājums. Piemēram, Teksasas Universitātes pētījumā sniegtas rekomendācijas citām universitātēm saskarsmē ar studentiem un mācībspēku, aicinot komunikācijā būt empātiskiem, uzsverot dažādos izaicinājumus indivīdam un sapratni, kā arī izvairīties no tukšiem solījumiem atgriezties pie ierastās kārtības, un gādāt par konkrētiem, viegli izprotamiem ieteikumiem par sejas masku lietošanu un roku dezinfekcijas līdzekli (Mackert *et al.* 2020, 3). Arī Latvijā pētnieki gan individuāli aplūkojuši, piemēram, studentu digitālo komunikācijas un sadarbības prasmju līmeni attālināto mācību laikā (Lāma, Lāma 2020), gan pēc LR Izglītības un zinātnes ministrijas iniciatīvas 2020. gada vasarā un rudenī pievērsušies pandēmijas ietekmes aplūkošanai, sākot no veselības aprūpes un sabiedrības veselības tēmām un beidzot ar tautsaimniecības un sabiedrības labklājības jomām (LR Izglītības un zinātnes ministrija 2020).

PĒTĪJUMA DIZAINS

Lai aptvertu Latvijas medijos atspoguļotās tēmas saistībā ar izglītības digitalizāciju un mediatizāciju pandēmijas ēnā, tika veikta četru dažādu mediju satura analīze laika posmā no pirmās valstī izsludinātās ārkārtas situācijas sākuma 2020. gada 12. martā līdz 2020. gada 27. decembrim.

Satura analīzei tika atlasīti viedokļa raksti, komentāri, diskusijas un apskati par izglītību Latvijā populārākajā portālā “[Delfi.lv](#)”, kā arī sabiedrisko mediju portālā “[LSM.lv](#)”, kas ietver ziņas no Latvijas Televīzijas un Latvijas Radio. Atlasē iekļauti arī raksti no portāla “[Mammāmundētiem.lv](#)”, kas 2020. gada martā piedzīvoja apmeklētāju skaita pieaugumu par 23 % (Gemius 2020), kā arī komentāri no analītiskā medija “[lr.lv](#)”. Noteiktajiem kritērijiem atbilda 105 ziņas, no kurām 58 aptver pavasara mācību semestri un vasaras brīvlaiku, un 47 ziņas, kas tapušas 2020. gada rudenī un ziemā.

Diskusijās medijos saistībā ar izglītības tēmu iezīmējas divi valdošie diskursi: diskurss, kas krīzi tver kā ilgi gaidītu katalizatoru izglītības digitalizācijai un attīstībai, masveidā piespiežot skolas izmantot modernās tehnoloģijas un mācību metodes izglītības procesā, un diskurss, kas fokusējas uz ilgstoši nerisinātām problēmām izglītības jomā, kuras spilgti izceļas uz krīzes

fona: tehniskā nodrošinājuma nepieejamību, digitālo un citu mūsdienās nepieciešamu prasmi trūkumu skolotāju un arī skolēnu vidū, neadekvātu samaksu mācībspēkam salīdzinājumā ar ieguldīto darbu u. c.

KRĪZE KĀ IZAICINĀJUMS UN IESPĒJA

Pavasārī, valdībai izsludinot ārkārtas situāciju, medijos dominē neitrāls, pat pozitīvs tonis, proaktīvi un ar entuziasmu meklējot risinājumus un piedāvājot savu artavu attālināto mācību nodrošināšanai. Pirmajā un otrajā attālināto mācību mēnesī mediju interese par izglītības procesu ir liela un viedokļu un komentāru ir daudz. Mediji aktīvi atspoguļo mācības neordinārajos apstākļos, gādājot par uzmundrinājumu (Rīta Panorāma 2020) un nerimstoši ziņojot par aktualitātēm reportāžu formā (LSM.lv 2020c).

Medijos tiek izcelta “iespēja” un “izaicinājums” pielāgoties un savā labā izmantot attālināto mācību apstākļus (Mammāmuntētiem.lv 2020a). Edgars Čerkovskis, Rīgas Tālmācības vidusskolas skolotājs, piemēram, uzsver:

“Skolēni, kas ārkārtas situācijas ietekmē daļu mācību gada būs pavadījuši attālinātās mācībās, neko nebūs zaudējuši – tieši pretēji. Skolēni šādā veidā pilnveidos arī dažādas papildu prasmes jeb *soft skills* – laika plānošanu, disciplīnu, informācijas meklēšanu un analizēšanu u. tml. [...] Ir jāturpina darbs pie sistēmas restarta un esošā krīze jāizmanto kā iespēja!” (lr.lv, 2020a)

Medijos dominē izglītības iestāžu ikdienas atspoguļojums, tomēr, piemēram, portāls “Mammāmuntētiem.lv” martā un aprīlī cenšas iepazīstināt ar ne vien skolotāju, bet arī vecāku un skolēnu viedokli, kā arī sniegt ieskatu reģionālo skolu situācijā (Mammāmuntētiem.lv, 2020c). Starp ziņām lasāmi “strādājošas mammas racionālie padomi” mācību nodrošināšanai un komunikācijai ar bērnu (Mammāmuntētiem.lv, 2020d), tomēr ir publicēti arī, piemēram, mammas “dvēseles kļiedzieni” par atbalsta trūkumu no valdības un ikdienas problēmām, vienlaikus strādājot no mājām un gādājot par veiksmīgu mācību procesa vadīšanu saviem skolēniem (Mammāmuntētiem.lv, 2020f).

Vienlaikus “pandēmijas nogurums” un emocionālais izsīkums, kas pārņems mediju telpu rudenī, iezīmējas jau aprīlī, izšķirot “otro” un “pat trešo” slodzi vecākiem, īpaši sievietēm (Delfi.lv 2020b). Slodzes diskursa ietvaros tiek aktualizēts arī nevienlīdzības jautājums, kam pamatā ir sabiedrībā dominējošais viedoklis par sievietes lomu un darbu sadalījumu ģimenē (Ģimenes studija 2020c). Paralēli medijos tiek uzsvērts, ka īstermiņā attālinātās mācības kombinācijā ar attālinātu darbu ir paveicams uzdevums, tomēr ilgtermiņā tas sagādātu problēmas visiem iesaistītajiem, arī skolēniem, kam mācību gada noslēgumā rodas šaubas par savu gatavību eksāmeniem (Mammāmuntētiem.lv 2020e). Atsevišķi sāk iezīmēties arī sabiedrības veselības



1. attēls. LU Sociālo zinātņu fakultātes Komunikācijas zinātnes maģistra studiju programmas izlaidums pandēmijas laikā. 2020. gada 2. jūlijā. Vitas Zelčes foto

diskurss, kas ietver tēmas par, piemēram, sociāla kontakta trūkuma ietekmi, jauniešu emocionālās veselības problēmu saasinājumu krīzes ietekmē u. tml.

MĀCĪBU PROCESA PROBLĒMAS UN EMOCIONĀLS PAGURUMS

2020. gada pavasara semestra noslēgumā medijos aktuāls ir atskats uz pavadīto mācību gadu, izceļot kļūdas, reflektējot par sagatavotību krīzei, tās norisi skolās, un aicinot gan sabiedrību, gan mācītspēku un atbildīgo institūciju darbiniekus domāt par rudenī, “robiem, kas būs jāaizpilda” (LSM.lv 2020a), kā arī iespējamo attālināto mācību turpinājumu. Lai gan LR Izglītības un zinātnes ministrijas un “Edurio” maijā un jūnijā veiktajā aptaujā “lielākā daļa skolotāju, skolēnu un vecāku novērtēja, ka viņu skola attālināto mācīšanos nodrošināja drīzāk labi vai ļoti labi” (LR IZM, Edurio 2020), kas saskan ar medijos atspoguļoto, pavasarī novērotās problēmas ar jaunu sparpu atgriežas rudenī.

Lai gan, kā uzsver Latvijas Universitātes Pedagoģijas, psiholoģijas un mākslas fakultātes profesore Zanda Rubene, “krīze kļuva par virzītājspēku, kas palīdzēja izprast, cik gatavi un ekipēti esam pārmaiņām” (LSM.lv 2020a), tā sekmējusi ilgi gaidītas pārmaiņas, bet arī izcēlusi vājos posmus. Bez tehniskām problēmām un mācībām nepieciešamā nodrošinājuma trūkuma, ar ko saskārušās gan vairākas skolas, gan ģimenes mājās, problēmas bijušas ar savstarpējo komunikāciju, skolēnu pašregulāciju, disciplīnu un ētiku. Bieži vien skolēni “testējuši” skolotāja robežas, ir novērota arī “digitālā špikošana”, ko rada “digitālā barjera” (Ģimenes

studija, 2020a). Tiek atzīmēts, ka novecojušās, autoritāras klasvadības metodes digitālajā vidē vairs nestrādā, un skolotājiem bieži vien nākas meklēt jaunus līdzekļus darba organizēšanai. Savukārt Rīgas Pļavnieku pamatskolas pedagogs Andris Kriekšis norāda: “Šāda veida mācību process jāuztver nevis kā kaut kas pārejošs, bet ar domu, ka tā ir šī brīža situācija, ka tā būs nākotnes situācija, kurā vispār varētu notikt mācību process.” (Çīmenes studija 2020b)

Pavasārī novērotā “izdegšana” gan skolotāju, gan vecāku, gan skolēnu pusē rudenī iegūst jaunu aktualitāti un apmērus ([Delfi.lv](#) 2020a). Pandēmijai izvēršoties plašumā, mediju neitrālo toni un proaktīvos ieteikumus darbībai nomaina negatīvākas nokrāsas. Komentāru un viedokļa rakstu daudzums, kā arī ieteikumi produktīvam darbam no dažādiem speciālistiem salīdzinājumā ar martu un aprīli rudenī ir mazāk. Izglītības procesa izaicinājumu tēmas un rīcības plāni, šķiet, sevi izsmēluši. Intervijas ar skolotājiem, vecākiem, padomus veiksmīgākam mācību procesa nodrošinājumam pamazām aizstāj tādi jautājumi kā:

- ķildas starp skolotāju arodbiedrību un Izglītības un zinātnes ministriju ([Delfi.lv](#) 2020c),
- ilgstoši nerisinātās sistēmiskās problēmas un to radītā “spriedze” (skolotāju trūkums un atalgojums, tehniskais nodrošinājums u. c.) (LTV1 Panorāma 2020),
- nevienlīdzība un mazturīgo ģimeņu nepilnvērtīga iesaiste izglītības procesā ([LSM.lv](#) 2020b),
- atbalsta trūkums vecākiem ([lr.lv](#) 2020d),
- skolēniem paredzēto pārtikas paku kvalitāte (Çīmenes studija 2020b).

Krīzei sasniedzot jaunu sava veida kulmināciju decembra vidū, pēc valdības paziņojuma par nepieciešamību nākamajā mācību semestrī visiem, arī mazāko klašu skolēniem, valkāt maskas ([Delfi.lv](#) 2020d), mediji cenšas sabiedrības daļai, kas valdības ierobežojumus uztver ar skepsi un neuzticību, skaidrot sejas aizsarga nepieciešamību un nekaitīgumu (Çīmenes studija 2020d). Reaģējot uz portālā “[Manabalss.lv](#)” savāktajiem parakstiem pret masku valkāšanu, piemēram, sabiedriskie mediji publicē ārstu, skolotāju un vecāku viedokļus, kas pauž atbalstu šim risinājumam:

“Mēs varam mēģināt pārskatīt savu attieksmi, maska ir labākais, kas šobrīd ir, lai bērni varētu klātienē turpināt mācīties. Mēs varam atrast pēc iespējas ērtāko risinājumu, kas bērnam patīktu.” (Çīmenes studija 2020)

Masku diskurss aplūkotajos medijos ir neitrāls, atgādinot pacietīga, racionāla un mūsdienu medicīnu atbalstoša vecāka nomierinošo balsi, skaidrojot ieguvumus (klātienes mācības) un atspēkojot mītus (skābekļa badu). Viedokļi par masku lietderību un nekaitīgumu parādās arī “[lr.lv](#)” (“Masku nēsāšana ir droša un nepieciešama”, ([lr.lv](#) 2020c), un “[Mammāmuntētiem.lv](#)”, kur līdz decembrim svarīgāks ir veselības diskurss – īpaši skolēniem paredzēto pārtikas paku kvalitāte. Portālā “[Delfi.lv](#)” lasāmas tikai preses relīzes un reportāžas no preses konferencēm; atšķirībā no portāla “[Mammāmuntētiem.lv](#)”, kura lasītāji nepiedalās diskusijās par šo tēmu, zem “[Delfi.lv](#)” ziņām par masku lietošanu skolās ir daudz komentāru, kas pauž agresīvu sašutumu un neizpratni par valdības lēmumu. Decembra otrajā pusē, mācību semestrim noslēdzoties, mediju telpu pārņem citas aktualitātes – droša svētku svinēšana un Covid-19 pārslimojušo pieredze, mudinot cilvēkus palikt mājās, distancēšanās un pastaigu takas dabā,

gardas receptes, sabiedrībā zināmu cilvēku apsveikumi – atstājot smagās tēmas par mācību turpināšanu un nezināmajiem apstākļiem nākamajam gadam.

IZGLĪTĪBAS DIGITALIZĀCIJA UN ATTĀLINĀTĀ KLASĒS TELPA

Medijos pandēmijas perioda izglītības diskursa vadošā loma ir skolotājam, vairākkārtīgi izceļot tieši mācībspēka atbildību veiksmīgai pārejai uz attālināto mācību procesu un izglītības procesa veiksmīgai turpināšanai. “Skolotājs ir galvenā atslēga – viņam jāveic komunikācija”, viņš vai viņa ir arī kā “diriģents”, kas uztur klases garu (Latvijas Radio 3 2020). Lai gan slodze attālināto mācību laikā ir augusi un arī resursi, mācību līdzekļi un citas problēmas, par kurām atbildīgi ir skola vai izglītības ministrija, nav atrisinātas, tieši skolotājam ir jāspēj vienlaikus navigēt savu ceļu jaunajos apstākļos, kā arī motivēt, iesaistīt un radīt atbilstošu mācību atmosfēru arī skolēniem, izmantojot digitālo tehnoloģiju radītās iespējas. Lindas Danielas, LU Pedagoģijas, psiholoģijas un mākslas fakultātes dekānes, komentārā “[lr.lv](#)” norādīts:

“Svarīga ir skolotāju digitāli pedagoģiskā kompetence, lai ne tikai nodrošinātu mācīšanos digitālā vidē, piedāvājot dažādus digitālos rīkus, ko izmantot mācīšanās procesā, bet domāt, kā virzīt skolēnu kognitīvo slodzi arī tad, kad viņš mācās attālināti, kā organizēt informācijas plūsmu, lai neradītu nevajadzīgu kognitīvo slodzi.” ([lr.lv](#) 2020e)

Mazāk, bet tomēr tiek iezīmēta arī paša skolēna atbildība un, ievērojot “Skola 2030” jauno kompetenču pieejas principus, “pašvadīta mācīšanās”, kur skolotājs darbojas kā “kuratoris” mācību procesam ([lr.lv](#) 2020). Demokrātizācija izglītības procesā un digitālo rīku organiska iekļaušana mācību ikdienā, domājot par nākotnes profesiju izaicinājumiem, ir “grūdiens”, ko bez globāla mēroga pandēmijas Latvijas izglītības sistēma nebūtu saņēmusi ([lr.lv](#) 2020b).

Problēmas, ar ko skolotāji jau saskārušies un arī turpmāk saskarsies, ir skolas gaisotnes replicēšana attālināti, arī “rituālu digitalizācija”, atvēlot laiku sarunām, savstarpējai enerģijas apmaiņai u. tml. (Latvijas Radio 3 2020). Bez iespējas pārliecināties, vai patiesi un kā skolēns seko līdz stundai ekrāna otrā pusē, arī skolotāja darbs kļuvis krietni sarežģītāks un laikietilpīgāks. Problēmas pārsteidzošā kārtā sagādā arī vecāku nevēlama iesaiste, piemēram, mājasdarbu izpildīšana skolēnu vietā (Mammāmuntētiem.lv 2020b). Savstarpēja uzticēšanās, sadarbība un atklātība ikdienišķā un attālinātā mācību procesā ir jautājumi, kas ir aktuāli tagad un nākotnē.

Lai gan par pandēmijas izraisīto “digitālo lēcieni” vairāki eksperti medijos izsakās atziņīgi, novērtējot gan skolotāju, gan skolēnu fleksibilitāti, kā arī uzsver, ka pārmaiņas ir uz labu, jautājums par pilnvērtīgu attālinātā mācību nodrošinājumu, tai skaitā darba ētiku un plaģiātismu, skolēna motivāciju un pašregulāciju, vecāku nevēlamu iesaisti un skolotāja spēju iedvesmot arī no ekrāna otras puses, ir joprojām aktuāls. “Pandēmija izglītības procesa

digitalizāciju un mediatizāciju ir ļoti strauji vecinājusi,” visā pasaulē “masveidā” izglītības process ir transformējies no tradicionālās klātienēs uz attālinātu, mediatizēto formu, tomēr, pēc Ekonomiskās sadarbības un attīstības organizācija (ESAO) ekspertu secinātā, īstenotās mācības nav vērtējamas kā “attālinātas” pēc būtības, bet gan tikai pēc “formas”, jo zudis “interaktivitātes” elements, telefonsarunā norāda Latvijas Universitātes Pedagoģijas, psiholoģijas un mākslas fakultātes profesore Zanda Rubene. Lai gan viņa izsaka šaubas par īpaši pavasara semestrī notikušo mācību kvalitāti, Rubene norāda, ka ieguvums ir skolās iegādātās jaunās tehnoloģijas; vēl pozitīvi vērtējams tas, ka pandēmijas laiks piespiedis “vismaz 60 % Latvijas skolu” skolotāju un skolēnu attīstīt un pilnveidot savas digitālās, medijpratības un sadarbības prasmes jaunās formās.

Profesore Rubene atzīst, ka sākumskolas klašu skolēniem, kas jaunāki par 12 gadu vecumu, “normālos, nevis pandēmijas apstākļos” nav iespējams īstenot efektīvu mācību procesu attālināti, jo tas saistīts ar vairākiem vecumposmam raksturīgiem riskiem. Viņa savukārt neredz šķēršļus vecāku klašu skolēniem, īpaši vidusskolēniem, ieviest “noteiktā proporcijā” mācības attālināti arī pēc pandēmijas krīzes, tādējādi sekmējot medijpratības un digitālo prasmju attīstību, kā arī pašvadītu mācīšanos, vienlaikus piemetinot, ka vecāko klašu skolēniem pastāv cita veida riski, kas saistīti ar emocionālo stāvokli, izolācijas raisītiem efektiem. Eksperte Zanda Rubene atzīst, ka pandēmija pavērusi iespējas, piemēram, skolēniem-sportistiem vai māksliniekiem, kas pavadā daudz laika ārvalstīs, nemainīt skolu vai nepamest mācības, bet tās turpināt attālināti, kas būtu atzīstama prakse arī turpmāk. Profesore norāda, ka būtu “racionāli izmantot to, ko mēs tagad protam”, un cer uz pozitīvām pārmaiņām izglītības nozarē arī turpmāk. “Mēs šausmīgi pretojamies digitalizācijai un digitālajai transformācijai profesionālajā vidē, arī skolā, bet mājās mēs nepretojamies nemaz – tur transformācija jau ir notikusi. [...] Izaicinājums ir izmantot digitālos rīkus vairāk darbā un mācībās, nevis ikdienā – ir jādodomā par jēgpilnu tehnoloģiju izmantošanu,” rezumē Z. Rubene.

SECINĀJUMI

Latvijas plašsaziņas medijos atainotais izglītības process un tā mediatizācija Covid-19 pandēmijas ēnā saskan ar citos pasaules pētījumos 2020. gada pavasarī un rudenī secināto. Salīdzinot pandēmijas “pirmo” un “otro vilni”, ir vērojama izteikta polarizācija. Pavasarī medijos dominē neitrāls, pat pozitīvs tonis, atspoguļojot jaunus apstākļus kā izaicinājumu un izejas ilgi gaidītām pārmaiņām. Diskurss “krīze kā iespēja” ietver:

- iedvesmojošus piemērus no citām valstīm,
- skolotāju un vecāku pieredzes stāstus par to, kā attīstīt jaunas, noderīgas prasmes un izmantot radušos apstākļus savā labā,
- produktīvas diskusijas nozarē par aktuālajām problēmām,
- pragmatiskus risinājumus, “rīcības plānus” vecākiem, skolēniem un skolotājiem.

Savukārt rudenī ziņu plūsma ir lēnāka un manāms nogurums, arī negativitāte – parādās viedokļi, uzsverot negatīvo:

- atbildīgo institūciju, ministrijas un skolu “neizpildīto mājasdarbu” un nepietiekamo sagatavošanos pandēmijas saasinājumam,
- sistēmisko problēmu samilšanu un risinājumu trūkumu (skolotāju atalgojums, skolotāju darba slodze, neadekvāts tehniskais nodrošinājums darbam mājās),
- atbildīgo institūciju nerūpēšanos par skolēniem attālināto mācību laikā (pārtikas paku neatbilstība veselīga uztura standartiem),
- nepieciešamību klātienē mācībām lietot maskas un iespējamās problēmas ar to valkāšanu,
- skolotāju un vecāku izdegšanu palielinātās slodzes dēļ.

Krīzei 2020. gada nogalē eskalējoties un atbildīgajām institūcijām meklējot arvien jaunus veidus, kā turpināt mācības klātienē pēc iespējas lielākam skolēnu skaitam, arī konflikti medijos par problēmām izglītības nozarē saasinās, “meklējot vainīgos” un, iespējams, aizmirstot par plašāku perspektīvu un prioritātēm, kā, piemēram, skolēnu un skolotāju drošību, veselību un dzīvību; pārgrupēšanās un atgriešanās pie pavasarī valdošā diskursa un neitrālā, skaidrojošā toņa īpaši sabiedriskajos medijos vērojama, tikai pieaugot neapmierinātībai atsevišķās sabiedrības grupās saistībā ar masku lietošanu skolās.

Vērtējot katru mediju atsevišķi, vissabalansētākā ziņu plūsma, cenšoties piedāvāt vispusīgu aktualitāšu apskatu, izcelt problēmas, taču vienlaikus arī aicināt ekspertus reflektēt par produktīviem risinājumiem, ir tieši sabiedriskajiem medijiem. Sabiedrībai nogurstot no valstī noteiktajiem ierobežojumiem, sociālu kontaktu trūkuma un citām krīzes izraisītajām problēmām, rodas retorisks jautājums, vai bieži vien neproduktīvā kritika pret nozares vadošajiem spēlētājiem un koncentrēšanās uz problēmām, kļūdām un neveiksmēm nopietnas krīzes laikā, ir auglīga un vai proaktīvais, uz risinājumiem orientētais “pandēmija kā iespēja” diskurss nesniedz lielāku artavu krīzes pārvarēšanā.

LITERATŪRA

Balanzategui, J., Burke, L., & McIntyre, J. (2020). 'What would Bandit do?': reaffirming the educational role of Australian children's television during the COVID-19 pandemic and beyond. *Media International Australia*, 1–9. DOI: 10.1177/1329878X20948272

Burk, B. N., Pechenik Mausolf, A., & Oakleaf, L. (2020). Pandemic Motherhood and the Academy: A Critical Examination of the Leisure-Work Dichotomy. *Leisure Sciences*, 1–7. DOI: 10.1080/01490400.2020.1774006

Delfi.lv. (2020a). Izdedzis sistēmā un dažādu bailu vajāts. Pedagogu trūkst visā Latvijā. *Delfi.lv* 27. okt. Izgūts no: <https://www.delfi.lv/calis/jaunumi/izdedzis-sistema-un-dazadu-bailu-vajats-pedagogu-trukst-visa-latvija.d?id=52591153>

Delfi.lv. (2020b). Nogurdinošā dubultslodze: trīs stāsti par skolotāju–mammu ikdienu pandēmijas laikā. *Delfi.lv* 4. apr. Izgūts no: <https://www.delfi.lv/calis/jaunumi/nogurdinosa-dubultslodze-tris-stasti-par-skolotajumu-mumu-ikdienu-pandemijas-laika.d?id=52027131>

- Delfi.lv. (2020c). Pedagogu vadzis lūst – arodbiedrība pieprasa Šuplinskas demisiju. *Delfi.lv*. 27. nov. Izgūts no: <https://www.delfi.lv/news/national/politics/pedagogu-vadzis-lust-arodbiedriba-pieprasa-suplinskas-demisiju.d?id=52695381>
- Delfi.lv. (2020d). Video: Maskas skolās visiem – IZM informē par ierobežojumiem. *Delfi.lv*. 3. dec. Izgūts no: <https://www.delfi.lv/news/national/politics/video-maskas-skolas-visiem-izm-informe-par-ierobezojumem.d?id=52719821>
- Dwivedi, Y. K., Hughes, D. L., Coombs, C., Constantiou, I., Duan, Y. et al. (2020). Impact of COVID-19 pandemic on information management research and practice: Transforming education, work and life. *International Journal of Information Management*, 55, 1–20. DOI: 10.1016/j.ijinfomgt.2020.102211
- Ewing, L. A., & Vu, H. Q. (2020). Navigating ‘Home Schooling’ during COVID-19: Australian public Navigating ‘Home Schooling’ during COVID-19: Australian public response on Twitter. *Media International Australia*, 1–9. DOI: 10.1177/1329878X20956409
- Fiialka, S. (2020). School Media Education During the COVID-19 Pandemic: Limitations and New Opportunities. *Media Education (Mediaobrazovanie)*, 60(3), 367–374. DOI: 10.13187/me.2020.3.367
- Gemius. (2020). Gemius: Martā ievērojami pieaugusi TOP 20 populārāko portālu auditorija. *Gemius.lv*. 16. apr. Izgūts no: <https://www.gemius.lv/all-reader-news/gemius-marta-ieverojami-pieaugusi-top-20-popularako-portalu-auditorija.html>
- Ģimenes studija. (2020a). Ētika attālinātājās mācībās: Skolēniem jāsaprot, ka klases telpa kļuvusi virtuāla. *Ģimenes studija*. 26. nov. Izgūts no: <https://lr1.lsm.lv/lv/raksts/gimenes-studija/etika-attalinatajas-macibas-skoleniem-jasaprot-ka-klases-telpa-k.a.137063/>
- Ģimenes studija. (2020b). Pārtikas pakas skolēniem: nereti to saturs neatbilst veselīga uztura priekšrakstiem. *Ģimenes studija*. 25. nov. Izgūts no: <https://lr1.lsm.lv/lv/raksts/gimenes-studija/partikas-pakas-skoleniem-nereti-to-saturs-neatbilst-veseliga-uzta.a136945/>
- Ģimenes studija. (2020c). Profesore: Šī situācija veicina nevienlīdzību ģimenēs; mēs runājam par mātēm, ne vecākiem. *Ģimenes studija*. 21. maijs. Izgūts no: <https://www.lsm.lv/raksts/dzive--stils/vecaki-un-berni/profeso-re-si-situacija-veicina-nevienlidzibu-gimenes-mes-runajam-par-matem-ne-vecakiem.a360730/>
- Ģimenes studija. (2020d). Speciālisti: Maskas skolēniem ir labākais risinājums, lai turpinātos mācības klātienē. *Ģimenes studija*. 14. dec. Izgūts no: <https://lr1.lsm.lv/lv/raksts/gimenes-studija/specialisti-maskas-skoleniem-ir-labakais-risinajums-lai-turpinat.a137782/>
- Hidayat, D. (2020). Crisis Management and Communication Experience in Education during the COVID-19 Pandemic in Indonesia. *Malaysian Journal of Communication*, 36(3), 67–82. DOI: 10.17576/JKMJC-2020-3603-05
- Iivari, N., Sharma, S., & Venta-Olkkonen, L. (2020). Digital transformation of everyday life – How COVID-19 pandemic transformed the basic education of the young generation and why information management research should care? *International Journal of Information Management*, 55, 1–5. DOI: 10.1016/j.ijinfomgt.2020.102183
- Ir.lv. (2020a). Ārkārtas situācija kā izglītības nozares restarts. *Ir.lv*. 25. marts. Izgūts no: <https://ir.lv/2020/03/25/arkartas-situacija-ka-izglitibas-nozares-restarts/>
- Ir.lv. (2020b). Globāls triecienkurss digitālajā pratībā – kā ar to veicas Latvijas izglītībai? *Ir.lv*. 12. maijs. Izgūts no: <https://ir.lv/2020/05/12/globals-triecienkurss-digitalaja-pratiba-ka-ar-to-veicas-latvijas-izglitiba/>
- Ir.lv. (2020c). Masku nēsāšana bērniem ir droša un nepieciešama. *Ir.lv*. 10. decembris. Izgūts no: <https://ir.lv/2020/12/10/masku-nesasana-berniem-ir-drosa-un-nepieciesama/>
- Ir.lv. (2020d). Robots, ne skolotājs. *Ir.lv*. 4. decembris. Izgūts no: <https://ir.lv/2020/12/10/masku-nesasana-berniem-ir-drosa-un-nepieciesama/>
- Ir.lv. (2020e). Tehnoloģijas un mācīšanās. Daži sīkumi, ko paturēt prātā. *Ir.lv*. 26. novembris. Izgūts no: <https://ir.lv/2020/11/26/tehnologijas-un-macisanas-dazi-sikumi-ko-paturet-prata/>
- Latvijas Radio 3. (2020). Dizains ārkārtējai situācijai. Kā tas var palīdzēt mācīt un apgūt zināšanas attālināti? LR3. 23. marts. Izgūts no: <https://www.lsm.lv/raksts/kultura/dizains-un-arhitektura/dizains-arkartejai-situacijai-ka-tas-var-palidzet-macit-un-apgut-zinasanas-attalinati.a352924/>
- Lāma, G., Lāma, E. (2020). Remote study process during Covid-19: Application and self-evaluation of digital communication and collaboration skills. *New Trends and Issues Proceedings on Humanities and Social Sciences*, 7(3), 124–129. DOI: 10.18844/prosoc.v7i3.5241

LR Izglītības un zinātnes ministrija. (2020). Valsts pētījumu programmā "Covid-19 seku mazināšanai" tiks īstenoti 10 projekti. Izgūts no: <https://www.izm.gov.lv/jaunums/valsts-petijumu-programma-covid-19-seku-mazinanasai-tiks-istenoti-10-projekti>

LR IZM, Edurio. (2020). Mācību gada noslēguma aptaujas. Izgūts no: <https://www.izm.gov.lv/jaunums/attalinatas-macibas-no-skolenu-skolotaju-un-vecaku-skatupunkta-0>

LSM.lv. (2020a). Atskats uz mācību gadu: robi zināšanās, socializācijas trūkums un digitālā špikošana. LSM.lv 6. jūnijs. Izgūts no: <https://www.lsm.lv/raksts/dzive--stils/vecaki-un-berni/atskats-uz-macibu-gadu-robi-zinasanas-socializācijas-trukums-un-digitala-spikosana.a362570/>

LSM.lv. (2020b). Pašvaldības: Attālinātās mācības joprojām nav pieejamas daudziem maznodrošinātajiem. LSM.lv 12. novembris. Izgūts no: <https://www.lsm.lv/raksts/zinas/latvija/pasvaldibas-attalinatas-macibas-joprojam-nav-pieejamas-daudziem-maznodrosinatajiem.a381404/>

LSM.lv. (2020c). Pirmā attālināto mācību diena: skolām dažādas pieejas; e-klase strādā lēni. LSM.lv 23. marts. Izgūts no: <https://www.lsm.lv/raksts/zinas/latvija/pirma-attalinato-macibu-diena-skolam-dazadas-pieejas-e-klase-strada-leni.a352852/>

LTV1 Panorāma. (2020). Izglītības nozarē pieaug spriedze Covid-19 dēļ. Panorāma. 3. nov. Izgūts no: <https://www.lsm.lv/raksts/zinas/latvija/izglitibas-nozare-pieaug-spridze-covid-19-del-daudz-vairak-pedagogu-pamet-darbu.a380388/>

Łukianow, M., Głowacka, M., Helak, M., Kościńska, J., & Mazzini, M. (2020). Poles in the face of forced isolation. A study of the Polish society during the Covid-19 pandemic based on 'Pandemic Diaries' competition. *European Societies*, 1–15. DOI: 10.1080/14616696.2020.1841264

Mackert, M., Table, B., Yang, J., Bouchacourt, L., & Woods, J. M. (2020). Applying Best Practices from Health Communication to Support a University's Response to COVID-19. *Health Communication*, 1–4. DOI: 10.1080/10410236.2020.1839204

Mammāmuntētiem.lv. (2020a). Attālinātās mācīšanās ieguvumi un izaicinājumi. Mammāmuntētiem.lv 3. marts. Izgūts no: <https://www.mammamuntetiems.lv/zinas/aktualitates/46962/attalinatas-macisanas-ieguvumi-un-izaicinajumi>

Mammāmuntētiem.lv. (2020b). Ratinika: Attālinātajās mācībās izglītības kvalitāte cieš arī vecāku nevēlamas ietekmes dēļ. Mammāmuntētiem.lv 29. okt. Izgūts no: <https://www.mammamuntetiems.lv/articles/50110/ratinika-attalinatajas-macibas-izglitibas-kvalitate-cies-ari-vecaku-nevelamas-ietekmes-del/>

Mammāmuntētiem.lv. (2020c). Smiltenes tehnikuma pedagogi vērtē attālinātās mācīšanās pieredzi. Mammāmuntētiem.lv 18. apr. Izgūts no: <https://www.mammamuntetiems.lv/articles/47517/smiltenes-tehnikuma-pedagogi-verte-attalinatas-macisanas-pieredzi/>

Mammāmuntētiem.lv. (2020d). Strādājoša mamma krīzes vidū: racionāli padomi, kā tikt galā ar nemieru, bērniem un darbu vadīšanu. Mammāmuntētiem.lv 23. marts. Izgūts no: <https://www.mammamuntetiems.lv/articles/46977/stradajosa-mamma-krizes-vidu-racionali-padomi-ka-tikt-gala-ar-nemieru-berniem-un-darbu-vadisana/>

Mammāmuntētiem.lv. (2020e). Trīs 12. klases skolnieces brīdina ministri – liela daļa nav gatava eksāmeniem. Mammāmuntētiem.lv 27. apr. Izgūts no: <https://www.mammamuntetiems.lv/articles/47712/tris-12-klases-skolnieces-bridina-ministri--liela-dala-nav-gatava-eksameniem/>

Mammāmuntētiem.lv. (2020f). Viedoklis: Mamma dvēseles kļiedziens! Ne par to, ka ir grūti, bet es arī gribu valsts atbalstu! Mammāmuntētiem.lv 23. marts. Izgūts no: <https://www.mammamuntetiems.lv/emuars/47091/viedoklis-mammas-dveseles-kliedzis-ne-par-to-ka-ir-gruti-bet-es-ari-gribu-valsts-atbalstu/>

McLuhan, M. (2006 [1967]). *The Medium is the Massage. An Inventory of Effects*. Corte Madera: Gingko Press Inc.

Qiana, Y., & Fanb, W. (2020). Who loses income during the COVID-19 outbreak? Evidence from China. *Research in Social Stratification and Mobility*, 66, 1–5. DOI: 10.1016/j.rssm.2020.100522

Rīta Panorāma. (2020). Izglītības centrs: Ir pārliecība, ka attālinātās mācības skolās būs veiksmīgas. Rīta Panorāma. 23. marts. Izgūts no: <https://www.lsm.lv/raksts/zinas/latvija/izglitibas-centrs-ir-parlieciba-ka-attalinatas-macibas-skolas-bus-veiksmigas.a352804/>



209

SPORTS PANDĒMIJAS KRĪZĒ

Sandis Sauka

“Sācies 2020. gada pēdējais mēnesis. Gada, kurš spilgtā atmiņā paliks ikvienam no mums. Šoreiz klusajās jaungada svinībās nevajadzēs otram novēlēt, lai nākamais gads ir labāks par iepriekšējo, jo 2021. gadam būtu ļoti jāpiepūlas, lai tas kļūtu tikpat drausmīgs. Lai 2020. gads paliek dziļā pagātnē!” vēstīts žurnāla “Sporta Avīze” 2020. gada pēdējā numurā redakcijas slejā (Megnis 2020, 2). Gads koronavīrusa Covid-19 pandēmijas apstākļos būtiski ietekmēja daudzas sabiedrības dzīves jomas, nesaudzējot arī sporta sfēru. Mainījās gan paša sporta ekosistēma, gan arī sporta vieta mediju ekosistēmā. Šo piespiedu pārmaiņu sākums un pirmās sekas jau ir analizētas vairāku pētnieku darbos. Pandēmijas laikā cilvēkiem nācās mainīt savus ikdienas paradumus, tostarp atteikties no brīvā laika sporta nodarbībām vingrošanas zālēs, peldbaseinos un citviet. Tas ir atstājis negatīvu ietekmi uz viņu labjutību, garastāvokli un veicinājis depresijas simptomu pieaugumu (Mutz 2021). Tomēr pandēmijas sākumā pētnieki, apzinoties tās milzīgo ietekmi uz visu sporta dzīves organizāciju, tiecas uzdot jautājumus par šās nozares nākotni, kā arī apspriest sportistu startus pēc krīzes, Olimpisko spēļu sociālo lomu, iespējamās sporta nozares organizācijas un to apkalpojošo institūciju transformācijas u. c. jautājumus (piemēram, Evans *et al.* 2020; Taku, Arai 2020; Schinke *et al.* 2020). Arī Latvijas mediji 2020. gadā fiksējuši jaunos apstākļus un to daudzveidīgo ietekmi uz sporta jomu. Pandēmijas radītās krīzes galvenās sekas:

- sacensību norišu izmaiņas un atcelšana,
- izmaiņas sportistu un sabiedrības treniņu procesā,
- ietekme uz sportistu ceļošanu, pārvietošanos,
- dažādo tiesisko ierobežojumi un ekonomisko seku iztaisītā ietekme,
- nenoteiktība un atšķirīgas nākotnes prognozes.

Pirmspandēmijas laikā sports bija nozīmīga sabiedrības joma, un medijiem tajā bija būtiska loma. 2017. gadā veiktas aptaujas dati liecina, ka vairākums (84 %) strādājošo Latvijas iedzīvotāju vecumā no 20 līdz 65 gadiem seko līdzīgai Latvijas sportistu sniegunam medijos, skatoties sporta pārraides un sporta ziņas, lasot sporta ziņas presē vai internetā, sekojot medijos vai sociālajos tīklos (Latvijas Sporta federāciju padome, Kantar TNS 2017, 26). Sporta oriģinālrādījumi piederēja pieprasītākajām Latvijas mediju pārraidēm. 2019. gadā veiktās aptaujas dati vēsta, ka aptuveni trešdaļa (29 %) respondentu labprāt redzētu vēl vairāk šīs tematikas oriģinālrādījumu LTV kanālos. Pieprasījumu pēc sporta pārspēj vien seriāli, filmas, bērnu raidījumi un multfilmās (Latvijas Televīzija 2020, 10).

Arī Covid-19 izraisītās krīzes laikā vairākas sporta pārraides piederēja visvairāk skatītajiem raidījumiem. Lineārās TV skatītāko programmu TOP 20 iekļuvuši raidījumi "TV3 Sporta ziņas", "Panorāma. Sports" (LTV1), "Sporta studija Amerikā" (LTV1) (Rumpēters 2021). Savukārt sporta apskata žurnāls "Sporta Avīze" atrodas lasītāko periodiskās preses izdevumu Top 100 vidusdaļā (Kronberga 2020).

Šajā nodaļā raksturota Latvijas sporta dzīve, sporta mediju darbība pandēmijas radītajā krīzē 2020. gadā un sporta žurnālistu skatījums uz šo pieredzi.

SPORTA PASAULE PANDĒMIJAS PIRMAJĀ VILNĪ

Latvijas valdība 2020. gada 12. martā pieņēma lēmumu valstī izsludināt ārkārtējo situāciju līdz 14. aprīlim, pēc Pasaules Veselības organizācijas 11. marta paziņojuma, ka koronavīrusa slimības Covid-19 izplatība sasniegusi globālas pandēmijas apmērus. Pandēmijas apstākļos visā pasaulē tika mainīts gan sporta sacensību kalendārs, gan notika atteikšanās no skatītājiem.

Nacionālās basketbola asociācijas (NBA) vadība brīdināja klubus sagatavoties iespējai spēles aizvadīt bez skatītājiem. Savukārt Nacionālajā hokeja līgā (NHL) apliecināja, ka neiebildīs pret klubu lēmumu ierobežot žurnālistu iekļūšanu komandu ģērbtuvēs. Koronavīrusa Covid-19 apdraudējuma dēļ, lai neriskētu ar dalībnieku un skatītāju veselību, divas dienas pirms plānotā sacensību sākuma atcēla Indianvelsas tenisa turnīru ASV. Tajā bija paredzēts piedalīties arī Latvijas tenisistēm Aļonai Ostapenko un Anastasijai Sevastovai (Galkins 2020a). Tenisa sezonā otro "Grand Slam" turnīru – Francijas atklāto čempionātu – pārcēla no ierastā norises laika maija beigās jūnija sākumā uz rudenī (Galkins 2020b).

Pandēmijas sākumposmā valdīja liela neskaidrība. Piemēram, neatkarīgā sporta žurnālista Raimonda Rudzāta interneta vietnes "Ģērbtuve" 12. marta raidierakstā "Bufete" piedalījās pieredzējušie sporta žurnālisti Ingmārs Jurisons un Jānis Janševics. Viņi kopā ar raidījuma viesi Latvijas hokeja izlases treneri Arti Ābolu apsprieda arī koronavīrusa ietekmi uz sportu. Sarunas dalībnieki konstatēja, ka augsta līmeņa futbola komandas spēlē pie tukšām tribīnēm un dažviet nespēlē pat vispār. Līdzīgs fenomens vērojams gaidāmā Pasaules hokeja čempionāta mājvietā Šveicē, kas rada bažas par čempionāta norisi. Raidījumā tika runāts



1. attēls. Boksera Maira Brieža sasniegumu reprezentācija LTV1 raidījuma “Sporta studija” gada apskatā. 2020. gada 29. decembris. Ekrānizgriezums

arī par 2021. gada Tokijas Olimpisko spēļu norises iespējamību un paustas bažas par gaidāmo Pirmās formulas pasaules čempionāta sezonu. Raidījuma dalībnieki ar nožēlu pieminēja FIM Pasaules čempionāta motokrosā atcelto 1. posmu, kurā bija jāstartē Latvijas sportistam Paulam Jonasam. J. Janševičs atgādināja ASV Nacionālās basketbola līgas spēlētāja Lebrona Džeimsa teikto, ka bez skatītājiem viņš nespēlēšot. Raidījuma dalībnieki bija vienis prātis, ka sporta industrija lielā mērā balstās uz skatītāju klātbūtni un viņu “balsojumu ar maciņu” (Birste 2020).

“Mūsdienu sports vēl nekad nav saņēmis šādu triecienu. Pirmo reizi simtiem miljardu vērtā industrija ir spiesta apturēt savu darbību. Kopš Otrā pasaules kara olimpiskā kustība ir saskārusies ar savu lielāko izaicinājumu,” ar šādām rindām iesākas Raimonda Gekiša uzruna LTV1 17. marta raidījumā “Sporta studija”, kurā notika diskusija par neskaidro sporta nākotni (LTV Sporta studija 2020).

Atceroties pavasara notikumus, LTV sporta ziņu žurnālists Uģis Joksts gada nogalē stāstīja, ka sākotnēji ziņa par vīrusu Uhaņā, Ķīnā netika uztverta nopietni, jo “uzskatījām, ka tas līdz mums nenonāks un mūs neietekmēs”. Sākotnēji ierastās ziņas nomainīja ikvakara informācija par atceltajiem un nenotikušajiem sporta pasākumiem un kārtējiem noteikumiem. Šajā laikā LTV sporta ziņas informēja skatītājus par norisēm lielajā sportā ārzemēs un par

visu notiekošo Latvijas sporta ziņās, piemēram, kas notiks ar Ņujorkas maratonu, Itālijas futbola virslīgu, UEFA Čempionu līgu, Rīgas maratonu un taku skriešanas sacensībām "Stirnu buks". Igaunijas sabiedriskais medijs jeb ERR (*Eesti Rahvusringhääling*) laikposmā no marta līdz aprīlim uz mēnesi izšķīrās par sporta ziņu izlaidumu, kuram ik vakarus bija 100 000 skatītāju, pārtraukšanu. ERR atzīst, ka šis lēmums nebija viegls un tika pieņemts aiz cieņas pret skatītāju situācijā, kad nenotika nekādas sporta sacensības. Arī LTV "Sporta ziņas" nonāca situācijā, kad nenotika pilnīgi nekas, viss bija atcelts un nebija ziņu. "Protams, varējām stāstīt un rādīt, izmantojot fotogrāfijas. Taču, manā skatījumā, televīzija atšķirībā no radio rāda kustīgu attēlu, kuru runātais teksts tikai papildina," atceras U. Joksts. LTV Sporta redakcijas lozungs bija "neejam īgauņu pēdās". Sapulcēs tika risināti jautājumi par to, ko var izdarīt un kā radīt ziņas no nekā, lai tik tās nebūtu jāslēdz, lai tikai nepazaudētu savu auditoriju (Joksts 2021). Arī sporta žurnālists Ingmārs Jurisons atzina, ka pirmais brīdis bija šoks visiem. Tomēr pirmos pandēmijas mēnešus, viņaprāt, var dēvēt arī par "pļaujas laiku", jo auditorija bija izslāpusi pēc jaunumiem un vēlējas saprast notiekošo, zināt un saprast, kas notiks, kas ir atcelts, kāpēc ir atcelts, kā tas tiks pārdzīvots, uz cik ilgu laiku, kad varēs atgriezties, uz kādiem nosacījumiem, vai kāds nav saslīmis. Auditorijas lielo interesi apstiprina arī "Gemius" dati, kas liecina, ka interese par sportu bija pieaugusi par 20–30 % salīdzinājumā ar vidējo ikdienas rādītāju (Jurisons 2021).

"Es pateikšu godīgi, bija pāris reizes, kad man bija kauns iet ēterā," vaļširdīgi atzīstas Joksts. Pandēmijas pirmajos mēnešos bija situācija, kad LTV abonēto ziņu aģentūru – komerciālo aģentūras SNTV un Eiropas Raidorganizāciju apvienības jeb EBU (*European Broadcasting Union*) – sistēmā lietošanai bija pieejams tikai viens video fails. Tajā bija Baltkrievijas futbola čempionāta virslīgas spēle. To tad "patērēja pus pasaule", jo šī spēle bija vienīgais sporta notikums Eiropā. Joksts stāsta, ka vēlāk parādījās Igaunijas futbola virslīgas spēles videomateriāls, kas arī kļuva par Eiropā patērētu produktu, jo citu videomateriālu nebija. Pirmskrīzes situācijā šādi kaimiņvalstu futbola līgu notikumi, visticamāk, nekad netiku aplūkoti LTV Sporta ziņās (Joksts 2021).

Pandēmijas izraisītā krīze nopietni skāra drukāto presi. Pavasarī notika diezgan būtisks pavērsiens Latvijas laikrakstu darbā. Vienai no vadošajām avīzēm "Diena" ierasti bija divas sporta lapas dienā un pēc ražīgas nedēļas nogales – četras pirmdienās. Krīzē tās pārvērtās par divām sporta lapām nedēļā. Līdzīgi novērojumi ir arī par "Latvijas Avīzi". Tiešsaistes mediji spēja vieglāk pielāgoties. Jurisons atzina, ka tie ir kā no "gumijas – var izstiepties vai sarauties" atbilstoši saturam. Drukātās preses pastāvēšana faktiski ir atkarīga no reklāmdevēju naudas. Reklāmdevēji šajos apstākļos "apgrieza" reklāmas budžetus. Tas bija dubultā sāpīgi, jo izbeidzās gan ziņas, gan nauda (Jurisons 2021).

Nozīmīgākais starptautiskais sporta notikums, par kuru vēstīja mediji, bija Tokijas Olimpiskās spēles. Marta otrajā pusē Starptautiskā Olimpiskā komiteja jau apzinājās, ka Tokijas Olimpisko spēļu sarīkošanā ir iespējami dažādi scenāriji, taču noliedza atcelšanas iespēju (Galkins 2020c). Tomēr visai drīz tika pieņemts lēmums, ka tās tiek pārceltas uz 2021. gadu, saglabājot oficiālo nosaukumu 2020. gada Tokijas Olimpiskās spēles (Galkins, Ķezberis 2020).

Svarīgākais Latvijas 2020. gada pavasara notikums – “Rimi” Rīgas maratons, kas gatavojās 30. gadskārtas atzīmēšanai un kas otro gadu pēc kārtas saglabāja starptautiskās vieglatlētikas jumtorganizācijas “World Athletics” Zelta marku. Rīgas maratons ir vienīgais Ziemeļeiropā ar šādu novērtējumu, līdzās Parīzei, Vīnei, Prāgai, Sidnejai, Roterdamai, Seviļai, Mumbajai u. c. statusā pārspējot Romu, Barselonu, Milānu, Buenosairesu, Varšavu, Kopenhāģenu un Tallinu. Šis Rīgas maratona statuss nodrošina Latvijas un ārvalstu sportistiem iespēju izpildīt kvalifikācijas normatīvu maratonā un pusmaratonā startiem olimpiskajās spēlēs u. c. nozīmīgās sacensībās. Savukārt neatkarīgi no rezultāta ceļazīmi uz Tokijas Olimpiskajām spēlēm nodrošinātu iekļūšana pirmajā piecniekā (Galkins 2019). Vēl martā Rīgas maratona organizators Aigars Nords pieļāva iespēju, ka skriešanas sacensības tomēr varētu notikt ierasti – maijā, iespējams startējot tikai elites skrējējiem kā citviet pasaulē, piemēram, Tokijas maratonā (LTV Sporta studija 2020). Taču pandēmija ieviesa korekcijas, un ierastos skriešanas svētkus pandēmijas dēļ nācās atlikt uz nenoteiktu laiku līdz Latvijā izsludinātās ārkārtējās situācijas beigām. Pandēmijas apstākļos rīkotāji nevarēja uzņemties atbildību par desmitiem tūkstošu pasaules un Latvijas skrējēju. Rīgas maratona direktors A. Nords sacīja: “Pārceļot “Rimi” Rīgas maratonu un paliekot mājās, mēs šoreiz ceram jums, mums, pilsētai, valstij, pasaulei palīdzēt ātrāk tikt galā ar Covid radīto situāciju.” Daudzi citi pavasarī plānoti pasaulē nozīmīgi maratoni tika atlikti uz rudenī vai 2021. gadu (Galkins 2020d).

Komentējot pandēmijas kontekstā profesionālā sporta nākotni Latvijā, žurnālists Armands Puče apgalvoja, ka visdrīzāk “nevajag Latvijā profesionālo sportu vispār, Latvija nav tik bagāta valsts”. A. Puče atzina – valsts ieguvumi no tā ir niecīgi un sporta nākotne varētu saistīties ar darba kolektīvu sporta spēlēm (Ģērbtuve 2020, 27.45). Kamēr pasaules sports ir pārdomās par nākotni, A. Puče uzdod jautājumu – “Vai var iztikt bez sporta?”, jo sports jau nav dzīvē galvenais, it īpaši pandēmijā. Galvenais ir cilvēks. (Puče 2020)

Ar šo raidījuma “*Hattrick* ar Puči” epizodi un sporta notikumu īpatsvara mazināšanos medijos kopumā var novērot tendenci, ka sporta atspoguļojuma priekšplānā izvirzās cilvēkstāsti.

NORMALITĀTES GAIDĪŠANA VAI PIELĀGOŠANĀS ESOŠAJAI SITUĀCIJAI

Vasarā sabiedrība daļēji atgriezās pirmspandēmijas normalitātē. Cilvēkiem pastāvīgi un neatlaidīgi jāstrādā, lai uzturētu normālo stāvokli, kā arī lai atjaunotu to, kas ir izjaukts. Tāpat pūles ir jāpieliek, arī lai saprastu jauno normalitāti pēc notikušajām pārmaiņām (Durkheim 2013, 66).

2020. gada 1. jūlijā ziņu portāla “Delfi” paspārnē startēja jauns sporta medijs “MVP”. Tā galvenais redaktors, pieredzējušais sporta žurnālists Ingmārs Jurisons, komentējot jaunā medija tapšanas situāciju, atzina: “Šie teju četri mēneši nozīmējuši restartu sporta videi arī Latvijā – tas bijis laiks, kas pārbauda prasmes sagrupēties, orientēties jaunās situācijās, reaģēt un vienlaikus nezaudēt godaprātu” (Jurisons 2020a). Sporta vide bija mainījies

diezgan būtiski. Profesionālais sports ierasti notiek līdzjutēju dēļ, taču kopš marta mēs redzējām tukšas tribīnes, tribīņu vietā – televizora ekrānus ar fanu attēliem un televīzijā klausāmos audio ierakstus ar fanu balsīm un dziesmām. Jurisons secināja: “Redzam un saprotam, ka kaut kas galīgi nav kārtībā” (Jurisons 2021a).

Joksts par esošo situāciju stāstīja, ka sports bija aizgājis mīnusus, jo nebija nevienas pārdotas biļetes. Pirmais atsākās futbols, tā parādot, ka tas ir bagātākais un ietekmīgākais sporta veids pasaulē un ka noteikumus diktē nauda – televīzijai pārdotās pārraidīšanas tiesības. Tie, kuri bija samaksājuši par produktu, to arī pieprasīja. Šajā ziņā nav būtiskas starpības starp Latvijas Futbola virslīgu, Itālijas Futbola čempionātu vai Anglijas čempionu līgu, atšķirās vien pieeja un noteikumi. Itālijā un Anglijā futbols atsākās bez skatītājiem, savukārt Serbijā spēles notika ar pilnām desmittūkstošu skatītāju tribīnēm un degošām raķetēm. Protams, futbolam ir viena priekšrocība – tas notiek ārā. Joksts norādīja, ka vairāki futbolisti atzina, ka viņiem spēlēšana bez skatītājiem ir traumējoša. Stadionos piedāvātie skaņu efekti, piemēram, futbola komandas himnas vai fanu kopā dziedāšanas atskaņošana, nevar aizstāt līdzjutējus. Sacensības bez skatītājiem uzskatāmas par īslaicīgu risinājumu, visiem ir svarīga tā “elektrība, ko ražo skatītājs” (Joksts 2021). Socioloģijas klasiķis Emīls Dirkems (*Émile Durkheim*) secinājis: “Pats pulcēšanās akts ir ārkārtīgi spēcīgs stimulators. Kad indivīdi ir sapulcējušies kopā, no viņu tuvuma rodas sava veida elektroenerģija, kas tos ātri paceļ līdz neparastam eksaltācijas augstumam” (Durkheim 1995, 217). Arī laikraksts “*The New York Times*”, komentējot pandēmijas situāciju, uzsvēra klātienē skatītāju nepieciešamību sporta tiešraidēs: “TV skatītājiem klātienē skatītāji ir [viņu pašu] nepieciešamie aizstājēji (*surrogates*). Tie nodrošina skatāmību ar sporta krekliem, apgleznoto seju tribalismu un adrenalīnu spēlētājiem. Viņu gaviļu un sāpju atbildes apliecina mūsu kaislīgo reakciju. [...] Viņi nostiprina pārliecību, ka mēs varam tieši ietekmēt spēles iznākumu ar savu lojalitāti un skaļo atbalstu.” (Longman 2020)

Izteikts sporta “burbulis” bija ASV Nacionālās basketbola līgas (NBA) noslēguma sacensības, kas sākās 31. jūlijā ar 22 komandu līdzdalību “*Disney’s ESPN Wide World of Sports Complex*” telpās Orlando (LETA 2020a). NBA mediju vadlīnijas noteica, ka reportieriem ir iespējamas pastaigas pie ezera, taču tās notiek turp un atpakaļ pa ceļu. Lai apmeklētu treniņus, reportieriem jābrauc ar maršruta autobusu vai jādodas gar īpašuma aizmuguri, nevis jāizmanto spēlētājiem ērtais gaitenis. Reportieriem regulāri bija jāveic koronavīrusa tests, jāmēra temperatūra un jāpilda veselības anketa. Viņiem bija jālieto arī obligātie tuvuma trauksmes signāli, kas pīkst kā dūmu detektorī, ja divi cilvēki 10 sekundes stāv pārāk tuvu viens otram (Golliver 2020).

Vasarā Latvijā norisinājās arī daži starptautiski nozīmīgi sporta pasākumi. 8.–16. augustā Ķegumā notika Pasaules čempionāts motokrosā. 15.–19. septembrī Jūrmalā risinājās Eiropas čempionāts pludmales volejbolā. Neraugoties uz vētras apstākļiem, kādos tam nācās notikt, šis čempionāts bija vasaras nozīmīgākais pludmales volejbola turnīrs Eiropā, un tādēļ tas ieguva plašu rezonansi medijos. “Mēs, latvieši, vismaz top sportos vienmēr esam izcēlušies ar labu organizāciju. Tas ir notikums, ar kuru mums ir jālepojas,” uzsvēra Uģis Joksts. Viņam kā televīzijas žurnālistam svarīga bija šo abu notikumu uzskatāmība un vizualitāte (Joksts, 2021).



2. attēls. Pandēmijas laika fizisko aktivitāšu reprezentācija LTV1 raidījuma “Sporta studija” gada apskatā. 2020. gada 29. decembris. Ekrānizgriezums

SAMIERINĀŠANĀS UN TURPMĀKĀ PIELĀGOŠANĀS – PANDĒMIJAS OTRAIS VILNIS

LTV “Rīta Panorāmā” 26. augusta intervijā premjerministrs Krišjānis Kariņš atzina, ka Covid-19 izplatības otrais vilnis pasaulē ir sācies (LTV Ziņu dienests, 2020). Ārkārtējā situācija tika ieviesta 9. novembrī.

Par situācijas nopietnību liecināja arī Ministru kabineta 9. oktobra ārkārtas sēdes lēmums atcelt pavasarī uz oktobra otrās nedēļas nogali atlikto “Rimi” Rīgas maratonu, jo pēdējās dienās Latvijā bija vērojams Covid-19 saslimšanas kāpums. Pēc valdības lēmuma maratona rīkotāji paziņojumā visiem dalībniekiem aicināja izskriet distances virtuāli. Šis valdības lēmums radīja lielu sarūgtinājumu un neizpratni lielā daļā tā potenciālo dalībnieku. Maratona direktors Aigars Nordš pauda, ka šī pasākuma organizatoru argumenti par labu pasākuma rīkošanai netika līdz galam saprasti. Viņš skaidroja: “No vienas puses it kā 15 000 dalībnieku vienā vietā liekas daudz. Mēs centāmies skaidrot, ka tie Covid-19 apstākļos ir deviņi notikumi divu dienu laikā, no kuriem sacensības katrā atsevišķā distancē atbilst slimību ierobežojošajiem noteikumiem. Mums bija visas vajadzīgās atļaujas.” (LETA 2020b) Tādējādi medijos gaidītā maratona atspoguļojuma vietā stājās ziņas par tā atcelšanu un diskusijas par valdības lēmuma pareizību.

Rudenī un ziemas sākumā Latvijā notika vairāki sporta pasākumi. Piemēram, Latvijas sieviešu basketbola izlase pandēmijas apstākļos Rīgā sagaidīja savas divas tiešās konkurentes – Vāciju un Horvātiju –, pret kurām normālos apstākļos būtu bijis jāspēlē izbraukumā (Sametis 2020a, 15). No 21. līdz 29. novembrim Siguldā notika bobsleja un skeletoņa sacensības – Pasaules kausa divu posmu cīņas. Dalībnieku skaits tajās nebija plašs, sportisti dzīvoja īpašā “burbulī”, arī trasē bija pastiprinātas drošības noteikumi, notika arī Covid-19 testi. Tika atklāts, ka vairākiem atbraukušajiem sportistiem tie bija pozitīvi. Šajās sacensībās izcili bija Latvijas skeletoņu Martina Dukura un Tomasa Dukura sasniegumi (Delfi Sports 2020; Galkins 2020e). Bobsleja un skeletoņa sacensības translēja LTV1, tās ļoti plaši tika atainotas visos sporta medijos.

“Kā sabiedriskais medijs uzskatām par savu pienākumu ziņot arī par tautas sporta jautājumiem,” atzina U. Joksts, “pavasārī stāstījām par sporta zāļu un baseinu pieejamību.” Skatītāji paši izrādīja iniciatīvu, zvanīja uz redakciju un jautāja, piemēram, kur var dabūt orientēšanās kartes. Arī televīzijas interešu laukā nonāca sporta notikumi brīvā dabā, kuros bija iespējams ievērot distancēšanos, piemēram, orientēšanās, skriešana. Joksts uzsver, ka sāka darboties devīze: “Mežs kā sporta zāle” (Joksts 2021). Dažādus sociālos tīklus rudens posmā papildīja ieraksti ar mirkļbirku *#GribuSportot*, ar kuru sportisti pievērsa uzmanību valdības ierobežojumu ietekmei uz sporta norisēm (Leevon 2020). I. Jurisons puda rūpes par sporta aktivitāšu mazināšanos. Viņš atzina: “Tautas sporta pasākumu atcelšana un bērnu sportošanas ierobežojumi ir tas, ko mēs izjutīsim ilgi un sāpīgi” (Jurisons 2021).

Jurisons rezumēja, ka pandēmijā sporta žurnālistika aiziet prom no rezultātiem, metriem un sekundēm pie cilvēkstāstiem. Ziņu materiālus nomainīja stāsti par eksistenciālām lietām un cilvēciskām problēmām. Žurnālisti dedzīgi meklēja šādus cilvēkstāstus (Jurisons 2021a). Jurisons minēja divus spilgtus piemērus. Sarunu ar bijušo Siguldas bobsleja un kamanīņu trasēs direktoru un skeletoņa treneri Daini Dukuru (Jurisons 2020b) un Kasparu Stupeli – profesionālu sportistu, kuram bija noslēgta laba sadarbība lielai sezonai, iespējams, vienai no pēdējām, ja ne pašai pēdējai karjerā. K. Stupelim nācās sadzīvot ar to, ka šī viņam īpašā sezona ir atcelta (Upīte 2020). Arī Ugis Joksts atzina, ka 2020. gads ir emocionālu sporta dzīves stāstu laiks (Joksts 2021). Viņa skatījumā labākajiem pieder Latvijas olimpietes, septiņcīņnieces Lauras Ikaunieces stāsts par ceļgala operāciju, gatavošanos olimpiādei un Covid-19 izraisītajiem ceļošanas ierobežojumiem no viņas mītnes zemes Igaunijas uz Latviju (Kļavenieks 2020). Emocijām bagāta bija arī saruna ar olimpisko vicečempionu un seškārtējo pasaules čempionu skeletoņu Martinu Dukuru, kurš norādīja, ka tieši globālā pandēmija stiprinājusi iepriekš nobriedušās pārdomas par prioritātēm dzīvē un profesionālā sporta virzību pasaulē (Sametis 2020b, 17).

NOBEIGUMS

Iespējams, Latvijas pieredze Eiropas un pasaules līmeņa sporta pasākumu organizēšanā pandēmijas pirmajā gadā ir līdz šim nepietiekami novērtēta. Covid-19 radītajā krīzes situācijā jebkurš sporta notikums varēja/var kļūt par retu un pieprasītu mediatizētu komercproduktu visā pasaulē. Šī vienreizējā iespēja starpposmā starp pandēmijas uzliesmojuma viļņiem Latvijā tika labi izmantota, rīkojot Eiropas čempionātu pludmales volejbolā Jūrmalā un pasaules čempionāta posmus motokrosā, tādējādi arī uzturot kaut nelielu ierastās sporta ekoloģijas normalitāti.

Pandēmijas radītās krīzes laikā mediju pārstāvji un sportisti izjuta klātienēs skatītāju trūkumu, tas ir izaicinājums, kuru nebija iespējams atrisināt. 2020. gads arī apstiprināja intermeta mediju spēju kļūt elastīgākiem mainīgos apstākļos un neprognozējamā satura dinamikā. Pēc abu intervēto sporta žurnālistu I. Jurisona un U. Joksta prognozēm sagaidāms, ka sporta atspoguļojumā medijos arī turpmāk saglabāsies cilvēkstāsti un tautas sporta aktualitāte.

PATEICĪBA

Paldies Uģim Jokstam un Ingmāram Jurisonam par atsaucību intervijai, kas tika izmantota šajā rakstā!

LITERATŪRA

Birste, M. (rež.) (2020). Bufete #5 (pied. A. Ābols): vai mums ir vajadzīgs "Dinamo"; Latvijas hokeja simboliskā izlase. YouTube Video. 12. marts. Izgūts no: <https://www.youtube.com/watch?v=s8cTm0-f2rM&t=3110s>

Delfi Sports (2020). Covid-19 konstatēts sportistiem Siguldā pirms Pasaules kausa posma bobslejā un skeletoņā. *Delfi.lv*. 11. nov. Izgūts no: https://www.delfi.lv/sports/news/winter_sports/bobsleigh/covid-19-konstatets-sportistiem-sigulda-pirms-pasaules-kausa-posma-bobsleja-un-skeletona.d?id=52667427

Durkheim, É. (1995). *The Elementary Forms of Religious Life*. New York, NY: Free Press.

Durkheim, É. (2013). *The Rules of Sociological Method and Selected Texts on Sociology and its Method*. Houndmills, Basingstoke, Hampshire: Palgrave Macmillan.

Evans, A. B., Blackwell, J., Dolan, P., Fahlén, J., Hoekman, R., Lenneis, V., McNarry, G., Smith, M., Wilcock, L. (2020). Sport in the Face of the COVID-19 Pandemic: Towards an Agenda for Research in the Sociology of Sport. *European Journal for Sport and Society*, 17(2), 85–95. DOI: 10.1080/16138171.2020.1765100

Galkins, G. (2019). Rīgas maratona ātrākie dalībnieki kvalificēsies Tokijas olimpiskajām spēlēm. *LSM.lv*. 27. nov. Izgūts no: <https://www.lsm.lv/raksts/sports/vieglatletika/rigas-maratona-atrakie-dalibnieki-kvalificesies-tokijas-olimpiskajam-spelem.a339792/>

Galkins, G. (2020a). Vīrusa dēļ ASV atceļ prestižo Indianvelsas turnīru, dalība ies secen arī Latvijas tenisistēm. *LSM.lv*. 9. marts. Izgūts no: <https://www.lsm.lv/raksts/sports/teniss/virusa-del-asv-atcel-prestizo-indianvelsas-turniru-daliba-ies-secen-ari-latvijas-tenisistem.a351060/>

Galkins, G. (2020b). Francijas atklāto tenisa čempionātu pārceļ uz rudenī. *LSM.lv*. 15. marts. Izgūts no: <https://www.lsm.lv/raksts/sports/teniss/francijas-atklato-tenisa-cempionatu-parcel-uz-rudeni.a352124/>

Galkins, G. (2020c). Starptautiskā Olimpiskā komiteja: Tokijas spēlēm iespējami dažādi scenāriji, bet ne atcelšana. *LSM.lv*. 20. marts. Izgūts no: <https://www.lsm.lv/raksts/sports/olimpiska-kustiba/starptautiska-olimpiska-komiteja-tokijas-spelem-iespejami-dazadi-scenariji-bet-ne-atcelsana.a352514/>

Galkins, G. (2020d). Rīgas maratonu pandēmijas dēļ atliek uz nenoteiktu laiku. *LSM.lv*. 31. marts. Izgūts no: <https://www.lsm.lv/raksts/sports/citi/rigas-maratonu-pandemijas-del-atliek-uz-nenoteiktu-laiku.a354016/>

Galkins, G. (2020e). Brāļi Dukuri izcīna Siguldā dubultzvaru Pasaules kausa posmā skeletonā. Spilgtākie notikumi. *LSM.lv*. 27. nov. Izgūts no: <https://www.lsm.lv/raksts/sports/skeletons/brali-dukuri-izcina-sigulda-dubultzvaru-pasaules-kaus-posma-skeletona-spilgtakie-notikumi.a383145/>

Galkins, G., Ķezberis, U. (2020). Vienošanās par Tokijas olimpisko spēļu pārcelšanu uz 2021.gadu. *LSM.lv*. 24. maijs. Izgūts no: <https://www.lsm.lv/raksts/sports/olimpiska-kustiba/vienojas-par-tokijas-olimpisko-speļu-parcelsanu-uz-2021-gadu.a353049/>

Ķērbtuve. (2020). Armands Puče par profesionālā sporta bezjēdzību un nākotni pēc pandēmijas [YouTube video]. Izgūts no: <https://www.youtube.com/watch?v=PXlcy4jQn74>

Golliver, B. (2020). The NBA's Disney bubble is beautiful, but the media rules are no joke. *The Washington Post*. Jul. 20. Izgūts no: <https://www.washingtonpost.com/sports/2020/07/20/media-disney-bubble-rules/>

Joksts, U. (2021). Telefonintervija. 28. janvāris. Intervēja Sandis Sauka.

Jurisons, I. (2020a, 1. jūl.). Ingmārs Jurisons: Restarts. MVP. Izgūts no: <https://www.delfi.lv/mvp/komentars/ingmars-jurisons-restarts?id=52265043>

Jurisons, I. (2020b, 3. dec.). Melnā kase, terors pret krieviem un nesārīkotās kāzas... Kāpēc Dukurs pamet Siguldas trasī. MVP. Izgūts no: <https://www.delfi.lv/mvp/pa-pedam/melna-kase-terors-pret-krieviem-un-nesarikotas-kazas-kapec-dukurs-pamet-siguldas-trasi?id=52719205>

Jurisons, I. (2021). Telefonintervija. 29. janvāris. Intervēja Sandis Sauka.

Kantar. (2020). Iedzīvotāji ikdienā cenšas izvairīties no COVID-19 tēmas, lai sevi pasargātu no emocionālās izdegšanas. *Kantar Latvia*, Izgūts no: <https://www.kantar.lv/tnsab61/iedzivotaji-ikdienu-censas-izvairities-no-covid-19-temas-lai-sevi-pasargatu-no-emocionalas-izdegsanas/>

Kronberga, S. (2020). Prese. *Kantar*. Izgūts no: <https://www.kantar.lv/petijumu-dati/prese/>

Latvijas Sporta federāciju padome, Kantar TNS (2017). Interneta un mediju ietekme uz sportošanas paradumi strādājošo Latvijas iedzīvotāju vidū. *Eiropas Sporta nedēļa*. Izgūts no: https://beactive.lsfp.lv/wp-content/uploads/2019/03/Kantar-TNS_LSFP_iedzivotaju-sportosanas-paradumi-FINAL-1.pdf

Latvijas Televīzija (2020). VSIA "Latvijas Televīzija" vidēja termiņa darbības stratēģija 2020–2022. Rīga: [b. izd.]. Izgūts no: https://ltv.lsm.lv/public/assets/userfiles/dokumenti/Ilgtspejiga-attistiba/LTV%20Vidēja%20termiņa%20darbības%20stratēģija%202020_2022.gadam.pdf

Leevon [fsleevon]. (2020). Es #GribuSportot, un Tu? [Facebook ieraksts]. 14. okt. Izgūts no: <https://www.facebook.com/fsleevon/posts/1532367453640976>

LETA. (2020a). Bertāns nedosies uz sezonas noslēgumu Orlando un gatavosies brīvo aģentu tirgum. *LSM.lv*. 23. jūn. Izgūts no: <https://www.lsm.lv/raksts/sports/basketbols/bertans-nedosies-uz-sezonas-noslegumu-orlando-un-gatavosies-brivo-agentu-tirgum.a364766/>

LETA (2020b). Valdība ar speciālu lēmumu atceļ Rīgas maratonu un citus pasākumus. *Delfi.lv*. 9. okt. Izgūts no: <https://www.delfi.lv/sports/news/tautas-sports/valdiba-ar-specialu-lemumu-atcel-rigas-maratonu-un-citus-pasakumus.d?id=52547451>

Longman, J. (2020). With No Fans in the Seats, Do Sports Remain Must-Watch TV? *The New York Times*. May 12. Izgūts no: <https://www.nytimes.com/2020/05/20/sports/coronavirus-sports-fans.html>

LTV Sporta studija (2020). Organizatori nezaudē cerības maijā Latvijā sarīkot nozīmīgus sporta pasākumus. *LSM.lv*. 17. marts. Izgūts no: <https://www.lsm.lv/raksts/sports/sporta-politika/organizatori-nezaude-ceribas-maija-latvija-sarikot-nozimigus-sporta-pasakumus.a352006/>

LTV Ziņu dienests (2020). Intervija ar Ministru prezidentu Krišjāni Kariņu [YouTube Video]. 26. aug. Izgūts no: https://www.youtube.com/watch?v=F_3sVfpDbVE

Megnis, I. (2020). Redakcijas sleja: publicitātes loma. *Sporta Avīze*, 12, 2. Izgūts no: <https://www.diena.lv/raksts/sporta-avize/tuvplana/publicitates-loma-14252806>

- Mutz, M. (2021). Forced Adaptations of Sporting Behaviours During the Covid-19 Pandemic and Their Effects on Subjective Well-being. *European Societies*, 23:sup1, S184-S198, DOI: 10.1080/14616696.2020.1821077
- Puče, A. (2020). Sarunu šovs par sportu "Hatrick ar Puči" 3. sezona 9. epizode [Video]. Izgūts no: https://xtv.lv/tv360/video/jXx7KK437DK-sarunu_sovs_par_sportu_hatrick_ar_puci_3_sezona_9_epizode
- Rumpēters, O. (2021). Konsolidētās TV skatītākais kanāls 2020. gadā – TV3. *Kantar*. 12. janv. Izgūts no: <https://www.kantar.lv/konsolidetas-tv-skatitakais-kanals-2020-gada-tv3/>
- Sametis, A. (2020a). Kurš tuvāk mērķim? *Sporta Avīze*, 12, 14–15. Izgūts no: <https://www.diena.lv/raksts/sporta-avize/tuvplana/kurs-tuvak-merkim-14253185>
- Sametis, A. (2020b). Skeletoņa leģendas mantojums. *Sporta Avīze*, 12, 16–25.
- Schinke, R., Papaioannou, A., Henriksen, K., Si, G., Zhang, L., Haberl, P. (2020). Sport Psychology Services to High Performance Athletes During COVID-19. *International Journal of Sport and Exercise Psychology*, 18(3), 269–272. DOI: 10.1080/1612197X.2020.1754616
- Taku, K., Arai, H. (2020). Impact of COVID-19 on Athletes and Coaches, and Their Values in Japan: Repercussions of Postponing the Tokyo 2020 Olympic and Paralympic Games. *Journal of Loss and Trauma*, 25(8), 623–630. DOI: 10.1080/15325024.2020.1777762
- Upīte, I. (2020). Visuma sūtīta pauze. *Kaspars Stupelis bez blakusvāģa. MVP*. 31. jūl. Izgūts no: <https://www.delfi.lv/mvp/cilveks/visuma-sutita-pauze-kaspars-stupelis-bez-blakusvaga?id=52339755>

Sabiedrības noskaņojums un tā vadīšana krīzes apstākļos

4#

- 271 **Emocionālā noskaņojuma loma krīzes ekoloģijā**
- 283 **Atmiņas institūciju (bibliotēku, muzeju, arhīvu) e-aktivitātes un to loma noskaņojuma veidošanā**
- 297 **Svētki ārkārtējās situācijas apstākļos**
- 319 **Digitālais teātris un krīze Latvijas teātros**
- 327 **Humors mediju ekoloģijā krīzes apstākļos**
- 335 **Mājdzīvnieku loma ārkārtējās situācijas laikā**
- 343 **Slavenības sociālajos medijos un to funkcijas krīzes laikā**
- 353 **Atkarību izraisošo vielu mediatizācija krīzes laika sabiedrībā**



EMOCIONĀLĀ NOSKAŅOJUMA LOMA KRĪZES 'EKOLOĢIJĀ

Skaidrīte Lasmane

Krīzes risinājums lielā mērā ir atkarīgs no sabiedrības noskaņojuma, kas var veicināt kopīgu rezultatīvu darbību vai atturēt no tās. Noskaņojums veidojas daudzu apstākļu un elementu mijdarbībā, kuru vidū acīmredzama ir komunikācijas – tradicionālo un jauno mediju – loma. Vietā būtu salīdzinājums ar tirgus izpratni neoliberalismā, ko savulaik raksturojis Žaks Elluls (*Jacques Ellul*): “Tirgus nav kāda apzināts un gribēts veidojums. Tas veidojas pats no daudzu savstarpēji nesaistītu piedāvājumu kombinācijas, no atsevišķa biznesa tīpašas politikas, no spontānām vajadzībām utt. Taču šis dažādību apvienojums rada realitāti, kura pakļaujas un klausā pati saviem mediācijas un regulācijas organismiem.” (Ellul 1980, 220)

Mediēta krīzes noskaņojuma priekšstatiem šajā pētījumā galvenokārt izmantota Hansa Ulriha Gumbrehta (*Hans Ulrich Gumbrecht*) literārā darba noskaņojuma (*stimmung*) interpretācija. Ar noskaņojumu saprasta atmosfēra, klimats, izmantojot vācu valodas vārda *stimmung* etimoloģiju: *stimme* – vācu valodā nozīmē balsi, kas izraisa attiecīgu atbalsi un noskaņu. *Stimmung* pētīšanu Gumbrehts piedāvā kā vienu no literatūras interpretācijas veidiem (*modes of literary interpretation*) (Gumbrecht 2012, 15). Gumbrehta vēsturiskos noskaņojuma jeb atmosfēras pētījumos tas veikts, izmantojot “tekstuālo artikulāciju” (*textual articulation*) (Gumbrecht 2012, 18). Pēc autora pieņēmuma, “nav iespējams formulēt universālu teoriju par noskaņojuma radīšanas apstākļiem vispār vai pat par kādu notikumu atsevišķi. Noskaņojumam labvēlīgus apstākļus var izraisīt dažāda veida notikumi: militāra uzvara vai sakāve, pārticība vai nabadzība, nācijas veidošana (*nation-building*) vai šādu centienu frustrācija.” (Gumbrecht 2012, 19)

Noskaņojums pētāms gan individuālās psiholoģijas aspektā, gan arī sociālajā psiholoģijā, antropoloģijā, socioloģijā un citās humanitārajās un sociālajās zinātnēs. Šoreiz pētījumā akcentēts mediētais un medietizētais jeb Latvijas mediju atveidotais un veidotais (konstruētais) noskaņojums koronavīrusa pandēmijas apstākļos. Covid-19 izraisītās pārmaiņas, valdības noteiktais divu ārkārtējo situāciju laiks ir samērā uzskatāms un pārskatāms periods, kurā var izsekot līdz mediju atveidotā un uzturētā noskaņojuma variācijām.

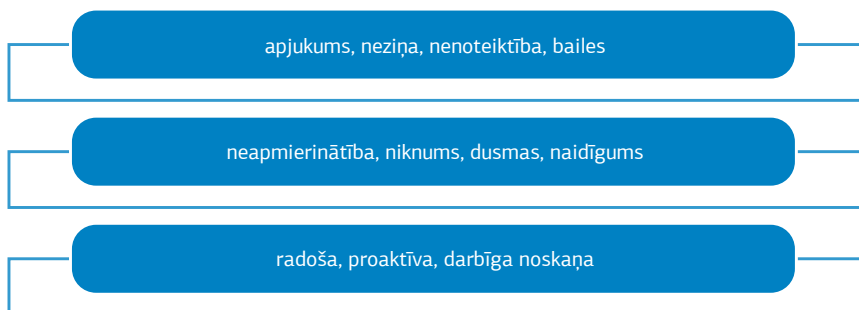
Neraugoties uz, iespējams, vispārējas noskaņojuma teorijas izveides sarežģītumiem, tomēr var saskatīt atsevišķas noskaņojumu raksturojošas pazīmes. Pirmkārt, **noskaņojums uzlūkojams par dažādu kognitīvu, emocionālu un refleksīvu interpretāciju kopsalīkumu, reaģējot uz kādu ekoloģiski nozīmīgu notikumu jeb situāciju**. Otrkārt, noskaņojumu var saprast kā spontāni veidojušos un apzināti kultivētu emocionālu un racionālu izjūtu kopumu, kurā atklājas **attieksme pret krīzes notikumu**. Pētījumā akcentētas atsevišķas noskaņojuma emocionālas struktūras, kuru saturs krīzes gaitā mainās, pielāgojoties un pārdzīvojot apstākļus, taču to nepastāvīgā kopaina iezīmējas pietiekami skaidri.

Sabiedriskajiem un komercmedijiem, preseī, radio, televīzijai, bet īpaši sociālo tīklu un interneta portālu medijiem pieder ievērojama loma noskaņojuma un attieksmes veidošanā. Ik dienas uzrunājot auditoriju un sniedzot informāciju par krīzes norisi, mediji var viest pastiprinātas bailes, šausmas, paniku, apokaliptiskas izjūtas, fatālismu vai stiprināt līdzsvarotu attieksmi, uzsvērt cerības, spēku, mobilizēt proaktīvai līdziesaistei un, attiecīgi noskaņojot, veicināt daudzas citas aktivitātes.

Noskaņojums atzīstams par nozīmīgu pielāgošanās un krīzes risinājuma nosacījumu, kas izpaužas divējādi: kā kognitīvs/informatīvs komponents, kas pavada un nostiprina zināšanas par krīzes dziļumu un sabiedrību, un kā tiešs vai netiešs darbības ierosinātājs (Wong 2016). Pat ja noskaņojums nenoved līdz tūlītējai praktiskai rīcībai, tas **atklāj priekšstatu un patiesību par attieksmi, piedalās tās veidošanā, sniedz izpratni par potenciālu gatavību tai vai citai rīcībai, atklāj situācijas emocionālu kopskatu**. No mediju vizuāliem, verbāliem un audiāliem informatīviem resursiem veidojas gan notikuma racionāla uztvere un izpratne, gan emocionāla “par” vai “pret” attieksme, kas motivē vai attur no iesaistes notikumā.

Noskaņojums un emocijas ir savstarpēji saistīti, tomēr atšķirīgi jēdzieni. Dažkārt tos lieto paralēli, dažkārt nošķir pēc ilguma un noturīguma, citkārt pēc intensitātes (Wong 2016), taču allaž pievērsta uzmanību to ietekmei uz motivāciju, mērķiem, uz attieksmi, rīcības izvēli un aktivitāti.

Noskaņojums un mediju emocijas līdz šim ir samērā maz pētīts temats. Mediju antropoloģijā, piemēram, tas ir maz apgūts pat 21. gadsimta sākumā (Rothenbuhler, Coman 2005). Taču atsevišķām racionālām un emocionālām izjūtām, tādām kā morālai panikai, rituāliem, afektiem sociālajos protestos, baiļu, nikuma vai drosmes izpausmēm politiskajā uzvedībā, vēlēšanu kampaņās u. c., pētnieciskā uzmanība nav paslīdējusi garām. Emociju un noskaņojuma tematika plašāk ienākusi mediju pētniecībā pēdējā desmitgadē galvenokārt kopā ar neirozinātnes un antropoloģijas pētījumiem. Zināms nopelns ir feminismam (sk., piemēram, Turkle 2017).



1. attēls. Dominējošie krīzes noskaņojumi

Mūsdienās noskaņojuma pētniecības interesi pastiprina fakts, ka pārmaiņas un jauni pavērsieni tā tapšanā nav tikai lielo mediju ziņā. To var būtiski ietekmēt sociālo mediju mikroblogi un portālu komentāri. Kā norāda Mičels Dīns (*Mitchel Dean*), “Twitter” ziņas var kalpot noskaņojumam trejādi: pirmkārt, piedalīties virtuālās publiskās sfēras līdzveidošanā; otrkārt, kalpot par noskaņojuma virziena barometru; treškārt, izraisīt tslaicīgus, gaistošus emocionālus mirkļus (Dean 2016). Emotīvu zīmju kolekcija sociālajos tīklos piedāvā jaunu valodu, emociju alfabētu, kas tieši norāda uz attieksmi un attiecīgi ievirza to savstarpējā komunikācijā. Emocijas atzītas par polarizētu digitālo kopienas (*echo chambers*) veidošanās virzītāju (Lottridge, Bentley 2018), kā arī raisa intensīvāku viedokļu apmaiņu un atbalsi digitālajā vidē, proti, stimulē iesaistīties **kognitīvi, emocionāli un operatīvi**.

KRĪZES POSMI UN DISKURSI

Latvijas tradicionālajos un digitālajos medijos Covid-19 izraisītās pandēmijas apstākļos noskaņojuma mainīgajā dažādībā saskatāmi vairāki posmi: pirmkārt, pēkšņais, neparedzētais un negaidītais sākums; otrkārt, valdības ieviestā pirmā ārkārtējā stāvokļa trīs mēneši ar ierobežojumiem, liegumiem un intensīvu pielāgošanos; treškārt, noguruma, apnikuma pazīmes, krīzei ieilgstot, vēlēšanās tikt brīvībā, ko saasina Lieldienu un 4. maija svinēšanas liegums; ceturtkārt, rutīna, pieradums dzīvot jaunajos apstākļos neziņā par krīzes atrisinājuma ilgumu; piektkārt, jauns vīrusa izraisītās epidēmijas uzliesmojums un otra ārkārtējā stāvokļa ierobežojumu neapmierinātība un protesti; sestkārt, vakcīnas un vakcinēšanās sākuma cerības un šaubas.

Katrā no minētajiem posmiem dominējošās emocijas mainās, variējas noskaņojuma *akcenti*, atklājas jaunas izjūtu un attieksmes nianšes, taču kopumā atklājas triju emocionāli



2. attēls. Krīzes diskursi medijos

ievirzītu noskaņojumu klātbūtne – pirmkārt, apjukums, neziņa, nedrošība, izbailes pandēmijas sākumā, otrkārt, neapmierinātība, niknums un īgnums, dzīvojot koronavīrusa izraisīto ierobežojumu, attālināta darba, mācību un labklājības pazeminājuma apstākļos, un, treškārt, mēreni proaktīvs, radošs, uz nākotni vērsts noskaņojums.

Noskaņojumu dažādība atklājas Latvijas mediju **veidotajos un atveidotajos Covid-19 pandēmijas krīzes diskursos**, kuri raksturo publisko sfēru (Dahlgren 2005). Ņemot vērā krīzes globālo raksturu, kā arī jauno komunikācijas tehnoloģiju iespējas, Latvijas mediju diskursi veidojas kopsaistē un mijdarbībā ar Eiropas un pasaules valstu mediētām norisēm un notikumiem. To saturs, pirmkārt, attiecināms uz koronavīrusa un Covid-19 slimības norisi, meklējot cēloņus, skaidrojot vīrusa un slimības nopietnību un bīstamību, ko pastiprina vakcīnas un medikamentu nepieejamība vīrusa ierobežošanai. Otrkārt, noskaņojumu veido un ietekmē mediēts krīzes vadības (valdības) norāžu, noteikumu, ierobežojumu, liegumu dažkārt nenoteiktais un mainīgais diskurss. Krīzes vadības un valdības norādes atklājas izolācijas, distancētības, sejas aizsegu lietošanas, “paliec mājās” uzrunās, “apturi vīrusu” aplikācijā, roku higiēnas norādēs un citos brīdinājumos un aicinājumos. Treškārt, noskaņojumu niansēti ietekmē ziņas par sarežģīto ikdienas dzīvi krīzes apstākļos kopā ar pielāgošanās veiksmes stāstiem un zaudējumu naratīviem. Mediju diskursos atklātas gan grūtības, gan radošu risinājumu un iespēju naratīvi un noskaņojumi. Ceturtkārt, mazāk nekā iepriekšējā 2008. gada krīzē, tomēr uzmanība pievērsta ekonomiskām sekām un zaudējumiem valsts un privātā līmenī, slēgto nozaru, uzņēmumu, darbu zaudējušo un bez līdzekļiem palikušo stāvoklim, kā arī valsts palīdzībai un

dīkstāves pabalstu taisnīgumam. Piektkārt, vienlaikus noskaņojumu veido dažādas prognozes, minējumi par pēckrīzes dzīvi un pārmaiņām, paredzējumi, kādas pēdas forsētā tehnoloģiju izmantošana un jaunie apstākļi atstās un kā dzīve veidosies pēc pandēmijas krīzes: kas saglabāsies un paliks, kas izzudīs.

Emocionālā noskaņojuma pētniecībai izmantotas Latvijas žurnālu redaktoru slejas, sociālo tīklu ("Facebook") sarunas, portālu un LTV "Panorāmas" raidījumi, radio ziņojumi un citi mediju teksti un diskursi. Turpmāk aplūkosim jau minētās emocionālu izjūtu un noskaņu dominējošās izpausmes medijos – baiļu un apdraudējuma izjūtas, neapmierinātības un naida izpausmes, krīzei un ar to saistītiem ierobežojumiem ieilgstot un pastiprinoties, kā arī atsevišķas mobilizējošas, krīzi pārvarošas noskaņas.

BAILES, BAŽAS, SATRAUKUMS

Krīzes sākuma pēkšņumu parasti pavada pašsaprotams apjukums, neziņa un satraukums. To nemazina mediju informācija par koronavīrusa izraisītās Covid-19 slimības (kura turpmāk medijos pakāpeniski iegūs vienkārši kovida apzīmējumu) raksturu. Bīstamību pastiprina ziņas par pirmajiem inficētajiem, slimnīcās ievietotajiem un dzīvību zaudējušajiem, kaut arī to skaits Latvijā nav liels. Satraukumu daudzkārt saasina ziņas par medicīnas līdzekļu trūkumu, kā arī valdības noteiktās ārkārtējās situācijas (kopš 2020. gada 12. marta) ierobežojumiem un pandēmijas skarto nozaru – ekonomikas, kultūras, skolas mācību, darba apstākļu pārmaiņām, finansiāliem un citiem zaudējumiem. Dziļāks kopsakars starp daudzām krīzes izpausmēm un procesiem vēl nav skaidri saskatāms, taču mēģinājumi to atklāt un minējumi neizpaliek. Anda Sedlenieka rakstā "Postpandēmiskā pasaules kārtība" pandēmija skatīta kā daudzu pastāvošu problēmu saasinājuma cēlonis, kad tā "daudzu valstu politiķiem kļuvusi par ideālu attaisnojumu neizbēgamajai ekonomiskajai krīzei un Rietumvalstu virzītā globalizācijas modeļa sabrukumam" (Sedlenieks 2020, 29). Koronavīruss un pandēmija raksturota kā "faktors, kas būtiski mainījis ne tikai daudzus ikdienas paradumus, bet arī politiskos un ekonomiskos procesus" (Sedlenieks 2020, 29). Nepakavējoties pie minētā kopsakara un citu dažādo redzējumu analīzes, mediju diskursos tieši vai pastarpināti izteikta un uzturēta bīstamības un apdraudējuma noskaņa.

Draudošu baiļu izjūtas, brīdinot par nenopietnas vai vieglprātīgas attieksmes sekām, uzsvērtas Pasaules Veselības organizācijas ģenerāldirektora mediju instruktāžā 2020. gada 11. martā: "Pandēmija nav viegli un bezbēdīgi lietojams vārds. Ja tas tiek nepareizi saprasts, tas var izraisīt nesaprātīgas bailes vai neattaisnotu pieņēmumu, ka cīņa ir garām, kas ved pie nevajadzīgām ciešanām un nāves." (WHO 2020)

Bailēm piemīt pielāgošanās un dzīvības glābšanas funkcija, kas var mobilizēt spēkus, bet var izraisīt arī bezspēcīgu padošanos un fatālu reakciju, bēgšanu, paniku. To eksistenciālam raksturojumam pievērsta uzmanība Martīna Heidegera (*Martin Heideger*) darbā "Esamība un laiks". Nemiers, bažas, bailes tajā aplūkotas trijos aspektos: kā priekšā jeb no kā bailes

(Wofor), baiļu būtība, (*das Furchten*) un tas, par ko baidās (*Worum des Furcht*) (Heidegger 1986, 140). Ir jābūt kaut kam draudošam, kura klātbūtne ir sajusta un apzināta **kā bīstamība**. Pašas bailes, pēc Heidegera, atklājas fenomenoloģiski kā baidums. Tā izpausme ir būt reālā baiļu varā, kas nozīmē nevis vairs iespējamību, bet īstenību, kura atklājas kā apmulsums, apjukums un samulsums, kas verbāli izteikts metaforā “zaudēt galvu” (Heidegger 1986, 141).

Pandēmijas sākumā par baidumu liecina asociācijas ar mēra epidēmiju, tās atveidojumu daiļliteratūrā, vairākkārt sociālajos tīklos atsaucoties uz Džovanni Bokačo (*Giovanni Boccaccio*) “Dekameronu”, Albēra Kamī (*Albert Camus*) “Mēri”, retāk uz Edgara Alana Po (*Edgar Allan Poe*) “Sarkano istabu” vai tikai nesen latviešu valodā tulkoto čehu izcelsmes krievu rakstnieces Janas Vagneres (*Yana Vagner*) romānu “Vongezers”. Jāņa Rozes apgāds operatīvi latviešu valodā izdevis itāļu rakstnieka Paolo Džordāno (*Paolo Giordano*) publicistiku “Sērgas laikā”, kuru ievada satraukuma pilns teksts par bailēm: “Es nebaidos saslimt. No kā tad es baidos? No visa, ko šī sērga var mainīt. Baidos atklāt, ka man pazīstamās civilizācijas balstošās konstrukcijas ir tikai kāršu namiņš. Baidos, ka viss sagrūs, bet baidos arī no tieši pretējā: ka bailes pāries, neatstājušas aiz sevis nekādas pārmaiņas.” (Džordāno 2020, 15) Situācijas bīstamības noskaņu apstiprina un pamato medijos komunicētie Slimību profilakses un kontroles centra, ASV Džona Hopkinša Universitātes oficiālie dati par slimības gaitu. Bailes pastiprina arī vizuālais dzelzšņaini sarkanais, sākumā gan pārlieku estētizētais (LTV1 “Panorāma”) koronavīrusa vizuālais atveidojums kā pandēmijas zīme. “Panorāmas” lēni slīdošā informatīvā lente ar datiem par inficēto, slimnīcās ievietoto un mirušo skaitu Latvijā, Baltijas valstīs un pasaulē uztur briesmu un draudu noskaņojumu, kas pieaug līdz ar inficēto un mirušo skaita palielināšanos. Bailes no saslimšanas, no darba un iztikas līdzekļu zaudējuma, no neziņas par krīzes ilgumu un ierobežojumiem, kurām otrajā ārkārtējā situācijā pievienojas pastiprinātas bailes no slimnīcu pārpildītības un sodiem par māsīdes pārkāpumiem, ir pietiekams emocionāla satraukuma un nemiera pamats.

Baiļu emocijas pavada, pamato un uztur spēkā atbalstu krīzes vadības (valdības) lēmumiem par liegumiem un ierobežojumiem, jo bez to bīstamības infografikā “mājas, rokas, divi metri” veiksmīgi izteiktais brīdinājums nebūtu ticams un iedarbīgs. Pasauls Veselības organizācijas, ASV Džona Hopkinša Universitātes un citi plaši pieejamie dati par saslimušo/inficēto skaitu, par slimnīcu pārblīvību, par mirušajiem raisa lielāku emocionālu satraukumu nekā Latvijas samērā nelielais inficēto un mirušo skaits krīzes pirmajā pandēmijas vilnī. Bailes pastiprinās pirmā pandēmijas gada beigās ar ziņām par strauji augošo saslimušo un mirušo skaitu, kā arī par satraucošiem faktiem par pārpildītajām slimnīcām un aprūpes personāla trūkumu. Satraukumu nemazina ziņas par vakcīnu pieejamību, jo saglabājas neziņa par to efektu, blaknēm un citām vēl nepiedzīvotām izpausmēm.

Baiļu izjūtas nereti medijos asociatīvi vedina pielīdzināt pandēmiju kara laika briesmām. Arī 1991. gada janvāra barikāžu laiks atsaukts atmiņā un salīdzināts ar pandēmijas situāciju, kad “gan toreiz, gan tagad miermīlīgi darbojamies nāves ēnā” (Zirnīs 2021, 12). Salīdzinājums ar kara laika pārdzīvojumiem medijos atveidots un uztverts nevienprātīgi. To atšķirīgi pārdzīvo kara laiku paudze, norādot uz nesalīdzināmiem pārspīlējumiem Covid-19 kopsakarā. Līdzīgi



arī barikāžu dzīve “nāves ēnā” atzīta par potenciāli draudīgāku, neraugoties uz to, ka šoreiz Covid-19 ir paņēmis vairāk dzīvību” (Zirnis 2021, 12).

Latvijā nelielo saslīmušo un mirušo skaitu pandēmijas sākumā pavada mediju uzmanība atsevišķiem traģiskiem nāves gadījumiem. Liela nozīme slimības nopietnības un bīstamības pārdzīvojumā pieder žurnāla “Ir” redaktore Nellijas Ločmeles emocionālajam rakstam “26 dienas pirms pasaules gala” (Ločmele 2020, 14–15), kurā dramatiski atklāta tikko ar Covid-19 mirušā vīra slimības gaita un ar to saistītie traģiskie pārdzīvojumi. Tajos izskan brīdinājums par slimības nopietnību: “Cik cilvēkiem vēl ir jānonāk pie elpināšanas aparāta un morgā, lai visi beidzot saprastu situācijas nopietnību?” (Ločmele 2020, 15)

Lai pandēmijas izsauktās bailes nenovestu publiku līdz Heidegera minētajam apjukumam un panikai, baiļu diskurss medijos uzturēts un vienlaikus apzināti klusināts. Tas veido opozīciju neticībai un skepticīsmam, kas pieaug līdz ar slimības ieilgumu, bet nav pārvērstis izmisumā un šausmās. Tā mazināšanā īpaši sākumos māksla, humors, kāds jautrs, neikdienišķs atgadījums. Arī radošu meklējumu un cerību ievirze konstruktīvi kalpo draudīguma un baiļu vājināšanai.

Panikas nepieļaušanai vienlaikus ar slimības bīstamības akcentu bailes neitralizē jau minētais grūtību pārspīlējuma un šausmu iespaida samazinājums. Mediju autoritāšu intervijās vairākkārt atgādināta stabilitātes un līdzsvara izjūtas saglabāšana. Rakstniece Nora Ikstena intervijā izsaka grūtību pārspīlējuma nelietderību: “Kad klausos pārspīlētās vaimanas un saukļus, ka šis ir šausmīgu grūtību laiks, arī šim galējam viedoklim nevaru piekrist, tāpat kā salkanajam “iespēju un radošuma” laikam. Piedodiet, ja salīdzinām sevi ar to cilvēku grūtībām, kuri pārdzīvoja Otro pasaules karu, izsūtīšanas un trimdu, man gribas jautāt, kāds tieši

ir šis necilvēcīgās grūtības, kas mums jāizcieš? Šis nav labs laiks. Cilvēki zaudē darbu un iztikas līdzekļus. Saasinās vientulības sajūta tiem, kuri dzīvo vieni. Sava un apkārtējā vientulība sastopas, apvienojas un emocionāli žņaudz. Bet nav arī nekāds pasaules gals. Esmu ievērojusi, ka daži psihoterapeiti jau piedāvā tiešsaistes lekcijas par tēmu “kā nesajukt prātā”. Tas liecina tikai par to, cik labi līdz šim esam dzīvojuši. Cik negatavi esam jebkādam patiesām grūtībām un eksistenciāliem jautājumiem?” (Dumbere 2020, 31)

Minēto rakstnieces Noras Ikenstenas viedokli var uzlūkot par optimālu un stabilizējošu noskaņojumu, kas kopā ar samērā veiksmīgiem krīzes vadības lēmumiem neļauj bailēm pārvērsties iracionālā panikā, bet nenoliedz arī bīstamības nopietnību. Aristoteliska savaldība, mērenība liecina par iespēju mediēti saglabāt pandēmijas izraisītās krīzes realitāti, nepārvēršot to ne pārspīlēti apokaliptiskā nolemtībā, ne bezrūpīgā atteiksmē, bet līdzsvarojot attieksmi gan pavasara, gan daudz smagākajā rudens saasinājuma laikā.

ĪGNUMS, DUSMAS UN NIKNUMS

Slimības bīstamība, darba vietu un finansiālie zaudējumi, slimības izplatības saasinājums rudenī un ziemā ar pārpildītām slimnīcām, ar lielu mirušo skaitu un ar jauniem ierobežojumiem izraisa pieaugošu diskomfortu, neērtību un līdz ar to neapmierinātību. Svētku svinēšanas aizliegums, slēgtie teātri, koncertzāles, kafējnīcas un veikali, ekonomiskā stāvokļa pasliktināšanās, kā arī komendantstundas ieviešana gadu mijā izraisa dzīves sarežģītumus, vienmuļību un vientulību. Izolētība un ģimenes ilgstoša uzturēšanās ierobežotā telpā ir psiholoģisks un ētisks pārbaudījums. Pieaug īgnums, neapmierinātība, izraisot konfliktus un sadzīviskas sadursmes ne tikai ģimenēs, transportā, veikalos, bet arī sociālajos tīklos un izpaužas atsevišķās protesta akcijās. Latvijas Radio, sabiedriskā televīzija un citi mediji ne velti pievērš uzmanību varmācībai ģimenēs, bieži mājās saspiesti vienlaikus uzturoties gan vecākiem, gan bērniem, dārot telpu un ierobežotus interneta resursus. Mājas apstākļu izraisītās sadursmes gan samērā reti mediētas sabiedriskajos, biežāk sociālajos medijos.

Individuālas sadursmes un konfliktus publiskajās vietās vairo distances prasību neievērošana. Distancei savulaik pievērsis uzmanību Martīns Heidegers, norādot, ka attālinājums (*Entfernheit*) nav uztverams tikai kā telpiska distance. Tam ir pievienotas sociālas nozīmes, kas skar cilvēku attieksmi un attiecības: tuvums vairāk pieļauj rūpes nekā distancējums (Heidegger 1986, 107). Tolaik, 20. gadsimta 20. gados, jaunajā radio medijā vācu filozofs saskatījis paradoksālu komunikatīvu pasaules attālinājumu, bet vienlaikus arī tās paplašinājuma iespējas un ikdienišķi tuvās māju vides sagraušanu (Heidegger 1986, 105).

Neapmierinātība izpaužas un mediēta restorānu un viesnīcu sfērā. Par “katlu revolūciju” ziņo “Pāļa bazars” (*Krivenchy*). Minētais podkāsts bez ēdināšanas nozares pārstāvja Mārtiņa Sirmā intervē mūziķus, kuri gan neapmierinātību neviņo (Aigars Grāvers, Aivars Freimanis, Ainars Mielavs). Arī Mārtiņa Sirmā diskursā zaudējumu rūgtums un pārdzīvojums mazināts dzērienu reklāmas un baudas vidē. Niknums un naids izlaužas uz āru mākslas nozares protestos

pret autoratlīdzības nodokli, kas pielīdzināts “atklātai laupīšanai” (Jundze 2020, 3). Krīzei un liegumiem ieilgstot, pieaug nepacietība, depresīvs noskaņojums, nespēja samierināties, kas pāriet izmisumā, aizkaitināmībā un bezspēcīgās dusmās gan pret valdību, gan pret samērā nenoteiktu adresātu, kas var iemiesoties darba kolēģos vai tuviniekos.

Niknumu izraisa arī ieilgušās un samērā vienveidīgās Covid-19 slimības un pandēmijas ziņas. Tas, ka informētībai neseko dziļāka analīze, palielina kaitinošu īgnumu un niknumu mediju auditorijā. Neapmierinātība, nepatika, dusmas, naids atklāti pausti sociālajos tīklos. Visticšāk niknums izpaužas interneta portālu, piemēram, Delfi.lv, komentāros, par ko liecina rupji, brutāli, bieži necenzētos vārdos pausti izteikumi, kuri visbiežāk adresēti valdības noteiktajiem ierobežojumiem.

Triju mēnešu intensīvā Covid-19 slimības informācija un ierobežojumi pavasarī un saspringtā situācija rudenī un ziemā radījuši sabiedrības nepacietību, nogurumu un apnikumu. Lai gan pirmās ārkārtējās situācijas beigās arvien vairāk Latvijas sabiedriskie mediji atgriežas pie pirmskrīzes dienaskārtības, tomēr otrā viļņa laikā ar daudz bīstamāku pandēmijas realitāti daļa sabiedrības atsakās pieņemt bīstamo patiesību, atzīst koronavīrusa izraisītās krīzes informāciju par nepatiesu, nogurdinošu un cenšas izvairīties no tās. Baiļu un bezspēcīga niknuma sekas daļēji izskaidro viltus naratīvu, maldinošu ziņu un sazvērestību pieaugumu medijos.

Par mediētās informācijas vienveidību, kas var vairot depresīvu vai agresīvu attieksmi citam pret citu, valdību un rīcību, brīdinājums izteikts Latvijas Mediju ētikas padomes vēstulē medijiem un žurnālistiem. Latvijas Mediju ētikas padome uzskata, ka medijiem jāņem vērā mainīgie sabiedrības noskaņojumi, lai saglabātu auglīgu/rezultatīvu līdzdalību krīzes pārvarēšanā un valsts pēckrīzes tālākattīstībā. Vadošie diskursi – Covid-19 izraisītā pandēmijas norise, medicīnas aprūpes stāvoklis, ekonomiskās situācijas destabilizācija, leklīlietu ministrijas policejiskā uzraudzība un kontrole – papildināmi ar daudzveidīgāku krīzes situācijas atveidojumu, racionālu skaidrojumu un plašāku orientāciju uz pēckrīzes ilgtspējīgu attīstību (LMĒP vēstule 2020).

PROAKTĪVAIS ATJAUNOŠANĀS DISKURSS UN NOSKAŅOJUMS

Paralēli minētajiem apdraudējuma, baiļu, īgnuma un niknuma noskaņojumiem Latvijas medijos, kā jau minēts, komunicēts krīzes kā iespēju laika noskaņojums. Ar mediju avotu starpniecību uzturēts atsevišķu mākslinieku, pedagogu, uzņēmēju mediētais radošu risinājumu un ieguvumu diskurss, kurā sevišķi uzsvērts jauno tehnoloģiju pielāgojums krīzes apstākļiem. Destabilizācija, ko izraisa bailes un niknums, līdzsvarota ar atsevišķiem veiksmes stāstiem, iedrošinājumiem, arī ar iespēju laika formulas un diskursa uzturēšanu.

Izteikums par krīzi kā iespēju laiku, daudzkārt un atkārtoti lietojot, ar laiku draud pārvērsties stereotipā formulā. Tas klusināts krīzes patiesā kulminatīvā posmā pandēmijas pirmā gada nogalē. Kā jau apliecināts rakstnieces Noras Ikstenas intervijā, dažkārt iespēju laika optimisms atzīts par kaitinoši salkanu, tomēr tas saglabāts un atkārtots, uzturot

cerības, darbīgu noskaņojumu un atturot no padošanās fatālai un nomācošai pandēmijas krīzes uztverei.

Cerīgu noskaņojumu Latvijas mediji panāk ar, pirmkārt, sekmīgas pielāgošanās piemēriem citādiem apstākļiem, kad izdzīvošanas prasmes uzlūkojamas par būtiskāko un parastāko ekoloģijas nosacījumu. Pielāgošanās iespējas izsaka, piemēram, VEF bērnu deju kopas “Zelta sietiņš” astoņdesmitgadīgās vadītājas Baibas Šteinas balss 22. aprīļa LR1 “Labrīt” raidījumā: “Negribas lietot šo vārdu “krīze”. Vienkārši ir tādi apstākļi, tā mēs esam nolikti, un mums jāprot tajos dzīvot... Tikko palaidīs vaļā slūžas, mums jau ir sagatavota atgriešanās deļa, ar ko mēs atgriezīsimies.” Solījumam seko paredzēto koncertu uzskaitījums. Baiba Šteina piedzīvojusi Otro pasaules karu, un Covid-19 krīzes mēneši viņai nešķiet draudoši.

Cerīga noskaņojuma radīšana, otrkārt, panākta ar nākotnes attīstības vīziju. Mediju ievirze nav balstīta uz sērām un šausmām, bet reālie zaudējumi attālināti ar pieaicināto autoritāšu uzmundrinājumu dzīvot, rast krīzes risinājumus, domāt par pēckrīzes darbiem un dzīvi turpmāk.

Treškārt, darbīgs noskaņojums Latvijas medijos panākts ar glābēju jeb jaunu varoņu konstruāciju, ko Daniels Daijans (*Daniel Dayan*) sauc par slavinošiem, lojalitāti svinīgi apliecinošiem scenārijiem, kas definējami kā kronēšana (Dayan 2005, 174). Pandēmijas laikā kronēti jeb dienaskārtībā īpaši izcelti un atzīti profesionāli medicīnas nozarē, ko Latvijas medijos uzskatāmi pārstāv infektologs Uga Dumpis, epidemiologs Jurijs Perevoščikovs, vēlāk Neatliekamās medicīniskās palīdzības dienesta direktore Liene Čipule u. c. Mediķu kronēšana vairo drošību, paļaujoties uz profesionāli zinošiem glābējiem, kas ir arhetipisks krīzes varoņu tēls. Daniels Daijans uzsver kronēšanas rituālu mobilizējošo funkciju. Mediķi un minētie speciālisti izvirzīti krīzes notikuma centrā kā uzticības garantis cerīgam risinājumam pašāvībā uz varošiem palīgiem, kuri audzē spēku pretoties un pārvarēt krīzes grūtības. Mediju uzturētais noskaņojums kopumā sekmīgi ļāvis sagaidīt reāli glābjošu, kaut arī pretrunīgi uztvertu, krīzes risinājumu vakcīnas formā.

SECINĀJUMI

Covid-19 krīzes diskursi medijos, kuri pauž bailes, bīstamību, tīgnumu, nogurumu kopā ar pretošanās naratīviem atšķiras no iepriekšējās finansiālās un ekonomiskās krīzes ar ikviena līdzdalības lielākām iespējām, atbalstot krīzes vadības noteiktos ierobežojumus infekcijas izplatības mazināšanā. Krīzes pārvarēšana iespējama kolektīvi, bet šoreiz nevis ar 2008. gada krīzei raksturīgu valstu taupības aicinājumu, bet ar ikviena atbildīgas līdziesaistes akcentu: pašierobežojot sevi, var pasargāt citus, mazinot vīrusa izplatību. Vīrusa vizuālā klātbūtne televīzijas ziņās gada garumā kalpo par dzīvības apdraudējuma zīmi, bet vienlaikus kopā ar atgādinājumu, ka ikviens aicināts ierobežot un upurēt savas vēlmes, ieradumus un sociālos paradumus koplubuma un solidāras drošības vārdā.

Kopumā mediju uzturētais krīzes noskaņojums, kas saaustrs no daudzveidīgām, bieži pretrunīgām attieksmēm un emocijām, Covid-19 izraisītās krīzes situācijā Latvijā atzīstams par

samērā līdzsvarotu un veiksmīgu. To apliecina viens no krīzes laikā bieži lietotiem izteikumiem par krīzi ne tikai kā zaudējumu, bet arī kā iespēju laiku. Komunicēti dažādi noskaņojumi, kas adresēti ikvienam nolūkā pārliecināt par solidāru mērķi, katram atsevišķi ar savu pašdisciplinētību un pašdisciplinētību, un visiem kopā atbildīgi iesaistoties krīzes pārvarējumā lokāli un globāli. Komunikācijas tehnoloģiju sistēma ļauj izplatīt patiesu informāciju, kas Latvijas gadījumā nav īpaši ekoloģiski draudoša krīzes sākumposmā, un uzturēt optimālu noskaņojumu, atturot gan no panikas, gan fatālas pakļaušanās krīzes apstākļiem.

Līdzsvarots ārkārtas stāvokļa informatīvs atveidojums kopā ar proaktīva noskaņojuma uzturēšanu un veidošanu ir gan Latvijas valdības, gan medicīnas darbinieku, gan arī mediju un žurnālistu nopelns.

LITERATŪRA

- Dahlgren, P. (2005). The Public Sphere. Linking the Media and Civic Cultures. In: Rothenbuhler, E. W., Coman, M. (eds). *Media Anthropology*. Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage, pp. 318–327.
- Dayan, D. (2005). The Pope at Reunion. Hagiography, Casting and Imagination. In: Rothenbuhler, E. W., Coman, M. (eds). *Media Anthropology*. Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage, pp. 165–175.
- Dean, M. (2016). Political Acclamation, Social Media and the Public Mood. *European Journal of Social Theory*, 20(30), 417–434. DOI: 10.1177/1368431016645589
- Džordano, P. (2020). *Sērgas laikā*. Rīga: Jāņa Rozes apgāds.
- Ellul, J. (1980). *The Technological System*. New York: The Continuum.
- Gumbrecht, H. U. (2012). *Atmosphere, Mood, Stimmung*. Stanford: Stanford University Press.
- Heidegger, M. (1986). *Sein und Zeit*. Tübingen: Max Niemeyer Verlag.
- Dumbere, L. (2020). Dzīves svinēšanas trešais cēliens. *Ir*, 21.–27.05.2020., 29–31.
- Jundze, A. (2020). Neobligātas piezīmes uz decembra malām. *KonTeksts*, 12(45), 3. lpp.
- Latvijas Mediju ētikas padomes vēstule Latvijas žurnālistiem 2020. gada 30. decembrī. Izgūts no: <https://www.lmepadome.lv/jaunumi/params/post/2438371/kada-ir-mediju-atbildiba-pret-sabiedribu-globalas-pandemijas-laika-latvijas>
- Ločmele, N. (2020a). 26 dienas pirms pasaules gala. *Ir*, 2020, 15(520), 16.–22.04., 14–15.
- Lottridge, D., Bentley, F. R. (2018). Let's Hate Together: How People Share News in Messaging, Social, and Public Networks. In: *CHI '18: Proceedings of the 2018 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, paper N. 60, 1–13. DOI: 10.1145/3173574.3173634.
- Rothenbuhler, E. W., Coman, M. (eds). (2005). *Media Anthropology*. Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage.
- Sedlenieks, A. (2020). Postpandēmiskā pasaules kārtība. *SestDiena*, 18.–25. jūnijs. Izgūts no: <https://www.diena.lv/raksts/sestdiena/pasaule/postpandemiska-pasaules-kartiba-14243388>
- Turkle, S. (2017). *Alone Together. Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*. New York: Basic Books.
- WHO Director-General's opening remarks at the media briefing on COVID-19. Retrieved from: <https://www.who.int/dg/speeches/detail/who-director-general-s-opening-remarks-at-the-media-briefing-on-covid-19--11-march-2020>
- Wong, M. Y. (2016). The Mood-Emotion Loop. *Philosophical Studies: An International Journal for Philosophy in the Analytic Tradition*, 173(11), 3061–3080. DOI: 10.1007/s11098-016-0650-2
- Zirnis, E. (2020). Kauliņi ir mesti. *SestDiena*, 15.–21. janv., 12–15.

**Sakarā ar ārkārtas situāciju valstī
līdz 7.12.2020.
bibliotēka būs slēgta.**

**In connection with the national
emergency situation,
the Library will be closed
until 7.12.2020.**

Par izdevumu obligāto eksemplāru, pirkumu u.c.
iesniegšanu zvanīt uz tālruna numuru 67806148 vai 26607274
darba dienās no plkst. 9.00 līdz 17.00.

Vairāk: lnb.lv / More: lnb.lv/en



L A T V I J A S
N A C I O N Ā L Ā
B I B L I O T Ē K A

ATMIŅAS INSTITŪCIJU (BIBLIOTĒKU, MUZEJU, ARHĪVU) E-AKTIVITĀTES UN TO LOMA NOSKAŅOJUMA VEIDOŠANĀ

Sanita Dubra

“Bet šis šķībums ir izšķirošs,” tā par mākslinieču tandēma “Skuja Braden” mākslas darbiem raksta māksliniece Rasa Jansone. Mākslinieču izstādes “Samsāru” atklāšana notika 2020. gada 13. martā, kas bija pirmā pilnā Latvijā izsludinātās ārkārtējās situācijas diena un daudziem tas sašķobīja plānus un ikdienu. Savā ziņā šajās dienās tika pagriezts kaleidoskops, kas ierasto kārtību izkustināja, un tas nav apstājies arī 2021. gadā.

ATVĒRTS, SLĒGTS, ATTĀLINĀTS, BEZKONTAKTU – ATMIŅAS INSTITŪCIJU PIEEJAMĪBA PANDĒMIJAS LAIKĀ

Pirmās ārkārtējās situācijas laikā no 2020. gada 12. marta muzeji, arhīvi un bibliotēkas, kas vāc, saglabā un nodrošina piekļuvi kultūras mantojumam, klātienēs apmeklējumam lielākoties bija slēgti, lai arī nebija tieši tāda Ministru kabineta vai Kultūras ministrijas norādījuma. Nozares reakcija drīzāk atspoguļo arī pirmo daļas sabiedrības reakciju pandēmijas sākumā, kad publiskās un privātās aktivitātes tika strauji, mērķtiecīgi un labprātīgi ierobežotas. Tā

brīža situācijas raksturojumu sniedz Kultūras ministrijas Arhīvu, bibliotēku un muzeju nodaļas pirmās rekomendācijās muzejiem: “Šobrīd visi valsts muzeji ir slēgti, arī liela daļa pašvaldību muzeji šādu rīcību ir pārņēmuši. Sadarbībā ar savu dibinātāju pastāvīgi (katru dienu) un atbildīgi izvērtējiet, vai joprojām ir droši turēt muzeju apmeklētājiem atvērtu, ņemot vērā Ministru kabineta rīkojuma par ārkārtējās situācijas izsludināšanu” (KM Arhīvu, bibliotēku un muzeju nodaļa 2020, 1). Neziņa par to, kā rīkoties, kādi ir riski, veicināja piesardzīgi nogaidošas taktikas izvēli. Aktīvi tika pētītas citu pasaules atmiņas institūtu prakses un lēmumi, Kultūras ministrija sadarbībā ar attiecīgajām nozarēm gatavoja vadlīnijas par darba organizāciju pandēmijas apstākļos.

Praktiskā rīcība bija dažāda – daļa bibliotēku nodrošināja tikai attālinātos pakalpojumus, citur grāmatas izsniedza, izmantojot pie durvīm novietotu galdu vai bezkontakta iespējas. Nozarē bija arī institūcijas, kas formāli ievēroja noteikumus vai “radīja ilūziju”, ka tiek ievēroti piesardzības pasākumi, īpaši, ja dati liecināja, ka nelielā saskarētība ir konstatēta “tālajā” Rīgā. Ļoti dažādie lēmumi starp dažādām institūcijām radīja neskaidrību iedzīvotājos, ļoti svarīgi bija nodrošināt operatīvu informācijas apriti vietējā kopienā, izmantojot gan sociālos medijus, internetvietnes, gan iespēju publicēties reģionālajos laikrakstos, kur interese par bibliotēku darbu bija vērojama jau no 18. marta. Tikpat aktuāli un atsevišķos gadījumos pat vienīgais informācijas avots ir bibliotēkas logā ielikta lapa par jauno darba kārtību. Atmiņu institūciju darbību regulējošo dokumentu izstrādē vadošā loma ir Kultūras ministrijai, bet reālā pakļautība ir citām ministrijām jeb precīzāk šo ministriju pakļautībā esošajām institūcijām, piemēram, publiskās bibliotēkas ir pakļautas konkrētajām pašvaldībām, kas ir pakļautas Vides aizsardzības un reģionālās attīstības ministrijai. Tāpat ir privāti muzeji, retāk bibliotēkas.

Sākot ar 2020. gada 13. maiju, atmiņas institūcijas pakāpeniski pēc divu mēnešu pārtraukuma kļuva atvērtas apmeklētājiem. Atvēršanas laiku noteica tas, cik operatīvi un sekmiņīgi konkrētais muzejs vai bibliotēka varēja izpildīt sanitārajā protokolā noteiktās prasības. Muzejiem bija jānodrošina divu metru distance, jāaprēķina maksimālais apmeklētāju skaits, jāizvērtē iespēja nodrošināt muzeja apmeklējuma laika rezervāciju, biļešu iegādi internetā un jānodrošina citi drošības pasākumi (Kultūras ministrija 2020). Savas ilgas pēc apmeklētājiem muzeji demonstrēja vienotā informatīvajā kampaņā *#TiekamiesTagad*. Lai apmeklētājiem būtu vieglāk uztverami jaunie ierobežojumi, tika izveidoti vienoti spilgti dzeltenī informācijas materiāli. Kampaņas vizuālajos materiālos aspēlēja starptautiski atpazīstamās zīmes “Trausls. Apieties rūpīgi” (*Fragile. Handle with care*) piktogramma ar rūpīgi rokās satvertu trauslu kravu. Parasti tā redzama, pārvedājot vērtīgo kultūras mantojumu, tagad “visa uzmanība pievērsta cilvēka dzīvības un veselības trauslumam” (Latvijas Muzeju biedrība, 2020). Centrālā statistikas pārvalde secinājusi, ka, “muzejiem atsākot darbu, pirmās četras nedēļas apmeklējumu skaits bija niecīgs (10–20 % no iepriekšējā gada apmeklējumu kopskaita) un tikai pēc aptuveni četrām nedēļām tas sāka lēnām pieaugt, bet nevienu nedēļu nepārsniedzot ap 60 % no 2019. gada apmeklējuma” (Centrālā statistikas pārvalde 2020). Muzeju apmeklējumu ietekmēja gan tūrisma būtiskā samazināšanās, gan dažādu norišu, piemēram, “Latvijas

skolas soma”, ierobežošana. Muzejiem, kam ieņēmumi no biļetēm veido lielu budžeta daļu, situācija radīja pamatotu satraukumu par nākotni.

Visās atmiņu institūcijās strādājošo darbinieku vidū valda bažas, ko veicina kopīgās atmiņas par divtūkstošo gadu krīzi, kad kultūras nozarē tika samazinātas algas, slodzes un darbiniekiem nācās izmantot bezalgas atvaļinājumus. Daļa bažu izrādījās pamatotas, kā atzina Latvijas Nacionālā mākslas muzeja (LNMM) direktore Māra Lāce, norādot, ka atsevišķos gadījumos, kad pandēmijas sākumā tika izsmeltas dīkstāves pabalstu iespējas, kārtējā atvaļinājuma dienas un citu darba uzdevumu iespējas, zāļu uzraugi iespēju robežās piekrita bezalgas atvaļinājumiem (Lāce 2020). Kopumā šis jautājums ir maz komunicēts medijos, drīzāk tas ir palicis nozarē nodarbināto prātos un iekšējās sarunās.

2020. gada 13. maijā, kad lasītājiem atkal pieejama kļuva Rīgas Centrālā bibliotēka un tās filiālbibliotēkas, tās tika apmeklētas 1768 reizes, lai arī lasītājiem bija pieejami tikai daži no līdzšinējiem pakalpojumiem (Rīgas Centrālā bibliotēka 2020). Gan šī bibliotēka, gan citas saskārās arī ar vienkāršu ziņkārību, vai un kā strādā bibliotēkas pandēmijas laikā. Bibliotēku darba organizācija vēl arvien daudz bija atkarīga no konkrētās iestādes lēmumiem. Atšķirīgie noteikumi un pieejamība radīja sabiedrībā neizpratni un jautājumus par pieejamības ierobežošanu – “Vai bibliotēku darba specifika atšķiras no veikala darba? Kāpēc ministrija neļauj piekļūt grāmatu plauktiem, ja no 18.05. bibliotēkas ir atvērtas, bet ne Aucē?” (LV portāls 2020) Latvijas Nacionālajā bibliotēkā (LNB) klātienē apmeklējums bija iespējams, sākot ar 26. maiju, un līdz 31. augustam tika nodrošināts tikai ar iepriekšēju rezervāciju, turklāt par lasītavu bija pārtapis pirmā stāva ātrijs. Pārējā ēka nebija pieejama ne lasītājiem, ne apmeklētājiem vai tūristiem, kas ik pa laikam iemaldījās bibliotēkā. Gan Latvijas, gan ārzemju tūristi izrādīja neapmierinātību, ka šajā laikā ēka ir apskatāma tikai no ārpuses. Jūlijā tika pieņemts lēmums pirmo stāvu un grāmatniecības muzeja ekspozīciju atvērt tūristiem pirmdienās, kad nenotika lasītāju apkalpošana. Rudenī tika atvērtas visas lasītavas un iepriekšēja rezervācija vairs nebija nepieciešama.

Dažādu arhīvu apmeklētājiem pandēmijas periodā bija jāņem vērā, ka apmeklējums iepriekš ir jāpiesaka un jāreķinās, ka darbam lasītavās varēs vēltīt ne vairāk kā trīs stundas, bet arhīvs dokumentu atvasinājumus un izziņas izsniedz tikai attālināti (Kultūras ministrija 2020). Pandēmijas laikā arhīvu darba organizācijā izmaiņas ir notikušas retāk un mazāk apskatītas arī medijos.

Nākamās nopietnās izmaiņas valstī, kas ietekmēja atmiņas institūciju darbu, stājās spēkā ar 2020. gada 21. decembri, kad tika slēgtas visas kultūrvietas un palika tikai attālinātie pakalpojumi, izņemot muzeju āra teritoriju, tomēr arī Latvijas Etnogrāfiskā brīvdabas muzeja apmeklējums ir krietni samazinājies – viena mēneša laikā apmeklējums ir tik liels kā iepriekšējos gados viena pasākuma laikā (Blass 2020). Grāmatu izsniegšana bibliotēkās tika atjaunota 2021. gada 12. janvārī, ko kultūras ministrs Nauris Puntulis pamato, norādot, ka “šī brīža situācijā bibliotēku darbs, izsniedzot grāmatas lasītājiem, ir akūta nepieciešamība, it īpaši laikā, kad grāmatnīcu darbība klātienē ziemēl nav atļauta” (Kokale 2020). Pārējās kultūrvietas un atmiņas institūcijas palika slēgtas vismaz līdz 2021. gada 7. februārim.

Ik pa laikam kļuva pamanāms kontrasts starp darba organizāciju komerciestādēs un valsts pakļautībā esošajās atmiņas institūcijās. Sociālo mediju lietotāji norāda, ka muzejos var vieglāk ievērot distancēšanos un drošību, bet grāmatu lasīšana ir praktiski visdrošākā kultūras baudīšanas iespēja līdzšinējā formā. Studenti uztraucās par piekļuvi grāmatām sesijas laikā.

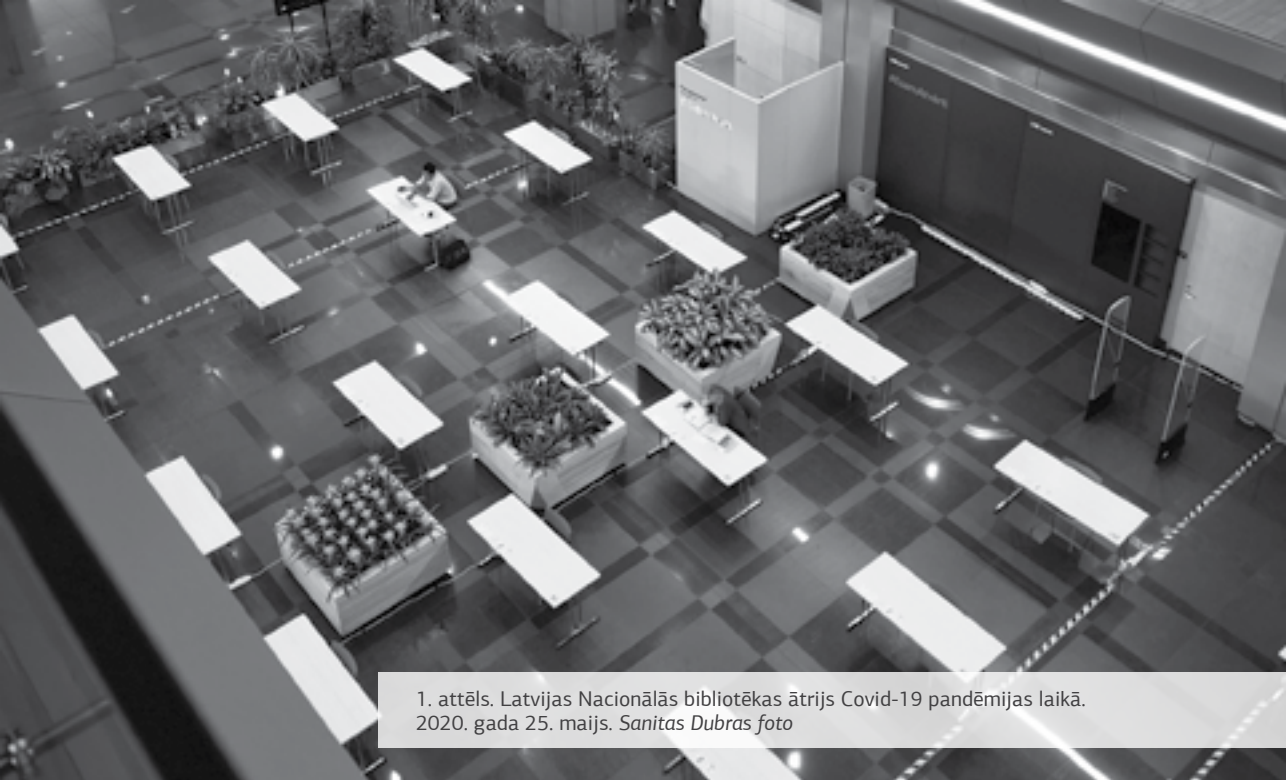
Atmiņas institūciju darba organizāciju ietekmēja pandēmijas sākumā neskaidrais jautājums, cik ilgi vīruss ir aktīvs uz dažādām virsmām. Bibliotēkās pandēmijas sākumā tika organizēta grāmatu "karantīna" jeb izolēšana no divām dienām (Vilmane 2020) līdz pat divām nedēļām (Vespere 2020). Kā apliecina *REOpening Archives, Libraries, and Museums* (REALM) projekta pētījums, SARS-CoV-2 vīruss uz dažādiem materiāliem saglabājas atšķirīgu laiku, piemēram, uz ādas iesējuma to konstatē vēl pēc astoņu dienu karantīnas. Testā, kur mīkstošos vākos iesietas grāmatas karantīnas laikā atradās izliktas pa vienai uz galda, pēc trīs dienām vīruss netika konstatēts, bet citā testā, kad tādas pašas grāmatas izolācijas laikā tika atstātas kaudzītē, vīrusu atrada pat pēc sešu dienu karantīnas (OCLC 2020). Šī pētījuma dati tapa zināmi gada otrajā pusē, maijā bija noteikta grāmatu 72 stundu karantīna.

Kultūras nozares pārstāvji Latvijā un citur Eiropā atzīst, ka ārkārtas situāciju plānos pandēmijai kā riskam tika veltīts maz vietas vai netika pieminēta vispār, bet 2020. gada Covid-19 pandēmijas mācība ir skaidra, ka tas ietekmē gan pieeju, kā eksponē krājumus, gan to kā nodrošināt normatīvos aktos noteikto mikroklimatu un kolekcijas drošību situācijā, kad darbinieki nevar būt klāt. Rūpēs par savu un apkārtējo drošību apmeklētājs vai lasītājs var radīt papildu risku materiāliem, jo dezinfekcijas šķīdumi var būt ar dažādu sastāvu un sabojāt avīzes, grāmatas lapas vai kādu brīvi pieejamu mākslas priekšmetu.

Tieši neskaidrība par vīrusa dzīvotspēju uz dažādām virsmām, mainīgie ierobežojumi, cilvēcs satraukums par sevi, kolēģiem un ģimeni ietekmē atmiņas institūciju darbu, norobežojot piekļuvi, nosakot materiālu karantīnu un kopumā tiecoties samazināt taktilo sajūtu iespējas, kas nu jau bija kļuvušas par gandrīz katras izstādes un ekspozīcijas neatņemamu sastāvdaļu. Par drošāko piedāvājumu tagad kļuva e-resursi un e-pakalpojumi.

#ĒKULTŪRAS IZPAUSMES ATMIŅAS INSTITŪCIJĀS

Kultūras ministrija uz valstī pandēmijas dēļ izsludināto ārkārtējo situāciju reaģē ātri, un jau 2020. gada 16. martā sabiedrībai tiek piedāvāts tēmturis *#Ēkultūra*, kas aicina kultūru baudīt digitāli, un interesentiem tiek piedāvāts saraksts ar dažādām iespējām, piemēram, Latvijas filmu portāls, Latviešu oriģinālopera "Suitu sāga", E-grāmatu bibliotēka, "Redzi, dzirdi Latviju" un citi resursi (Kultūras ministrija 2020a). Lai arī piedāvājumā ir daudz labu un interesantu aktivitāšu, tomēr var piekrist LNB izstādes "Neredzamā bibliotēka" projekta vadītājai Ingai Surguntei, kura norāda uz saraksta "aukstinību" un tur iekļautajiem katalogiem un uzskaitījumiem, kas izskan arī radio reklāmās, aicinot "izmantot brīvos brīžus mājās, lai izpētītu Valsts kultūras pieminekļu sarakstu..." (Surgunte 2020). Var secināt, ka šis ir formāli informatīvs uzskaitījums, kur apkopots viss pieejamais digitālais saturs un pakalpojumi.



1. attēls. Latvijas Nacionālās bibliotēkas ātrijs Covid-19 pandēmijas laikā. 2020. gada 25. maijs. Sanītas Dubras foto



2. attēls. Lasītāju apkalpošana Latvijas Nacionālajā bibliotēkā Covid-19 pandēmijas laikā. 2020. gada 4. septembris. Sanītas Dubras foto

Atmiņas institūciju zibenīgā reakcija bija iespējama, jo "laika posmā no 1999. gada, kad Latvijas atmiņas institūcijas – muzeji, bibliotēkas un arhīvi – uzsāka digitalizēt to krājumus, ir paveikts ievērojams darba apjoms [...], attīstīta virkne e-pakalpojumu digitālā kultūras mantojuma piekļuvei un izmantošanai un, pats galvenais, ir digitalizēts ievērojams apjoms Latvijas nacionālo kultūras bagātību" – rakstīts "Digitālā kultūras mantojuma attīstības stratēģijā" (Kultūras ministrija 2015, 8). Līdzīgas tendences atklāj Apvienoto Nāciju Izglītības, zinātnes un kultūras organizācija (*United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization; UNESCO*) ziņojums par muzejiem pasaulē pandēmijas laikā. Primāri muzeji savas aktivitātes veidoja, balstoties uz iepriekš digitalizētiem materiāliem, proporcionāli krietni mazāk ir piedāvātas un veidotas tiešsaistes izstādes un citas īpaši šim laikam veidoti pasākumi (UNESCO 2020, 16–17). Gan pasaules, gan Latvijas atmiņas institūcijas aktīvākas kļuva sociālajos medijos, kur tika atspoguļoti dažādi muzeja priekšmeti vai informācija no krājumā esošiem avotiem un rīkoti konkursi, viktorīnas.

LNB "*Instagram*" sniedz atsauces uz vēsturiskiem notikumiem esošās situācijas kontekstā, piemēram, 1913. gada presē tika ziņots, ka "Rīgas pilsētas valde bija iegādājusies dezinfekcijas automobili, kas īpaši ierīkots lipīgu slimību apkarošanai" (Latvijas Nacionālā bibliotēka 2020c). "*Facebook*" kļuva par platformu, kur muzeji un bibliotēkas nodrošināja video tiešraides no dažādiem pasākumiem, konferencēm un veidoja īpašus video stāstus par izstādēm vai krājuma vienībām. Jau 2020. gada 13. martā operatīvi jaunie apstākļiem pielāgojās mākslinieču apvienība "Skuja Braden", kam šajā datumā bija paredzēta izstādes "Samsāra" atklāšanas pasākums Dekoratīvās mākslas un dizaina muzejā. Atklāšana klātienē notika šaurā lokā, bet visi interesenti tai varēja sekot līdzi tiešraidē mākslinieču "*Facebook*" profilā (Dzērve 2020). Tajā brīdī bija zināms, ka muzejs būs slēgts līdz 16. aprīlim, notikumu attīstība neviename nebija skaidra, un 13. marts šai izstādei tapa vienlaikus par atvēršanas un aizvēršanas dienu. Izstāde savus apmeklētājus sagaidīja maija vidū. Nacionālajā bibliotēkā jau vairākus gadus darbojās meditācijas telpa, kur regulāri tika organizētas sarunas par meditāciju. Pirms Lieldienām notika pirmā Klusās nedēļas meditācija tiešsaistē, kas vainagojās regulārās tiešsaistes meditācijas nodarbībās visa gada garumā (Latvijas Nacionālā bibliotēka 2020b). Šajās situācijās auditorijas iesaiste drīzāk ir vērojama, primāri nepieciešamas ir sociālo mediju lietošanas prasmes, mazliet izaicinošāk varētu būt pieslēgties meditācijai *Zoom Meeting* attālinātās komunikācijas platformai. Cita veida prasmes nepieciešamas, lai sekmīgi izmantotu atmiņas institūciju radītās datubāzes.

"Digitālā kultūras mantojuma attīstības stratēģijas" izstrādātāji, analizējot esošo situāciju 2015. gadā, norāda, ka ir "zema sabiedrības informētība par pieejamajiem digitalizācijas rezultātiem" un "atmiņas institūciju prestižs sabiedrības acīs jaunāko tehnoloģiju izmantošanas kontekstā ir zems, un to tēls nesaistās ar tehnoloģiju sniegto iespēju veiksmīgu izmantošanu" (Kultūras ministrija 2015, 14). Vērojot notikumus un sabiedrības reakciju pandēmijas laikā par piekļūvi dažādiem digitālajiem resursiem, ir jāpiekrīt LNB sabiedrisko attiecību vadītājam Augustam Zilbertam: "Jāsaka – laime nelaimē, jo tik lielu ievērību digitālā bibliotēka agrāk nav baudījusi. Esam plānojuši dažādas kampaņas, bet šī brīža apstākļi ir tiešām



3. attēls. Informācija Latvijas Nacionālās bibliotēkas lasītājiem Covid-19 pandēmijas laikā. 2020. gada 4. septembris. *Sanitas Dūbras foto*



4. attēls. Liegums piekļūt brīvpieejas plauktiem Latvijas Nacionālajā bibliotēkā Covid-19 pandēmijas laikā. 2020. gada 4. septembris. *Sanitas Dūbras foto*

unikāli. Redzam, ka daudzi lietotāji portālu iepriekš nav apmeklējuši – tādi ir apmēram 70%.” (Rozenberga 2020) Pandēmija radīja priekšnosacījumus digitālā satura patēriņam.

Trešā tēva dēla E-grāmatu bibliotēka (“3td E-grāmatu bibliotēka”) tika atvērta 2019. gada 6. janvārī. Šis pakalpojums ir pieejams reģistrētajiem pašvaldību publisko bibliotēku lasītājiem. Pirmā gada laikā tās izmantošanai reģistrējās 5400 lasītāji (Slava 2020), bet “ārkārtējās situācijas laikā no 12.03.2020. līdz 10.06.2020. reģistrēto lasītāju skaits palielinājās par 62 %”, 2021. gada janvārī sasniedzot gandrīz 12 500 lasītāju skaitu (Elsberga 2021). Bibliotēku nozarē ik pa laikam tika aktualizēts jautājums par e-resursu un dažādu publiskajās bibliotēkās pieejamo datubāzu reto izmantošanu, ko skaidroja gan ar auditorijas neieinteresētību, gan pašu bibliotekāru nepietiekamajām zināšanām un prasmēm un līdz ar to arī tam sekojošo minimālo iedrošināšanu un atbalsta sniegšanu lasītājiem.

Bez vēlmes, zināšanām un to lietošanas “nav iespējams nodrošināt pienācīgu interesi par digitalizēto kultūras mantojumu un veidot pozitīvu e-pakalpojumu izmantošanas praksi” (Kultūras ministrija 2015, 15). Digitālo resursu izmantošanas pieaugumu ietekmējuši vairāki faktori, gan ilgstošā atrašanās mājās, gan daudzu klātienes pasākumu ierobežošana, gan laiks, ko pietiekamā apjomā veltīt, lai meklētu un iepazītos ar digitālo saturu, kam jau līdz šim tika nodrošināta piekļuve. Tomēr šis laiks nemainīja sabiedrības primārās prasības attiecībā uz digitālo saturu – tam jābūt viegli un ērti pieejamam. Gan pasaulē, gan Latvijā privātās un valsts institūcijas iesaistījās, nodrošinot dažādu bezmaksas saturu. Studenti varēja ērti piekļūt līdz šim abonētajām vai pat konkrētajā augstskolā neabonētajām datubāzēm, ikviens interesents no jebkuras vietas var piekļūt LNB uzturētajiem portāliem periodika.lv un gramatas.lv, kur līdz šim autortiesību nosacījumu dēļ ārpus bibliotēkas bija pieejami tikai daļēji. Speciālās licences līgums starp LNB un Autortiesību un komunikēšanās konsultāciju aģentūru/Latvijas Autoru apvienību (AKKA/LAA) pieejamību šiem diviem resursiem nodrošinās līdz brīdim, kad būs beigušies pandēmijas radītie ierobežojumi bibliotēkām (Zilberts 2020). Nodrošinātā piekļuve atspoguļojas arī datos, ja līdz šim portālu skatījās pusotrs līdz divi tūkstoši cilvēku dienā, tad pandēmijas laikā tie ir trīs līdz četri tūkstoši cilvēku dienā (Rozenberga 2020). Informācijas un e-aktivitāšu piesātinātajā laikā interesi rada tieši personiskums, individuālā saikne. Tas svarīgi ir ikkatram un brīžos, kad šķiet, kā paspēt izdarīt visus ikdienas pienākumus un vēl izmantot izdevību, kad bez maksas un brīvi pieejams augstvērtīgs kultūras saturs, nav izdarāms. Iespējams, tādēļ vieglāk uztverams saturs iegūst lielāku atsaucību auditorijā.

Sirsnīgu un humorīgu akciju novembrī aizsāka Šmakovkas muzeja darbinieki, aicinot citus muzejus un kultūras vietas izaicināt vienu otru un publicēt savos sociālajos kontos fotogrāfijas ar plakātiem “Neviens vairs..” un tālāk ļauties fantāzijas lidojumam. Kā norādīts ierakstā, “Apmeklētāju ir tik, cik viņu ir, un mēs patiešām skumstam pēc viesiem no tuvākām un tālākām vietām” (Šmakovkas muzejs 2020). Konkrētais ieraksts “Facebook” guva atsaucību sekotāju (ar ierakstu dalījās 1200 lietotāji) un citu muzeju vidū. Izmantojot tēmturi, *#neviensvairs* bija iespēja lasīt, ka muzeju telpās “neviens vairs neprasa, cik maksā bezmaksas bukleti”, “neviens vairs neprasa, kas ir Lielais Jēbs”, “Neviens vairs nesaka, ka es arī tā varētu”, “Neviens vairs

neprasa: “Kā Aspazija mazgāja matus?”” un citi konkrētās kultūras iestādes ikdienā līdz šim ierasti jautājumi vai situācijas. Šī bija iespēja muzeju un kultūras iestāžu darbiniekiem uzturēt personīgāku saikni ar auditoriju, izteikt savas ilgas pēc satikšanās un atklāt šī pandēmijas laika radīto sociālo izolētību.

SAKŅU UN PIEDERĪBAS IZJŪTA

Vēstures un identitātes ierāmējums mākslas un kultūras objektos veido saikni starp tagadni un pagātni, veido saikni kopienas ietvaros un atkārtoti apstiprina indivīda piederību *šejienei*. UNESCO pandēmijas gadā uzsver, ka muzeji ne tikai saglabā mūsu kopīgo mantojumu, bet arī nodrošina telpas, kas veicina izglītību, iedvesmu un dialogu. Pamatojoties uz cieņas un kultūras daudzveidības vērtībām, muzeji stiprina sociālo kohēziju, veicina radošumu un ir kolektīvās atmiņas nesēji (UNESCO 2020, 4). Tiek prognozēti dažādi nākotnes scenāriji, bet vienbalsīgi tiek teikts, ka sabiedrība būs mainījies. Atmiņas institūcijas veido nozīmīgu saikni starp indivīdu un noteikto kopienas, sabiedrību. Ungārijas Nacionālās bibliotēkas eksperts Sabolcs Dancs (*Szabolcs Dancs*) norāda, ka identitātes radīšanai, kas ir mūža darbs, ir nepieciešams liels apjoms informācijas, kas ietver kultūras vērtības. Šajā procesā atbalsts var būt bibliotēka, bet bibliotēkas pakalpojumiem ir jāattīstās, lai sasniegtu jaunās gaidas, kuras izsauc arvien pieaugošā nepieciešamība veidot tiltu starp atšķirīgas kultūras izcelsmes kopienām (Dancs 2018, 13, 18). Atmiņas institūcijas, no vienas puses, veido saikni ar noteiktu kultūrtelpu, bet, no otras puses, met tiltu uz saprašanos starp dažādām sabiedrībām. Pandēmijas laikā, kad viss kļūst neskaidrs, sabiedrība tiecas atrast un pieturēties pie kaut kā, kas esībā pārsniedz viņus pašus.

Portāla periodika.lv izmantošanas pieaugums lielā mērā bija saistīts ar savas identitātes stiprināšanu, “periodika.lv atklāja dzimtas simtgadīgos noslēpumus un vēsturi, radnieku blēņas un labos darbus, iepazīnu dzimtas pilsētas rašanos un attīstību. Vērtīgi pavadīts pēdējo mēnešu laiks!” (Baltmane 2020) Pieredzējušie savas dzimtas pētnieki izsaka aicinājumus digitalizēt vēl citus resursus. Interese par dzimtas saknēm gan nav saistāma tikai ar pandēmijas laiku, šeit drīzāk abpusēji tiek ieraudzīta iespēja gan no iesācējiem dzimtas pētniecībā, gan pašām atmiņas institūcijām. Latvijas Nacionālais arhīvs (LNA) aicina pandēmijas laiku veltīt dzimtas vēstures izpētei un atgādina par šim procesam noderīgo arhīva datubāzi “Raduraksti” (Latvijas Nacionālais arhīvs 2020). Citu formu, kā palūkoties uz savas dzimtas vēsturi, piedāvāja LNB pastāvīgās ekspozīcijas “Grāmata Latvijā” komanda, kas aicināja pievērst uzmanību dzimtas Bībelei, kur bieži tika fiksēti dzimtas nozīmīgākie notikumi (Latvijas Nacionālā bibliotēka 2020a). Šis aicinājumam atsaucās vairāki dzimtas Bībeles glabātāji, kas dalījās savas dzimtas stāstos, kas fiksēti to lapaspusēs. “Bez liecībām par mūsu dzimtu (laulības, bērnu dzimšana un miršanas datumi) Bībelē ir arī dažādi interesanti ieraksti – par ģimenes bēgļu gaitām 1915. [...] Jaunāks ieraksts rāda arī, kā mani vecāki 1989. gadā no Viļķenes kolhoza ieguvuši zemi,” dzimtas piefiksētos notikumus atklāj Katrīna Kukaine, norādot, “ka tagad

būs jāveic ieraksts par mūsu laiku lielāko satricinājumu – Covid-19 vīrusa pārvērsto pasauli” (Grāmata Latvijā 2020).

Līdz ar savu pamatuzdevumu saglabāt Latvijas kultūras un dokumentāro mantojumu atmiņu institūciju krājums atspoguļo un stiprina nacionālo identitāti. “Izstāde laikā un vietā [...] cilvēki iegūst pašapziņu, tādu apliecinājumu savai esībai un nākotnei,” – tā LNMM direktore Māra Lāce par izstādes “Rihards Zariņš. Ko Latvijas meži šalc” apmeklētāju plūsmu 2020. gadā periodā, kad izstāde bija pieejama apmeklētājiem (Lāce 2020). Sabiedrībai ir nepieciešama cerība un apziņa nākotnei, ko var sniegt atmiņas institūcijas.

Lai sniegtu atbalstu kultūras un mākslas jomas nozarēs strādājošajiem un bibliotēku lasītājiem nodrošinātu iespēju lasīt jaunus izdevumus, bet mākslas cienītājiem iepazīt jaunus mākslas darbus, ko radījuši Latvijas mākslinieki pēdējo 30 gadu laikā, un vairākās pilsētās uzstādīt vizuāli telpiskos mākslas darbus, 2020. gadā tika piešķirti līdzekļi no Covid-19 ietekmes mazināšanai paredzētā finansējuma (Kokale 2020). Šis bija viens no instrumentiem, kā atbalstīt kultūras un mākslas nozarēs strādājošos.

Ne tikai atmiņas institūciju krājumi un kolekcijas veido piederības un saiknes izjūtu, to nodrošina arī pati fiziskā telpa un notikumi tajā. Latvijā jau pāris gadu tiek diskutēts par bibliotēku sociālo lomu vietējās kopienās. Jau līdz pandēmijas radītajiem sociālo kontaktu ierobežošanas pasākumiem pētnieki vērsa uzmanību uz sociālo izolētību, kas ir klātesoša dažādās formās visos laikos. Pandēmijas laikā tieši fiziskās telpas, kas ir kā alternatīvā telpa indivīda ikdienu parastī veidojošajām mājas un darba vidēm, neesamība rada spriedzi un var veicināt vientulību. Kopienas saites klātienē tiek veicinātas pasākumos, interešu klubos vai vienkārši atbalstošās sarunās. Kultūras un sociālo zinātņu pētnieces Zelmarija Kantilona (*Zelmarie Cantillon*) un Sāra Beikere (*Sarah Baker*), analizējot brīvprātīgo iesaisti “dari pats” (*do-it-yourself*) aktivitātēs Austrālijas Džeza muzejā, secina, ka tas veicina kopienas izjūtu, rada piederības un nozīmīguma izjūtu konkrētai grupai, kā arī veido emocionālo saikni, kas attiecīgi atsaucas uz indivīda labsajūtu mentālajā, emocionālajā, psihiskajā un sociālajā līmenī (Zelmarie, Beikere 2020, 14). Publiskās bibliotēkas, kas atsevišķu pakalpojumu nodrošināšanai palika atvērtas lasītājiem, kļuva arī par aktuālās informācijas avotu par norisēm vietējā kopienā.

Laikā, kad šo atbalstu līdzilvēkiem kopienā sniegt ir grūtāk, atmiņas institūcijas sabiedrību aicina iesaistīties vēsturiskā notikuma, ko pieredzam ik katrs, dokumentēšanā. Kuldīgas Galvenā bibliotēka, izmantojot dažādas formas – rakstiski, fotogrāfijās, video un audio ierakstos un zīmējumos – aicina interesentus kļūt par vēstures lieciniekiem (Kuldīgas Galvenā bibliotēka 2020). Reģionālie un valsts muzeji apkopo pieejamo informāciju un dokumentē pandēmijas situāciju. Fiksēt un dokumentēt šī brīža sajūtas un redzējumu, lai vēlāk ar laika distanci to vērtētu gan paši, gan citi.

NĀKOTNES KALEIDOSKOPS

Vēlme un interese redzēt oriģināldarbus un pašam piedzīvot mākslas baudījumu daļai no sabiedrības paliks aktuāli arī pēc pandēmijas, lai arī atrastās un vēl meklējumos esošās jaunās e-vides formas nodrošinās cita veida kultūras baudījumu un paliks aktuāli arī turpmāk. Inga Surgunte, ieskicējot Latvijas un pasaules tendences muzeju jomā pandēmijas sākumā, raisa diskusiju par auditoriju un aicina “pārjautāt: vai tas joprojām ir virziens, kas sakrīt ar sabiedrības aktuālajām vajadzībām? Cik daudz mēs vispār par tām esam interesējušies? [...] Nospiedošais krāsojamo lapu un “nofočējies kā Aspazija” aktivitāšu klāsts liek domāt, ka muzeji sabiedrības vairākumu iztēlojas kā dīkas garlaicības māktus ļaudis, kuri, ieslodzīti savos dzīvokļos, bezcerīgi nīkst, nespēdami izdomāt sev nodarbes.” (Surgunte 2020) Jaunajos apstākļos ir iegūta jauna auditorija, bet daļa līdzšinējās auditorijas ir ārpus digitālās vides. Šis laiks ļauj saskaņot institūcijas misiju un vērtības un auditorijas vajadzības. Nākotnē svarīgs kļūs jautājums par formām, kā uzrunāt auditoriju un balansu starp fizisko un digitālo vidi.

Latvijas atmiņas institūcijas pandēmiju sagaidīja lepni, jo spēja piedāvāt plašu un saistošu saturu digitālajā formātā. Tajā pašā laikā gan sabiedrības zināšanu un prasmju pieaugums, gan tehnoloģiskā attīstība izvirzīs jaunus nosacījumus un pavērs jaunus apvēršņus. Attīstot jaunus pakalpojumus un darbības virzienus, īpaši svarīgi būs mērķtiecīgi virzīt savu attīstības vektoru un pieskatīt, vai ārpus radara nepaliek kāda sociālā grupa. Inga Surgunte dalās ar Covid-19 perioda auditoriju sarakstu, kurš veidots pēc “cilvēku emocionālās vajadzībās krīzes laikā: blakus Garlaikotajiem te atradīsiet Izmisušus vecākus, dažādu līmeņu Izglītības darbiniekus, Sērojošos, Nobijušos, Vientuļos” (Surgunte 2020). Šajā skatījumā nav aktuāla demogrāfija, bet emocijas, kas pandēmijas apstākļos ir nokaitētas un aktuālas. Turklāt tās ir “jaunās realitātes noteiktas lomas un vajadzības, kas izrādās negaidīti universālas un saprotamas” (Surgunte 2020). Tā ir viena no pieejām, ko Inga Surgunte piedāvā muzeju nozarei. Arhīviem, kam primāri ir glabāšanas funkcija, pārdomas par auditoriju ir krietni mazāk aktuālas, bet bibliotēkām šī ir iespēja uzrunāt savu auditoriju jaunā veidā, piemēram, jau pieminētos dzimtu pētniekus un definēt jaunas grupas: Amatierzinātnieki (*citizen science*), Izmisušie studenti, Nejaušie garāmgājēji, un tā var turpināt katru no bibliotēkām atbilstoši savai situācijai, īpaši tādēļ, ka pandēmijas atstātie nospiedumi uz sabiedrības paradumiem vēl ir neskaidri.

Spriedze un stress var tikt “pārstrādāts” jokos un nemitīgos pozitīvisma meklējumos. Krīzes liek uzdot jautājumu par nepieciešamību un attiecīgi veicina vairs neaktuāla atmešanu. Tie ir tikai daži aspekti, kas sajūtami ne tikai atmiņas institūciju darbībā pandēmijas laikā. Atmiņas institūciju nozīmība kopējā mediju ekoloģijā tika spilgti apliecināta šajā krīzes laikā, kad nemiers un neskaidrā nākotne ietekmēja katru indivīdu gan auditorijā, gan nozarē esošos, kuri centās sadzīvot ar bažām un emocionālajiem karuseļiem.

LITERATŪRA

Baltmane, I. (2020). *paldies @LNB_lv!* ... [Tvīts]. 2. jūn. Izgūts no: https://twitter.com/LNB_lv/status/1267831309386145793

Blass, R. (2020). "Šajos laikos pastaigai dabā cita vērtība!" Brīvdabas muzejs – teju vienīgais "izdzivojušais" pandēmijā. *Skaties.lv*. 30. dec. Izgūts no: <https://skaties.lv/beztabu/interesanti/sajos-laikos-pastaigai-daba-cita-vertiba-brivdabas-muzejs-teju-vienigais-izdzivojusais-pandemija/>

Cantillon, Z., Baker, S. (2018). DIY Heritage Institutions as Third Places: Caring, Community and Wellbeing Among Volunteers at the Australian Jazz Museum. *Leisure Sciences*, 40 (6), 1–19. DOI: 10.1080/01490400.2018.1518173

CSP [Centrālā statistikas pārvalde]. (2020). *Covid ietekme uz radošajām industrijām*. Izgūts no: <https://www.csb.gov.lv/lv/Statistika/Covid19/covid-ietekme-uz-radosajam-industrijam>

Dancs, S. (2018). Information Seeking and/or Identity Seeking: Libraries as Sources of Cultural Identity. *Library Management*, 39(1/2), 12–20. DOI: 10.1108/LM-03-2017-0034

Dzērve, L. (2020). "Covid-19": "Skuja Braden" izstādes "Samsāra" atklāšana – tiešraidē. *Delfi.lv*. 13. marts. Izgūts no: <https://www.delfi.lv/kultura/news/art/covid-19-skuja-braden-izstades-samsara-atklasana-tiesraide.d?id=51961041>

Elsberga, I. (2021). Divu gadu laikā ievērojami augusi un pilnveidota 3td e-GRĀMATU bibliotēka www.3td.lv. *Kultūras informāciju sistēmu centrs*. 6. janv. Izgūts no: <https://www.kis.gov.lv/lv/jaunums/divu-gadu-laika-ieverojami-augusi-un-pilnveidota-3td-e-gramatu-biblioteka-www3tdlv>

Grāmata Latvijā. (2020). *Katrīna Kukaine stāsta par savu dzimtas Bībeli: "Bībele – Jaunā Derība izdota 1902. gadā Leipcigā ("no Britānijas un Ārzesmes Bībeles biedrības izdota"), un esmu jau piektā paaudzē, kam tā pieder un kura veic ierakstus. ...* [Instagram ieraksts]. 2. apr. Izgūts no: <https://www.instagram.com/p/B-edtK0JX2q/?igshid=dk8hf7k59l0e>

Jansone, R. (2020). Aiz altāra. *Satori.lv*. 15. jūl. Izgūts no: <https://satori.lv/article/aiz-altara>

KM [Kultūras ministrija]. (2015). Digitālā kultūras mantojuma attīstības stratēģija. Izgūts no: https://www.google.com/url?sa=t&rc=1&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwjEm-bCjd_uAhWNw4sKHfBgD38QF-JAAegQIARAC&url=http%3A%2F%2Foldweb.km.lv%2F1v%2Fdoc%2Fdokumenti%2Fnozaru_strategijas%2FStrategija_digitalais_mantojums_final.pdf&usq=AOvVaw1_CaQ82r-a9lhfCjbl1IMc

KM [Kultūras ministrija]. (2020a). #Ēkultūra digitālie resursi un E-pakalpojumi. 13. nov. Izgūts no: <https://www.km.gov.lv/lv/kultura/kultura-timekli/ekultura-digitalie-resursi-un-e-pakalpojumi#gsc.tab=0>

KM [Kultūras ministrija]. (2020b). Kultūras iestādes atsāks darbību, ievērojot sanitāro protokolu prasības. 19. maijs. Izgūts no: <https://www.km.gov.lv/lv/jaunums/kulturas-iestades-atsaks-darbibu-ieverojot-sanitaro-protokolu-prasibas-0>

Kokale, L. (2020). Līdz gada beigām Covid-19 ietekmes mazināšanai kultūrā būs ieguldīti 20,7 miljoni eiro. *Kultūras ministrija*. 19. nov. Izgūts no: <https://www.km.gov.lv/lv/ministrija/jaunumi/lidz-gada-beigam-covid-19-ietekmes-mazinasanai-kultura-bus-iegulditi-20-7-miljoni-eiro-6016#gsc.tab=0>

Kokale, L. (2021). No 12. janvāra darbu atsāks bibliotēkas grāmatu izsniegšanai; pārējie kultūras pakalpojumi un kultūrvietas aizvien būs pieejami vien attālināti. *Kultūras ministrija*. 8. janv. Izgūts no: <https://www.km.gov.lv/lv/ministrija/jaunumi/no-12-janvara-darbu-atsaks-bibliotekas-gramatu-izsniegšanai-parejie-kulturas-pakalpojumi-un-kulturvietas-aizvien-bus-pieejami-vien-attalinati-6204#gsc.tab=0>

Kuldīgas Galvenā bibliotēka. (2020). Aicinām kļūt par vēstures liecinieku pandēmijas laikā. 24. apr. Izgūts no: <http://biblio.kuldiga.lv/?id=1350&r=Aicin%C4%81m-kv%C4%BC%C5%ABT-par-v%C4%93stures-liecinieku-pand%C4%93mijas-laik%C4%81>

Latvijas Muzeju biedrība. (2020). Ar informatīvo kampaņu #TiekamiesTagad Latvijas muzeji uzsāks vērt durvis apmeklētājiem. *muzeji.lv*. 12. maijs. Izgūts no: <https://muzeji.lv/lv/specialistiem/ar-informativo-kampanu-tiekamiestagad-latvijas-muzeji-uzsaks-vert-durvis-apmekletajiem>

Latvijas Nacionālais arhīvs. (2020). *Pandēmijas laiks var būt ne tikai...* [Facebook ieraksts]. 7. apr. Izgūts no: <https://www.facebook.com/LNarhivs/photos/a.571852526231593/2857906694292820/?type=3>

- Lāce, M. (2020). LNMM Covid-19 krīzes laiku izmantojuši remontējamā "Arsenāla" atbrīvošanai no mākslas darbiem. *Skaties.lv*. 6. aug. Izgūts no: <https://skaties.lv/zinas/latvija/lnmm-covid-19-krizes-laiku-izmantojusi-remontejama-arsenala-atbrivosanai-no-maksas-darbiem/>
- LNB [Latvijas Nacionālā bibliotēka]. (2020a). Akcija "Dzimitas Bībele". 30. marts. Izgūts no: <https://lnb.lv/lv/akcija-dzimitas-bibeles>
- LNB [Latvijas Nacionālā bibliotēka]. (2020b). Klusās nedēļas meditācija tiešsaistē. [Facebook notikums]. 8. apr. Izgūts no: <https://www.facebook.com/events/614924852395242/>
- LNB [Latvijas Nacionālā bibliotēka]. (2020c). LNB krājuma dārgumi: 1913. gadā Rīgas pilsētas valde bija iegādājusies dezinfekcijas automobili, kas īpaši ierīkots lipīgu slimību apkarošanai. Auto maksāja 4800 rubļu un tam bija 24 zirgu spēku stiprs dzinējs. #lnblv #ēkultura #periodika [Instagram ieraksts]. 12. nov. Izgūts no: <https://www.instagram.com/p/CHfrTbaDTpc/>
- LV portāls. (2020). Bibliotēkām jāievēro epidemioloģiskās drošības normas. 20. maijs. Izgūts no: <https://lvportals.lv/e-konsultacijas/20211-bibliotekam-jaievero-epidemiologiskas-drosibas-normas-2020>
- Rīgas Centrālā bibliotēka. (2020). Lasītāji atgriežas bibliotēkā. 14. maijs. Izgūts no: <https://www.rcb.lv/2020/05/lasitaji-atgriezas-biblioteka/>
- Rozenberga, M. (2020). Vietnē "Periodika.lv" brīvpieejas piekļuve pagarināta; cilvēki labprāt pēta dzimtas vēsturi. *LSM.lv*. 18. apr. Izgūts no: <https://www.lsm.lv/raksts/kultura/kulturtelpa/vietne-periodikalv-brivpieejas-piekluve-pagarinata-cilveki-labprat-peta-dzimitas-vesturi.a356346/>
- Slava, L. (2020). Grāmata vienmēr ir līdzī: e-grāmatu bibliotēka svin gada jubileju. *LSM.lv*. 13. jan. Izgūts no: <https://www.lsm.lv/raksts/kultura/kulturtelpa/gramata-vienmer-ir-lidzi-e-gramatu-biblioteka-svin-gada-jubileju.a344613/>
- Surgunte, I. (2020). Attālinātais muzejs. *Creative Museum*. 31. marts. Izgūts no: <http://www.creativemuseum.lv/lv/raksti/dienasgramata/inga-surgunte-attalinatais-muzejs?fbclid=IwAR2-4utLatZaAPC8lbpNJuGrP7liVzCIUnXg-4jj2PVvulHzrArL0mrY0Us>
- Šmakovkas muzejs. (2020). *Valstī ir ārkārtas stāvoklis un katrs no mums saskaras ar jauniem izaicinājumiem*. [..] [Facebook ieraksts]. 19. nov. Izgūts no: <https://www.facebook.com/SmakovkasMuzejs/posts/3555562921201219>
- UNESCO. (2020). *Museums Around the World in the Face of COVID-19*. Retrieved from: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000373530>
- Zilberts, A. (2020). #Ēkultura Ziemassvētku aktualitātes (mediju pasākums 18.12.2020.). 18. dec. Izgūts no: <https://fb.watch/38AX3FOoWL/>



SVĒTKI ĀRKĀRTĒJĀS SITUĀCIJAS APSTĀKĻOS

Vita Zelče

Svētku uzdevums ir socializēt un ar tajos ietvertajiem rituāliem, vērtībām, emocijām un darbībām saliedēt kopienas locekļus. Regulāri svinot svētkus, sabiedrība demonstrē un apstiprina (un ar katru svinēšanas reizi no jauna) to vienojošās saites un kopīgās vērtības. Dažādiem svētkiem piemīt atšķirīgas sociālās funkcijas un lomas, ko nosaka to tradīcija, atzīmēšanas jēga, svētku saturs un rituāli, kā arī vieta kalendārā un laika ritējumā. Daudzveidīgi ir svētkos lietotie naratīvi, dramaturģiskie risinājumi un ceremonijas, ar kuru starpniecību tiek komunicētas tajās ietvertās jēgas cildināšana, atgādināšana un/vai apliecināšana, jautrošana, tomēr visi svētki sekmīgāk vai ne tik veiksmīgi pilda socializācijas funkcijas. Svētki iedalāmi divās lielās grupās: 1) vērtību apstiprinājuma un atkalapstiprinājuma svētkos un 2) spriedzes menedžmenta svētkos. Piedaloties pirmajos, tiek veidota un nostiprināta uzticība kopienas uzskatiem un institūcijām, kā arī tās locekļu solidaritāte. Otrā veida svētki lielā mērā īsteno tieši tādu pašu uzdevumu. Arī tie stiprina kopējās vērtības un vienotību, tomēr šo uzdevumu spriedzes menedžmenta svētki veic netieši, pastarpināti, jo svinēšana norisinās relaksācijas un priecāšanās formā, dzīves nopietnību nobīdot malā. Tie līdzinās pirms svētkiem piešķirtai indulgences, jo svinētājiem ir tiesības uz tādu uzvedību, kas ikdienā tiek uzskatīta par asociālu, dīvainu un nepieņemamu (Étzioni 2001, 118–119). Tipiska spriedzes menedžmenta svētku svinēšanas prakse vērojama Jāņos. Šajos svētkos par slavējamu uzvedību tiek uzskatīta alus dzeršana, skaļa dziedāšana un ugunsroku kurināšana, lēkšana pār tiem, atklātas seksuāli iekrāsotas attiecības, klejošana pa pļavām un mežiem nakts laikā. Parastā ikdienā liela daļa sabiedrības visas šīs minētas darbības nevērtē kā normālu uzvedību. Apmierinātību ar abu veidu svētkiem veido klātbūtne svinēšanā, rituāldarbību veikšana, sociālo saišu emocionāla izjūšana, mijiedarbe ar citiem svinētājiem, atrašanās svētku vietā, tās infrastruktūras

lietošana, svētku izrādes baudišana un līdzdarbošanās. Cilvēki svētkos vispirmām kārtām gūst prieku, savīļņojumu, kas kopumā veido emocionālo gandarījumu un ilgtermiņā sekmē lojalitāti, solidaritāti un pamatvērtību sistēmu apliecinājumu (Lee *et al.* 2012, 754–759). Svētku svinēšanas prakse mūsdienās ir cieši saistīta ar globālo tūrisma industriju, iespēja piedalīties svētkos piesaista ceļotājus, jo piedāvā interesantas un emocionāli pildītas brīvdienas (Ma, Lew 2012; Liu *et al.*, 2019).

Covid-19 izraisītās sociālās krīzes laikā tika atceltas visas galvenās svētku publiskās svinēšanas prakses, tādējādi to neesamība ietekmēja daudzas būtiskas valsts un sabiedrības dzīves komponentes – vērtības, solidaritāti, apmierinātību, pozitīvo emociju pieejamību. Faktiski pārstāja darboties svētku rīkošanas un tūrisma industrija. Šajā situācijā īpaši svarīga kļuva svētku un to svinēšanas prakšu mediatizācija. Sabiedrība allaž sevi rada un atražo ar daudzām un dažādām iztēlotām un/vai iztēlošanās darbībām, proti, liela daļa institūciju, kas nodrošina kopienas eksistenci, pastāv simboliskā un iztēles formātā. Mediji pilda sabiedrības locekļu vienotāja imaginārā telpā funkciju, kā arī piedāvā (patieso un nepatieso) informāciju, simbolus, stāstus, tekstuālo un audiovizuālo platformu pasaules un sevis iztēlošanai, simbolisko priekšstatu radīšanai, uzturēšanai un maiņai. Tādējādi imaginārais redzējums, ko veido dažādas tradicionālajos masu medijos un tiešsaistes komunikācijā rodamās realitātes reprezentācijas, tēli un naratīvi, uztur saites starp kopienas locekļiem, nodrošina kopienas esību un ir uzskatāms par neatņemamu ikdienas praksi (Sumiala 2013, 37–41).

Šajā nodaļā ir aplūkota Latvijas svētku mediatizācija Covid-19 situācijas laikā no 2020. gada marta līdz 2021. gada janvāra pirmajām dienām. Mediatizācijas koncepts tiek lietots, lai iztirzātu mediju, kultūras un sabiedrības mijiedarbību, īpašu uzmanību veltot attiecībām starp mediju un komunikācijas transformācijām, kultūru un sabiedrību (Hepp 2020, 3–4). Nodaļas sākumā identificēti galvenie svētku un to svinēšanas rāmējumi medijos. Ietvars jeb rāmējums (*frame*) ir latentā metakomunikācijas struktūra (Van Gorp 2005, 488), tā ir tekstuālā prakse, kas iemieso mediju un/vai tā žurnālistu kultūras vērtības un uzskatus (Shahin 2016, 648). Rāmējot (*framing*) mediju vēstījumu, tajā tiek ietverts noteiktas perspektīvas piedāvājums, kas to vai citu konkrētā fenomena aspektu īpaši izceļ un piedāvā tam atbilstošu realitātes un tās vērtību konstrukciju, tādējādi ietekmējot auditorijas uztveri, zināšanas un emocijas. Rāmējuma analīzes pamatuzdevums ir atsegt mediju satura struktūras, lai identificētu tajos piedāvātās konstrukcijas un nozīmes (*meanings*) (Entman 1993, 52; Björnehed, Erikson 2018, 109–110). Nodaļas turpinājumā iztirzāta svētku svinēšana mājās ar masu mediju un sociālo tīklu starpniecību.

SVĒTKU RĀMĒJUMI

Pandēmijas izraisītā ārkārtējā situācija lika kardināli mainīt Latvijā ierastās svētku svinēšanas prakses (par tām sk. Zelče 2018a). 2020. gada 12. marta Ministru kabineta rīkojums “Par ārkārtējās situācijas izsludināšanu” paredzēja, ka kopš 13. marta ir atļauti un

aizliedzami visi publiskie pasākumi, sapulces, gājieni un piketi, kuros piedalās vairāk nekā 200 cilvēki, tā nodrošinot Covid-19 saslimstības ierobežošanu (MK 2020). Jau nākamajā pirmdienā pēc šī rīkojuma izziņošanas bija jānotiek ikgadējai publiskajai (lai gan neoficiālai) Latviešu leģiona piemiņas dienas atzīmēšanai, kuras raksturīgākās formas – dievkalpojumi, gājieni, ziedu nolikšana pie nozīmīgiem pieminekļiem un kapsētās, kā arī neformālas latviešu leģionāru ģimeņu locekļu, viņu piemiņas glabātāju tikšanās. Šo tradicionālo norišu vietā stājās plānoto pasākumu ar daudzo cilvēku dalību atcelšana, individuāla ziedu nolikšana visas dienas garumā, kā arī valsts drošības institūciju veiktā valstī izsludinātās ārkārtējās situācijas noteikumu ievērošanas kontrole. Vēstījumi tieši par šīm norisēm un darbībām veidoja Latviešu leģionāru piemiņas dienas rāmējumu medijos. Tie arī sliecās šai piemiņas dienai piešķirt epidemioloģiski droša pasākuma ietvaru, ko apliecināja portālos piedāvātas fotogrāfiju galerijas un video, kā arī televīzijas ziņu sižeti (piemēram, sk. Gaidule, Gailāne 2019; LETA 2020a; TV3 Ziņas 2020a).

Covid-19 izraisītā situācija mainīja svētku svinēšanai veltīto ziņu, publikāciju un raidījumu saturu un tā rāmējumus. To apkopojumu sk. 1. tabulā. Saturā dominēja ne tik daudz pašu svētku svinēšanas vai piemiņas dienu atzīmēšanas atainojums, bet gan drošības noteikumu ievērošana un/vai pārkāpšana, ārkārtas situācijai atbilstīgas un/vai neatbilstīgas amatpersonu un policijas darbības un sabiedrības uzvedība, kā arī jaunu svinēšanas un piemiņas formu meklējumi un atradumi, kas aizstāja ierastos ikgadējos publiskos pasākumus. Mediji piedāvāja notikumu rāmējumus, vispirmām kārtām raugoties no drošības aspekta. Visu 2020. gada svētku un piemiņas dienu un ar tām saistīto pasākumu reprezentācija galvenokārt iegūla divos pamatrāmējumos – 1) epidemioloģiski drošajos svētkos un piemiņas dienās un 2) ārkārtējās situācijas noteikumu pārkāpjošos notikumos. Pirmajai grupai piederīgo pasākumu sākotnēji bija vairāk, piemēram, Komunistiskā genocīda upuru piemiņas dienas 25. martā un 14. jūnijā, Latvijas Republikas Neatkarības deklarācijas pasludināšanas diena 4. maijā, Nacisma sagrāves diena un Otrā pasaules kara upuru piemiņas diena 8. maijā, Ebreju tautas genocīda upuru piemiņas diena 4. jūlijā, Vācijas un PSRS neuzbrukšanas līguma (Ribentropa–Molotova pakta) noslēgšanas diena 23. augusts, kā arī citi. Šai grupai piederīgi ir tie svētki un/vai piemiņas dienas, kas atbilda kopienas vai sociālo grupu vērtību atzīšanas apstiprinājuma un atkalapstiprinājuma svētku formātam. Savukārt ārkārtējās situācijas noteikumu pārkāpjošo svētku grupai pārsvarā piederēja spriedzes menedžmenta svētki.

Pirmā svinēšana, kas raisīja satraukumu par epidemioloģisko drošību un kas šo tēmu izvirzīja mediju dienaskārtības priekšplānā, bija Lieldienas (10.–13. aprīlis). Šajā situācijā mediji savai auditorijai nodeva valsts augstāko amatpersonu un ministru daiļrunīgās norādes un mudinājumus ievērot piesardzību, kā arī kristīgo konfesiju līderu apsveikumus un uzmundrinājumus. Popularitāti guva Ministru prezidenta Krišjāņa Kariņa optimistiskais apsoltījums: “Šūposimies šajās Lieldienās vieni, lai mēs Jāņos varētu atkal visi kopā līgot,” un lūgums neciemoies pie vecākiem un vecvecākiem. Tas video, audio un teksta formātos parādījās itin vai visos medijos (piemēram, sk. Upleja 2020a; LSM.lv Ziņu redakcija 2020a; TV3 Ziņas 2020b). Drošības rāmējums arī tika lietots, piedāvājot ziņas pa dažādu konfesiju baznīcu

Fragments no LETA ziņas 2020. gada 10. maijā

Kā ziņots, VP [Valsts policijas] un Rīgas pilsētas pašvaldības policija 9. maijā Uzvaras parka apkaimē kopumā fiksējusi 44 pārkāpumus, no kuriem 24 saistīti ar pulcēšanās un fiziskās distances neievērošanu, pastāstīja VP pārstāve Elīna Priedīte.

Sociālo tīklu platformu lietotāji, vērojot notiekošo Uzvaras parkā, pārmet VP bezdarbību un bezzobainību, nodrošinot parka apkaimē pulcēšanās ierobežojumu ievērošanu. Vairāki iedzīvotāji bija publicējuši no attāluma uzņemtus parka foto, kuros izskatās, ka pie Uzvaras pieminekļa pulcējas simtiem cilvēku. Iedzīvotāji pauduši neizpratni un sašutumu, kādēļ policija nekādi nereaģē, sanākušos neizklīdina un neizraksta pārkāpuma protokolus, jo citās situācijās, piemēram, kad parkā sporto četri jaunieši, kārtībsargi uzreiz esot klāt un aizrādot.

Daudzi sociālo tīklu platformu lietotāji arī pauž nosodījumu policijai kopumā, norādot, ka ar šādu attieksmi VP zaudējusi gadiem ilgi veidoto cieņu pret institūciju, jo vēl 4. maijā, kad Latvijā svinēta valsts Neatkarības atjaunošanas diena, valsts augstākās amatpersonas piekrodinājušas izvairīties no jebkāda veida pulcēšanās.

LETA (2020). Kariņš pieprasa Ģirģenam skaidrot Valsts policijas darbu, kontrolējot pulcēšanos 9. maijā. . 10. maijs. Izgūts no:

darbībām Lieldienās un cilvēku uzvedību. Piemēram, [Delfi.lv](#) piedāvāja fotoreportāžas no tukšajām Latvijas pareizticīgo baznīcām ([Delfi.lv](#) 2020a), [LSM.lv](#) krievu versija – no Liepājas un Daugavpils ielām ar Lieldienu rotājumiem un bez cilvēkiem (Meller 2020; Vessel' 2020). Drošo Lieldienu rāmējumā iekļāvās arī mediju piedāvātās olu dekorēšanas rekomendācijas, ēdienu gatavošanas, kā arī reliģisko un kultūras pasākumu translāciju un pārraižu ieteikumi. Tomēr Lieldienu atspoguļojumā jau iezīmējās vēl viena tendence – svētku svinēšanas kriminalitātes rāmējums. Proti, mediji akcentēja ārkārtējās situācijas pulcēšanās un epidemioloģiskās drošības neievērošanu un vainīgo sodīšanu. [Delfi.lv](#) PLUS+, analizējot ārkārtējās situācijas pirmajā mēnesī piespriestos sodus, rezumēja: "Pašreizējais sabiedrības nedisciplinētības "pīķis" fiksēts Lieldienu brīvdienās, kad Lielajā piektdienā sodi izrakstīti 79 reizes, bet dienu vēlāk – vēl 77" (Lazdiņš 2020).

Ja Lieldienu un arī Latvijas Republikas Neatkarības deklarācijas pasludināšanas dienas atzīmēšana, kurās kopienas vērtību atzīšanas apstiprinājums un atkalapstiprinājums mijās ar

spriedzes menedžmenta svētku elementiem, kopumā neradīja lielu apdraudējumu epidemioloģiskajai drošībai, tad atšķirīga situācija izveidojās 9. maijā. Šajā dienā ik gadus daļa Latvijas sabiedrības svin Padomju Savienības uzvaru Lielajā Tēvijas karā. Rīgā un arī citās lielākajās pilsētās šī svinēšana ir ieguvusi muzikāla un izklaides pasākumu bagāta, galvenokārt krievu valodā notiekoša brīvdabas festivāla veidu (sk. Zelče 2018b). Arī šo svētku norisi sākotnēji mediji atainoja, lietojot epidemioloģiskās drošības rāmējumu. 2020. gada 9. maija dienas pirmajā pusē dominēja vēstījums, ka cilvēki noliek ziedus pie Padomju Savienības uzvarai veltītajiem pieminekļiem un ierobežojumi netiek pārkāpti (piemēram, Mellere u. c. 2020; LETA, [Delfi.lv](#) 2020). Tomēr dienas otrajā pusē situācija mainījās. Svinību vērotāju (gan klātbūtnē, gan medijos un sociālajos tīklos ievietoto fotogrāfiju un video materiālu) paustais sašutums sociālajos tīklos u. c. atgriezeniskajās saitēs ar ziņu portāliem, radio un televīziju par liela skaita cilvēku pulcēšanos Rīgā pie pieminekļa padomju Latvijas un Rīgas atbrīvotājiem no vācu fašistiskajiem iebrucējiem, divu metru distances neievērošanas un par policijas pasīvo darbību, medijiem pakāpeniski lika notiekošo rāmēt kā potenciālu sabiedrības apdraudējumu. Nākamās dienas atskatiem uz 9. maija notikumiem tika piešķirts policijas sliktā darba un daļas sabiedrības bezatbildības ietvars. Tika atgādināts arī par nevienlīdzīgajām 4. maija un 9. maija svinēšanas iespējām un abu svētku svinētāju atšķirīgo attieksmi pret pulcēšanās ierobežojumiem. Turklāt politiskās dzīves un mediju dienaskārtības priekšplānā nonāca Ministru prezidenta Krišjāņa Kariņa pieprasītais skaidrojums iekšlietu ministram Sandim Ģirģenam par Valsts policijas darbu 9. maijā, ierobežojot cilvēku pulcēšanos Uzvaras parkā (LETA 2020b), kā arī ministra atbilde, kurā stingri tika aizstāvēta un uzteikta policijas preventīvā darbība pirms 9. maija un arī šīs dienas laikā (Zvirbulis u. c. 2020). Šis svētku skandāls norima visai ātri – nepilnas nedēļas laikā – un nozuda no mediju dienaskārtības, tomēr visai uzskatāmi demonstrēja vēl vienu Covid-19 izraisītās krīzes radīto iezīmi mediju saturā. Proti, ziņas par svētku norisi aizvien izteiktāk nonāca kriminālziņu rubrikās,¹ jo to rāmējumā prioritāti ieguva ārkārtējās situācijas noteikumu pārkāpumu, piespriešot sodu un policijas darba atainojumus.

Vasaras lielākie svētki, kuriem piemīt izteikts spriedzes menedžmenta svētku raksturs, – Līgo un Jāņu diena – notika jau pēc ārkārtējās situācijas atcelšanas, tālab to norises laikā epidemioloģiskā situācija bija salīdzinoši daudz drošāka. Spēkā esošie noteikumi paredzēja, ka pasākumos iekštelpās var pulcēties ne vairāk kā 100 (ievērojot 2 metru distanci starp cilvēkiem un nodrošinot telpā 4 m² uz vienu personu), bet ārtelpās – ne vairāk kā 300 cilvēku. Cilvēki tika aicināti svinēt ģimenes un draugu lokā savā mājā, dārzā vai citur brīvā dabā. Publiskie pasākumi drīkstēja notikt līdz plkst. 24.00, cilvēki koncertu, sporta un izklaides vietās varēja uzturēties no plkst. 6.00 līdz plkst. 24.00. Savukārt brīvdabas kino un sabiedriskās ēdināšanas iestādēm darbs bija jābeidz vismaz plkst. 2.00. Pirmsjāņu dienās mediji ziņojumus par gaidāmajiem svētkiem rāmēja drošības instrukciju un drošas svinēšanas ietvarā ([LSM.lv](#)

¹ Jēdziens “krimināls” šajā nodaļā lietots izpratnē “ar noziegumu saistīts”, “noziedzīgs”. Tā šo terminu lieto, apzīmējot ziņu tematisko rubriku “Kriminālās ziņas”, “Kriminālziņas”, kurā informē par visa veida noziegumiem, nešķirojot tos pēc tiesību veida un procesa.

Ziņu redakcija 2020b; Gušča 2020). Arī valsts amatpersonu aicinājumos, kurus publicēja itin visi galvenie masu mediji, tika uzsvērta drošības lielā nozīme. Ministru prezidents Krišjānis Kariņš norādīja, ka prātīgi svinēti Jāņi nodrošinās iespēju “prieclāties visu pārējo vasaru”. Viņš vēlēja: “Lai kovids paliek jaņos un neapmierināts” (Upleja 2020b). Savukārt Saeimas priekšsēdētāja Ināra Mūrniece līdzās piekudinājumiem par piesardzību uzsvēra, ka pēc sarežģītā pavasara Jāņi nāk “kā sava veida atelpa un gandarijums par to, ka pagaidām esam spējuši gana veiksmīgi izturēt pandēmijas uzliktos pārbaudījumus” (Delfi.lv 2020b). Veselības ministrijas galvenais infektologs Uga Dumpis aicināja līgotājus ielādēt savos telefonos mobilo lietotni “Apturi Covid”, tā gādājot par savu un citu drošību (LETA 2020c). Līgo dienai un Jāņu dienai medijos piemita optimisma un lepnuma par Latvijas samērā labi pārdzīvoto epidemioloģiski bīstamo pavasari rāmējums. Ikgadējie lielie svētku pasākumi un koncerti, piemēram, Jāņu svinēšana Daugavas krastmalā Rīgā, bija atcelti, tomēr galvaspilsētā un novados notika daudzi mērogā nelieli koncerti, ielīgošanas un/vai līgošanas, Jāņu tirgus u. c. pasākumi (Barkāns 2020). Svētku norises apskati galvenajos preses izdevumos un ziņu portālos piedāvāja svinēšanas labo prakšu aprakstus. Tomēr nebija pazudis arī ikgadējais Jāņu kā kriminālnorišu bagātas dienas rāmējums, kurā akcents tika likts uz cilvēku alkohola reibumā sēšanos pie automašīnu stūres. 2020. gada Jāņu dienas izskaņā un nākamajā dienā svētku kriminalitātes rāmējums bija ļoti izteikts, jo statistika par pieķertajiem dzērājsoferiem (Delfi.lv 2020c) un nosliukušajiem Jāņu brīvdienā laikā bija biedējoša (TVNET/LETA 2020).

Vēlinā rudenī Latvijā svinami divi nozīmīgi valsts svētki – Lāčplēša diena 11. novembrī un Latvijas Republikas proklamēšanas diena 18. novembrī. Kopš 9. novembra atkal no jauna bija ieviesta ārkārtējā situācija. Noteikumi paredzēja, ka klātienē nedrīkst notikt nekādi publiskie pasākumi un darbojās pulcēšanās ierobežojumi. Gaidot šos galvenos valsts svētkus, lielākie mediji svinēšanas iespēju piedāvājumu rāmēja epidemioloģiskās drošības un atbildīgas svinēšanas ietvarā, ko papildināja svinīguma, valsts, tās vēstures un simbolu nozīmes rāmējums. 11. novembrī cilvēki tika aicināti karos kritušos pieminēt mājās, aizdedzinot un ieliekot logā svečīti. Gan 11. novembrī, gan 18. novembrī galvaspilsētā notika vairāki galvenie oficiālie rituāli – amatpersonas nolika ziedus Rīgas Brāļu kapos un pie Brīvības pieminekļa, daļēji attālināti notika Saeimas svinīgā sēde, tika teiktas svētku runas, bet izpalika Nacionālo bruņoto spēku militārās parādes un svētku salūts, valsts proklamēšanai veltītā pieņemšana Rīgas pilī. Lāčplēša dienā mediji ziņoja par cilvēku pulcēšanos Daugavmalā, lai pie Rīgas pils mūra noliktu aizdedzinātās svečītes, kā arī pie Brīvības pieminekļa. Tika vēstīts, ka cilvēku ir nedaudz mazāk nekā iepriekšējos gados un ka krastmalā patrolē policisti, tiek atskaņoti aicinājumi ievērot divu metru distanci un citus piesardzības pasākumus, un atzīts, ka policijas darbiniekiem nav aktīvi jāiejaucas svētku norisē, jo ārkārtējās situācijas ierobežojumi – ievēroti (LETA 2020d). Arī citviet notikušajos svētkos, pēc mediju sniegtās informācijas, drošības pasākumi tika respektēti, piemēram, lāpu gājienos Ogrē (LETA 2020e).

18. novembrī mediju uzmanības centrā bija oficiālo rituālu izpilde ārkārtējās situācijas formātā, kā arī svinēšanas daudzveidības atainojums. Tie piedāvāja informāciju par vides dekorācijām, objektu izgaismošanu, sveču gaismas un zvaigžņu ceļu veidošanu, videoprojekcijām,

Ministru prezidenta Krišjāņa Kariņa apsveikums Latvijas Republikas proklamēšanas gadadienā. 2020. gada 17. novembris

Sveiciens visiem mūsu valsts simts otrajā jubilejā! Katrai paaudzei ir savi izaicinājumi. Pirms 100 un diviem gadiem tai paaudzei fiziski bija jāizcīna Latvijas neatkarība, un viņi to panāca. Pirms 30 gadiem mums bija jāatgūst mūsu valsts neatkarība, un mēs to panācām. Arī šodien mums ir izaicinājums – pārvarēt šo pandēmiju – un mēs to izdarīsim. Mēs esam sīksta tauta. Kā toreiz, pirms simtu diviem gadiem mūsu tautai bija skaidrs, kas bija mūsu mērķis – iegūt neatkarību. Pirms trīsdesmit gadiem mūsu tautai bija skaidrs mērķis – atgūt savu neatkarību. Arī šodien mums ir skaidrs mērķis – pārvarēt šo pandēmiju. Mēs to visu izdarīsim. Es novēlu visiem mierīgus svētkus. Es novēlu visiem mierīgu prātu arī uz nākotni. Mēs tiksīm arī šiem laikiem cauri, jo mēs turēsimies vienoti. Dievs, svētī Latviju!

LV.portāls. 2020. gada 17. nov. Izgūts no:

mūzikas atskaņojumiem, nelielām sveču nolikšanas līdzdalības akcijām (arī sveču iedegšana pie savas mājas un/vai ceļa gala) u. c. svētku aktivitātēm visā Latvijā. Nacionālie un lokālie portāli publicēja stāstus par Latvijas cilvēku patriotismu, izturību un valsts proklamēšanas veltītām dāvanām, piemēram, par kolekcijas dārza “Madaras” saimnieku radīto peoniju, kas nosaukta par godu Latvijai – “Miss Latvija” (Delfi Tavs Dārzs 2020), par sekmiņu Latgalē strādājošu valsts karogu šūšanas uzņēmumu SIA “Baltic Flags” (Stirāne 2020). Tāpat mediji sniedza izteikti praktiskus svētku svinēšanas mājās padomus, piemēram, portāls *Cālis.lv* aicināja ģimenes vienoties kopīgā aktivitātē – latvisko tautasdziesmu skaitīšanā – un piedāvāja patriotisku tautasdziesmu paraugus (Delfi *Cālis.lv* 2020), *LSM.lv* atgādināja kēksiņu sarkanbaltsarkanā krāsā gatavošanas recepti (*LSM.lv* Bērnu satura redakcija 2020). Jāteic, ka kopumā svētku atveidojumam tika izvēlēts tautas izturības un patriotisma rāmējums, kas sasaucās arī ar Ministru prezidenta Krišjāņa Kariņa svētku runas kodolu.

Mediji tiecās Lāčplēša dienai un Latvijas Republikas proklamēšanas dienai piešķirt patiesi nozīmīgu valsts svētku rāmējumu, norobežojot to no ārkārtējās situācijas apstākļos jau ierastā svinēšanas kriminalitātes ietvara, un tādējādi nedevalvēt svētku uzdevumu – uzticības kopienas pamatvērtībām un institūcijām stiprināšanu. Lielākoties tas arī izdevās, lai gan informācija par 18. novembra vakara notikumiem pie Brīvības pieminekļa nonāca kriminālo ziņu rubrikā. Nodibinājuma “Tautas varas fronte” biedri neievēroja ārkārtējās situācijas laikā noteiktos ierobežojumus, aicināja to nedarīt arī citus un uzvedās provocējoši. Situāciju pie

Brīvības pieminekļa stabilizēja policijas rīcība (TVNET 2020). Jāpiezīmē, ka pēc 11. novembra un 18. novembra lielākie mediji npublicēja Valsts policijas apkopoto informāciju par ierobežojumu pārkāpēju skaitu.

Katru gadu allaž noslēdz svētku nedēļa – Ziemassvētki, Vecgada diena un Jaungada diena. Tie tradicionāli pieder pie visvairāk svinētajiem svētkiem. Jauno gadu atzīmē gandrīz pilnīgi visi valsts iedzīvotāji, un tie ir populārākie spriedzes menedžmenta svētki Latvijā. Jau labu laiku pirms Ziemassvētkiem medijos parādījās mediķu un amatpersonu paustais par gaidāmo svētku ietekmi uz saslimstības ar Covid-19 kāpumu. Brīdinājumus pastiprināja tālaika realitāte – decembrī saslimušo un mirušo skaits auga (Valsts kanceleja 2021). No 21. decembra visā valstī tika noteikti pastiprināti drošības pasākumi, lai mazinātu cilvēku pulcēšanos un palīdzētu novērst veselības aprūpes sistēmas pārslodzi. Savukārt, lai bremsētu saslimšanu ar Covid-19 Jaunā gada svinēšanas laikā, no 30. decembra Latvijā tika ieviesta “brīvdienu māj-sēde”, kas nozīmēja, ka visiem no plkst. 22.00 līdz 5.00 būs jāuzturas tikai savā dzīvesvietā. Īsi pirms Jaunā gada mediji publicēja Valsts policijas priekšnieka Armanda Ruka paziņojumu, ka policija pret esošo situāciju izturas ļoti nopietni un ka tā mobilizē visus iespējamus spēkus, veido sadarbību ar pašvaldību policijām, Nacionālajiem bruņotajiem spēkiem un Valsts robežsardzi. Viņš uzsvēra: “Valsts policijai svētku nebūs, cilvēki tiek atsaukti no atvaļinājumiem.” Ruks norādīja, ka policijas mērķis nav cilvēkus sodīt un tā ar iekasētajām soda naudām papildināt valsts budžetu, bet gan strādāt vispārējam labumam un drošībai (Žukova 2020; Jauns.lv/LETA 2020). Tādējādi mediji Ziemassvētku, Vecgada dienas un Jaungada dienas atzīmēšanu rāmēja vispirmām kārtām epidemioloģiskā uztraukuma un drošības pasākumu ievērošanas/neievērošanas ietvarā, kas mijas ar atpūtas un relaksācijas veicināšanas rāmējumu. Lielākie mediji regulāri informēja par ierobežojumu funkcionēšanu un radītajām sadzīves problēmām (piemēram, grūtībām iepirkties, sagādāt dāvanas, skaistumkopšanas pakalpojumu nepieejamību), tādējādi palīdzot valsts iedzīvotājiem orientēties jaunajā situācijā. Tomēr kopumā svinēšanas pacilātības un prieka rāmējums, kas raksturīgs Jaunā gada sagaidīšanai, izpalika. Piemēram, Vecgada vakarā populārais televīzijas ziņu raidījums “Panorāma” vēstīja par līdz šim pieredzēto vislielāko saslimušo ar Covid-19 skaitu, nodēvējot to par neviena “negribētu dāvanu”, kas saņemta no Ziemassvētku brīvdienām. Raidījumā bija iekļauts sižets par ārstu redzējumu uz aizvadītajiem un gaidāmajiem svētkiem un paustajām bailēm par to sekām, kā arī par policijas reidā konstatētajiem māsēdes noteikumu pārkāpumiem. “Panorāma” šajā vakarā informēja arī par problēmām vakcinācijas plāna izstrādē un vakcīnu trūkumu, par eksploziju kādā namā Āgenskalnā un tās traģiskajām sekām, par pirotehnikas iegādi, lietošanu un bīstamību. Tikai noslēgumā raidījums pievērsās svētkiem – kā ar prieku svinamam notikumam. Tas vēstīja par jau notikušo Jaunā gada sagaidīšanu daudzviet pasaulē, stāstot par valstīm, kurās ir ierobežojumi, un pār tām, kurās Covid-19 pandēmija jau pārvarēta un Jauno gadu var svinēt ierastā veidā. “Panorāmas” pēdējais sižets bija veltīts eglīšu rotāšanai 19. gadsimtā, tā atgādinot par svētku tradīciju un jaukumu (LTV1 2020). Pēcsvētku rezumējums lielākajos medijos ieguva kriminalitātes rāmējumu. 2021. gada



1. attēls. Vēstījums par Latvijas Neatkarības atjaunošanas dienas 4. maija svinēšanu LTV1 raidījumā "Panorāma". 2020. gada 29. aprīlis

pirmajā dienā tie koncentrējās policijas darbības apskatiem, konstatētajiem daudzajiem māj-sēdes pārkāpumiem un piespriestajiem sodiem, kā arī uguņošanas izraisītajām nelaimēm.

Mediji visiem svētkiem 2020. gadā Covid-19 izraisītās krīzes laikā piešķīra epidemiolo-giskās drošības un/vai nedrošības rāmējumu, gandrīz visiem arī – kriminalitātes rāmējumu. Svētku jēga mainījās ne vien sociālajā, bet arī mediju radītajā realitātē.

MĀJĀS – KOPĀ AR MEDIJEM

Svētku svinēšanā un piemiņas dienu atzīmēšanā, tiem Covid-19 radītajā situācijā zaudējot publisko telpu un daudzu cilvēku kopsanākšanas iespēju, būtiski palielinājās mediju loma. Tie vairāk nekā agrāk veica svētku organizatoru un atmosfēras radītāju funkcijas. Masu mediji, it īpaši elektroniskie mediji, vienmēr ir visu lielāko svētku rituālu sastāvdaļa. Tie nodrošina tiešraides no pasākumu norises vietām, ļaujot skatītājiem vai klausītājiem baudīt pastarpi-nātu klātbūtni. Mediju saturā tiek arī iekļauti raidījumi, ziņu sižeti, filmas, raksti, fotogrāfijas u. c. materiāli, kas vēsta par konkrēto svētku un piemiņas dienu jēgu vai stāsta ar to saistīto vēsturi. Drukātie mediji svētku reizēm piedāvā speciālnumurus vai arī kārtējā numura saturu daļēji velta konkrētajiem svētkiem. Protams, veidojot savu saturu, mediji svētku un atceres kalendāra dienas (kā allaž) šķiroja nozīmes ziņā. Piemēram, televīzijas kanāli, ja svētku un piemiņas dienai bija atvēlēta tikai darbdiena, savā programmā iekļāva vienu vai divas ar to

1. tabula. Galvenie svētki un to mediju rāmējumi Covid-19 izraisītās krīzes laikā

Svētki, piemiņas dienas	Norises raksturojums	Dominējošie mediju rāmējumi	Reģistrētie ārkārtējās situācijas pārkāpumi	Reģistrētie ceļu satiksmes pārkāpumi u. c. krimināla rakstura parādības
16. marts – Latviešu leģiona piemiņas diena	Ziedu pie Brīvības pieminekļa, Lestenes kapsētā u. c. individuāla nolikšana un leģionāru pieminēšana visas dienas ilgmā	<ul style="list-style-type: none"> • Epidemioloģiskās drošības • Disciplinētas pieminēšanas 	<ul style="list-style-type: none"> • Pieminās dienas atzīmēšanas publiskajās vietās nav reģistrēti ārkārtējās situācijas pārkāpumi • Valstī reģistrēti divi ārkārtējās situācijas noteikumu pārkāpumi 	<p>Reģistrēti 85 ceļu satiksmes negadījumi, cietuši astoņi cilvēki, noformēti 288 administratīvie protokoli par ceļu satiksmes noteikumu pārkāpumiem – deviņi cilvēki ir sodīti par automobiļa vadīšanu alkohola reibumā, 143 personas sodītas par atļautā braukšanas ātruma pārsniegšanu</p>
Lieldienas (brīvdienas: 10.–13. aprīlis)	Svētki svinami individuāli un vienas mājsaimniecības ietvaros, nenotiek dievkalpojumi un publiskie pasākumi. Plašs reliģisko pasākumu un dažādu koncertu tiesraīžu klāsts	<ul style="list-style-type: none"> • Epidemioloģiskās drošības • Disciplinētas svinēšanas • Optimistiska pandēmijas radītās krīzes atrisinājuma redzējuma • Kriminālītaes 	<ul style="list-style-type: none"> • Svētki un brīvdienas aizvadīti mierīgi, svētku atzīmēšanas ierastajās publiskajās vietās nav notikuši ārkārtējās situācijas noteikumu pārkāpumi • Valstī sastādīti 204 administratīvie protokoli par ārkārtējās situācijas ierobežojumu pārkāpumiem 	<p>Reģistrēti 204 ceļu satiksmes negadījumi, cietuši 32 cilvēki, bojā gājuši divi cilvēki, noformēti 1698 administratīvie protokoli par ceļu satiksmes noteikumu pārkāpumiem – 68 cilvēki ir sodīti par automobiļa vadīšanu alkohola reibumā vai narkotisko vielu iespaidā, 976 personas sodītas par atļautā braukšanas ātruma pārsniegšanu vai par agresīvu braukšanu</p>
Darba svētki un LR Satversmes sasaukšanas diena – 1. maijs LR Neatkarības deklarācijas pasludināšanas diena – 4. maijs (brīvdienas: 1.–4. maijs)	Svētki svinami individuāli un vienas mājsaimniecības ietvaros, nenotiek ikgadējie svētku publiskie pasākumi	<ul style="list-style-type: none"> • Epidemioloģiskās drošības • Disciplinētas svinēšanas 	<ul style="list-style-type: none"> • Kopumā svētku brīvdienas aizvadītas mierīgi, nav fiksēti pārkāpumi svētku atzīmēšanas publiskajās vietās • Sastādīti 309 administratīvie protokoli par ārkārtējās situācijas ierobežojumu pārkāpumiem 	<p>Reģistrēti 177 ceļu satiksmes negadījumi, kuros cietuši 35 cilvēki un viens gājis bojā, sastādīti 1600 administratīvie protokoli par ceļu satiksmes pārkāpumiem, tostarp 41 persona sodīta par automobiļa vadīšanu alkohola reibumā</p>

<p>PSRS uzvaras Lielajā Tēvijas karā svinības – 9. maijs</p>	<p>Notika cilvēku pulcēšanās pie PSRS uzvarai Lielajā Tēvijas karā veļtājiem pieminekļiem. Rīgā pie Uzvaras pieminekļa pabija 20 000–25 000 cilvēku, vienas stundas laikā pie pieminekļa pabija no 200 līdz 450 cilvēku</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 9. maija dienas pirmajā pusē: epidemioloģiskās drošības • 9. maija vakarā un 10. maijā: epidemioloģiskā apdraudējuma • 10.–11. maijā: policijas sliktā darba un svinēšanas neieviešana (salīdzinājumā ar 4. maiju) • 9. maija vakars–11. maijs: kriminalitātes 	<ul style="list-style-type: none"> • Svinēšanas vietās fiksēti ārkārtējās situācijas noteikumu pārkāpumi • Par pārkāpumiem Rīgas Uzvaras parkā noformēti 46 administratīvā pārkāpuma protokoli un sāktas 70 administratīvās lietas. Par divu metru savstarpējās distances neievērošanu Daugavpils divām personām noformēti administratīvā pārkāpumu protokoli 	<p>Reģistrēti 89 ceļu satiksmes negadījumi, kuros cietuši 17 cilvēki, viens gājis bojā, noformēti 474 administratīvā pārkāpuma protokoli ceļu satiksmes jomā – par ātruma pārsniegšanu noformēti 239 protokols, par braukšanu alkohola reibumā – 9 protokoli</p>
<p>Līgo diena un Jaņu diena – 23.–24. jūnijs</p>	<p>Noteikumi paredz, ka iekštelpās var pulcēties ne vairāk kā 100 cilvēki, bet ārtelpās – ne vairāk kā 300 cilvēku. Lielie publiskie pasākumi atcelti, notiek mērogā mazi, formā un saturā daudzveidīgi svētku pasākumi. Svēkti tiek svinēti ģimenes un draugu lokā savā mājā, dārzā vai citur brīvā dabā</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Epidemioloģiskās drošības • Pelnītu svētku • Saprātīgas svinēšanas • Kriminalitātes 	<p>Sāktas sešas administratīvās lietas par pulcēšanās un distancēšanās ierobežojumu neievērošanu</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Reģistrēti 110 ceļu satiksmes negadījumi, cietuši 17 cilvēki, noformēti 879 administratīvie protokoli par ceļu satiksmes noteikumu pārkāpumiem – 49 cilvēki ir sodīti par automobiļa vadīšanu alkohola reibumā vai narkotisko vielu iespaidā, 423 personas sodītas par atļautā braukšanas ātruma pārsniegšanu vai par agresīvu braukšanu • Jaņu brīvdienu laikā noslīkuši 11 cilvēki
<p>Lāčplēša diena – 11. novembris</p>	<p>Svēkti tiek svinēti individuāli un vienas mājsaimniecības ietvaros. Individuāla sveču aizdegšana un novietošana</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Epidemioloģiskās drošības un disciplīnas • Patriotisma • Valsts un armijas slavenās vēstures 	<p>Medijos netiek sniegta informācija par reģistrētajiem ārkārtējās situācijas ierobežojumu neievērošanas pārkāpumiem</p>	<p>Reģistrēti 79 ceļu satiksmes negadījumi, kuros cietā divi cilvēki, noformēti 408 protokoli par ceļu satiksmes noteikumu pārkāpumiem, par ātruma pārsniegšanu vai agresīvu braukšanu autovadītājiem noformēti 189 protokoli, par automašīnas vadīšanu alkohola reibumā aizturēti 12 autovadītāji</p>

<p>LR proklamācijas diena – 18. novembris</p>	<p>Svētki tiek svinēti individuāli un vienas mājsaimniecības ietvaros. Individuāla ziedu nolikšana publiskajā telpā</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Epidemioloģiskās drošības un disciplīnas • Patriotisms • Izturības • Grūtību pārvarēšanas un jaunu iespēju ieraudzīšanas • Kolektīvo vērtību un solidaritāte • Kriminalitātes 	<p>Medijos netiek sniegta informācija par reģistrētajiem ārkārtējās situācijas ierobežojumu neievērošanas pārkāpumiem</p>	<p>Reģistrēts 61 ceļu satiksmes negadījums, kuros cietuši deviņi cilvēki, sastādīti 200 protokoli par atļautā braukšanas ātruma pārsniegšanu, un 10 šoferi pieķerti, braucot alkohola reibumā</p>
<p>Ziemašvētki (24.–27. decembris)</p>	<p>Svētkus drīkst svinēt vienas mājsaimniecības ietvaros. Aizliegts rīkot privātus pasākumus un privātu pulcēšanos, cilvēki tiek aicināti klātienē neapmeklēt tuviniekus</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Epidemioloģiskās drošības un disciplīnas • Epidemioloģiskā apdraudējuma un baļu par saslimstības kāpumu, ko varētu iniciēt cilvēku kopā būšana svētkos • Svinēšana vienas mājsaimniecības ietvaros • Kristīgo un ģimenes vērtību • Kriminalitātes 	<p>Reģistrēti 335 ārkārtējās situācijas ierobežojumu ievērošanas pārkāpumi un uzsākti administratīvā pārkāpuma procesi</p>	<p>Reģistrēti 286 ceļu satiksmes negadījumi, kuros cietuši 25 cilvēki, noformēti 1362 protokoli par ceļu satiksmes noteikumu pārkāpumiem, par ātruma pārsniegšanu vai agresīvu braukšanu autovadītājiem noformēti 516 protokoli, par automašīnas vadīšanu alkohola reibumā vai narkotisko vielu iespaidā aizturēti 57 autovadītāji</p>
<p>Vecgada diena – 31. janvāris. Jaunā gada diena – 1. janvāris</p>	<p>Svinēšana notiek mājāsēdes formātā. Aizliegts rīkot privātus pasākumus un privātu pulcēšanos. Ieviesta komandantstunda (no pulksten 22 līdz 5 rītā nedrīkst atrasties ārpus savas dzīvesvietas)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Epidemioloģiskās drošības un disciplīnas • Epidemioloģiskā apdraudējuma un baļu par saslimstības kāpumu, ko varētu iniciēt cilvēku kopā būšana svētkos • Pastiprinātas policijas kontroles • Svinēšana vienas mājsaimniecības ietvaros • Cerību un labākas nākotnes • Kriminalitātes 	<p>Reģistrēti 1567 ārkārtējās situācijas ierobežojumu ievērošanas pārkāpumi un uzsākti administratīvā pārkāpuma procesi</p>	<p>Reģistrēti 92 ceļu satiksmes negadījumi, kuros cietuši 12 cilvēki, viens gājis bojā, noformēts 601 protokols par ceļu satiksmes noteikumu pārkāpumiem, par ātruma pārsniegšanu noformēti 211 protokoli, par automašīnas vadīšanu alkohola reibumā vai narkotisko vielu iespaidā aizturēti 60 autovadītāji. Divi cilvēki cietuši un nogādāti medicīnas iestādēs pēc priekšmedicīnas lietojuma</p>

Avots: delfi.lv, delfi.ru, TVNET.lv, LSM.lv, Valsts policijas internetvietne

saistītās pārraides un vairākus ziņu sižetus. Komunistiskā genocīda upuru piemiņas dienās 25. martā un 14. jūnijā LTV1 turpināja tradīciju un skatītājiem piedāvāja fonda "Sibīrijas bērni" veidotās dokumentālās filmas. Šajā gadā – režisores Dzintras Gekas filmas "Tālā zeme Sibīrija. Tomskas apgabals – 1949. Petuhova, Teguldeta, Asino" (2020) un "Tālā zeme Sibīrija. Tālie Ziemeļi – 1941. Noriļska. Lamas ezers" (2020), kas bija balstītas "Sibīrijas bērnu" 2019. gada ekspedīciju materiālos, un režisores Artas Čigas filmu "Sibīrijas bērni. Mēs atceramies" (2020). 4. jūlijā – Ebreju tautas genocīda upuru piemiņas dienā – LTV1 demonstrēja spēlfilmu "Tēvs nakts" (rež. Dāvis Sīmanis, 2018), kas stāsta par holokaustu Latvijā un ebreju glābēju Žani Lipki un viņa ģimeni. Pēc tāda paša principa bija veidota arī Latvijas Radio 1 programma. 25. martā un 14. jūnijā padomju masu deportāciju tēmas tika aplūkotas ziņu raidījumos, kā arī auditorija varēja klausīties Radioteātri tapušos Melānijas Vanagas grāmatas "Veļupes krastā" lasījumus.

Svētku brīvdienu laikā televīzijas un radio programmas daudz lielākā mērā tika veidotas atbilstoši svinamajiem svētkiem. 4. maijā – Latvijas Republikas Neatkarības deklarācijas pasludināšanas dienā – LTV1 visas dienas garumā piedāvāja šiem svētkiem veltītus raidījumus un dienu noslēdza ar Rīgas Kinostudijas filmas "Pūt, vējiņi!" (rež. Gunārs Piesis, 1973) demonstrāciju. TV3 lielu programmas daļu atvēlēja Latvijā tapušo filmu izrādēm un svētku koncertam. Līdzīgs princips ir arī Līgo dienas, Jāņu dienas un 18. novembra televīzijas programmām. Mediatizētos svētkus televīzijā veidoja koncerti, arī iepriekšējo gadu svētku klātienē koncertu translācijas, un Latvijā tapušo animācijas, dokumentālo un spēlfilmu demonstrācijas. Protams, Lieldienu programmas neatņemama sastāvdaļa ir translācija no Vatikāna "Krusta ceļš" Lielās piektdienas vakarā un dievkalpojuma Rīgas Doma baznīcā tiešraide, Ziemassvētkos – Ziemassvētku svētās mises Vatikānā un Ziemassvētku dievkalpojuma Domā translācija. Līdzīgi – Jāņu LTV1 programmas tradicionālā sastāvdaļa ir Rūdolfa Blaumaņa "Skroderdienas Silmačos" izrāde. Tāpat nozīmīgāko valsts svētku sastāvdaļas televīzijas un radio programmās ir Valsts prezidenta un Ministru prezidenta svētku runas.

Jāpiebilst, ka 2020. gadā televīzijas kanāla PBK programma 9. maijā bija pilnībā pakārtota PSRS uzvaras Lielajā Tēvijas karā svinēšanai. Skatītājiem tika piedāvāta Krievijas Federācijas prezidenta Vladimira Putina svētku uzruna, svētku koncerts, kritušo piemiņai veltīta klusuma minūte, kā arī vairākas uzvaras tematiku iemiesojošas populāras padomju spēlfilmas (piemēram, "Virsnieki" (1971), "Kaujā dodas tikai veči" (1974), "Baltkrievijas stacija" (1971)). Tādus pašus un/vai līdzīgus raidījumus bija iespējams vērot arī citos Latvijā translētajos Krievijas televīzijas kanālos. Mediatizētās 9. maija svinības šajos kanālos to auditorijai veidoja kopības saites ar Krievijas Federāciju un tās piedāvāto vēstures interpretāciju, kā arī ļāva šo dienu pavadīt Krievijas svinību telpā.

Tieši televīzija, kas piedāvā kolektīvās skatīšanās iespēju vienā telpā, mājas svinību un šā medija lietojuma apvienojumu, ir vispiemērotākais mediju formāts svētku svinēšanai vai pieminēšanai. Tas ļauj nelielai cilvēku grupai vienā māsainiecībā kopīgi izdzīvot svētceļojumu savā, ģimenes vai valsts pagātnē, piedalīties ceremoniālos, baudīt un kritizēt valsts pirmo personu runas, dalīt prieku ar ekrānā redzamajiem cilvēkiem, kā arī veikt līdzdalīgas

2. tabula. 2020. gada visvairāk skatīto konsolidētās televīzijas raidījumu TOP10

Vieta reitingā	Raidījums	Kanāls	Datums un laiks	Vidējais raidījuma skatītāju skaits (%)	Vidējais raidījuma skatītāju skaits (tūkst.)
1.	Gadumijas sagaidīšana. Latvijas Valsts himna	LTV1	31.12.2020. 24.00–00.02	19,2	356,1
2.	Latvijas Valsts prezidenta E. Levita uzruna gadumijā	LTV1	31.12.2020. 23.53–24.00	19,1	354,7
3.	LR Ministru prezidenta K. Kariņa uzruna gadumijā	LTV1	31.12.2020. 23.47–23.53	17,5	324,7
4.	Latvijas Valsts prezidenta E. Levita uzruna gadumijā	TV3	31.12.2020. 23.55–24.00	13,5	250,9
5.	LR Ministru prezidenta K. Kariņa uzruna gadumijā	TV3	31.12.2020. 23.50–23.55	12,3	229,2
6.	S/f “Dvēseļu putenis” (Latvija)	LTV1	11.11.2020. 22.10–01.15	11,7	218,2
7.	S/f “Viens pats mājās” (<i>Home Alone</i> , ASV)	TV3	27.11.2020. 21.05–23.10	11,5	214,4
8.	“Laimīgu Jauno gadu!”	TV3	31.12.2020. 24.00–00.05	11,4	211,7
9.	“Bez tabu. Vecgada raidījums. Horoskopi”	TV3	31.12.2020. 21.00–22.30	10,8	200,0
10.	“Bez tabu. Gada balvas pasniegšanas ceremonija”	TV3	01.01.2020. 19.35–21.15	10,4	195,4

Avots: Kantar TNS (2021). Konsolidētās TV skatītākais kanāls 2020. gadā – TV3. [Kantar.lv](https://www.kantar.lv/konsolidetas-tv-skatitakais-kanals-2020-gada-tv3/). 12. janv. Izgūts no: <https://www.kantar.lv/konsolidetas-tv-skatitakais-kanals-2020-gada-tv3/>

darbības, piemēram, līdzdziedāt populāro svētku repertuāru, pievienoties apsveikumiem un svētku tostiem. Šādās dienās kopīgās vērtības ar mediju starpniecību piesātina cilvēku mājvietas un viņus iesaista publiskajā dzīvē un nacionālajā vienotībā (Morley 2000, 105–106).

Pandēmijas laikā uzplauka arī tiešraīžu kultūra. Daudzas un dažādas kultūras un sabiedriskās institūcijas svētku dienas savās internetvietnēs un/vai sociālo tīklu lapās piedāvāja pasākumu un koncertu translācijas. Piemēram, portāls [filmas.lv](https://www.filmas.lv) veidoja īpašas Latvijas filmu tiešsaistes programmas: 4. maijā – Latvijas filmu maratonu visur pasaulē, Līgo svētkos – festivālu “Latvijas filmas pasaulē”. Lāčplēša dienā tika piedāvāts vērot plašu svētku koncertu piedāvājumu straumēšanas vietnē “LMT Straume”, kā arī kultūras iestāžu un muzikālo apvienību “Facebook” lapās ([Delfi.lv](https://www.delfi.lv) 2020d). Neraugoties uz bagātīgo tiešraīžu klāstu, Covid-19 krīzes laika svētkos televīzijas pozīcijas palika stipras. 2020. gada skatītāko televīzijas raidījumu apkopojums rāda, ka deviņas no desmit visvairāk skatītajām gada pārraidēm ir bijušas



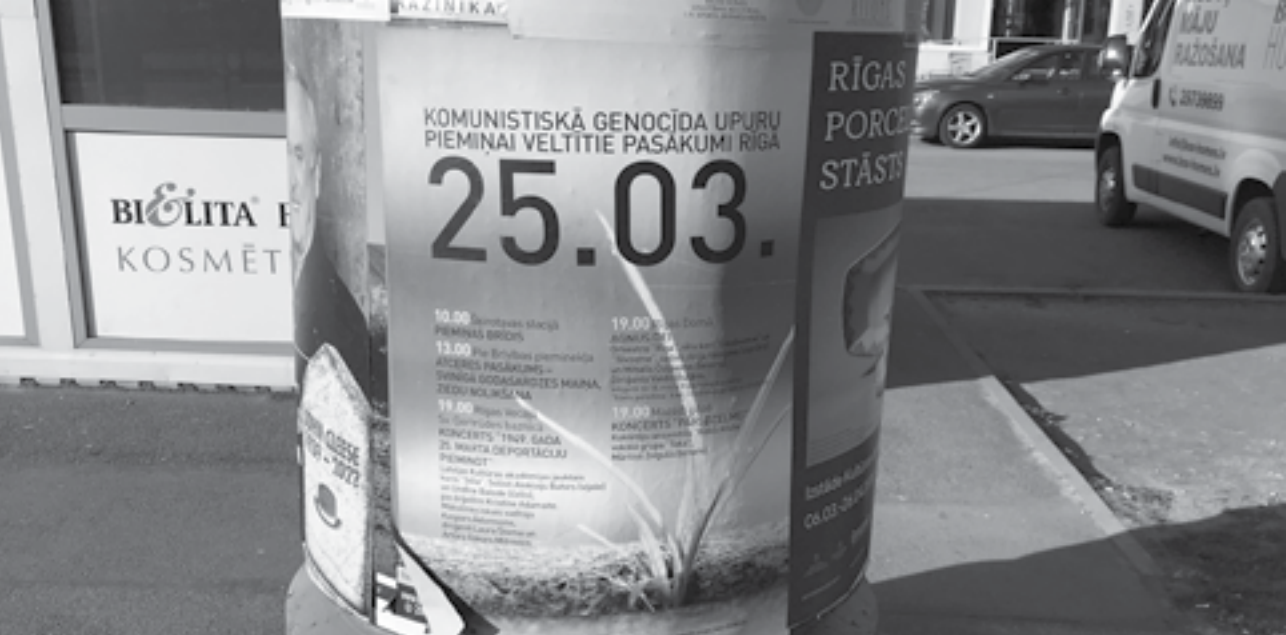
2. attēls. Latvijas Neatkarības atjaunošanas dienai 4. maijā veltītais plakāts Rīgā Vērmanes parkā. 2020. gada 1. maijs. Vitas Zelčes foto

svētku dienās (2. tabula). Iepriekšējos gados līderu godā pabija kāda svarīga pasaules hokeja čempionāta spēle ar Latvijas izlases piedalīšanos vai “Eirovīzijas” konkurss, bet 2020. gadā visvairāk skatītie raidījumi ir Jaunā gada kopsagaidīšana LTV1, Valsts prezidenta E. Levita un Ministru prezidenta K. Kariņa runas. Visvairāk vērotās filmas godā ir filmas “Dvēseļu putenis” (rež. Dzintars Dreibergs, 2019) pirmizrāde LTV1 Lāčplēša dienas vakarā, kuram tematiski un vērtību ziņā šī filma ir atbilstoša.

2020. gadā svētku mediatizētais formāts lielai daļai valsts iedzīvotāju bija vienīgā iespēja piedalīties valsts vērtību un jēgu apstiprinājuma un atkalapstiprinājuma svētkos, kā arī izbau-
dīt spriedzes menedžmenta svētku rituālus un to piedāvāto relaksāciju.

SVINĒŠANAS IZKLIEDĒJUMS UN APVIENOJUMS

Pandēmijas laika pulcēšanās ierobežojumi veicināja svinēšanas un pieminēšanas kultūras dziļāku iesakņošanu digitālajā vidē. Lielai daļai cilvēku sociālie tīkli bija galvenais interakcijas ar citiem svinētajiem un/vai pieminētajiem rīks. To vidē rituāli allaž ir bijuši plaši izplatīti. Sociālajos tīklos ir iespējams reprezentēt dzīves realitātē veiktos rituālos, piemēram, ievietot to īstenošanas fotogrāfijas, video, aprakstus, tādējādi privāto telpu padarot publisku. Protams, uz digitālo vidi (pagaidām) nav pārnesama svētku vai piemiņas rituālu klātienes gaisotne, gūtais savijums vai citas emocijas, smaržas, tādējādi pilnīga to reprezentācija nav iespējama. Tomēr sociālie tīkli ļauj veidot komunikāciju ar citiem to lietotājiem, rast



3. attēls. Komunistiskā genocīda upuru piemiņas dienai 25. martā veltīto pasākumu afiša Rīgā Gunāra Astras ielā. 2020. gada 8. aprīlis. Vitas Zelčes foto

domubiedrus, iegūt atzinību, kļūt par mirkļa slavenību, uzzināt citu viedokli. Sociālie tīkli kalpo arī par rituālu norises vietu. Nereti pietiek ar vienu peles klikšķi vai pieskārienu ekrānam, lai kļūtu par svētku vai piemiņas pasākuma tiešsaistes dalībnieku un no jauna apliecinātu vai apstrīdētu kopienas vērtības. Digitālās tehnoloģijas arī piedāvā daudzus ļoti vienkāršus svinēšanas vai pieminēšanas izpausmes rīkus – profilu dekorācijas, simbolu ievietošanu profilā un rituāldarbību veikšanas instrumentus – ikonas, piemēram, simbolisku sveces aizdegšanu, glāzes pacelšanu un saskandināšanu, eglītes novietošanu, lūgšanu, pateicību utt. (Altena et al. 2011, 133).

Latvijā, kuru raksturo augsts interneta pieejamības līmenis, sociālie tīkli un tiešsaistes pasākumi pandēmijas laikā kļuva par nozīmīgu svētku platformu gan institucionālā, gan kolektīvā, gan individuālā formā. Piemēram, “Facebook” darbojas vairākas īpašās svētku vai pieminēšanas dienu lapas. Viena no tām “16. marts – latviešu leģionāru piemiņas diena”, kurai ir vairāk nekā 9300 sekotāju, saistīta ar nacionālo apvienību “Visu Latvijai!” – Tēvzemei un Brīvībai/LNNK”. 2020. gadā tajā kā svinēšanas forma tika piedāvāta partijas līdera Raivja Dzintara filmas “Latviešu leģionāri. Taisnības augšāmcelšanās” skatīšanās un dalīšanās. Šī partija veido arī “Facebook” lapu “18. novembris/Lāpu gājiens”. Tās saturs Covid-19 krīzes situācijā bija pakārtots tēmturim #LaiLatvijaMirdz, kurā tika kopradīts virtuāls lāpu gājiens, ko veidoja iesūtīti Latvijas valsts proklamēšanai veltīti vizuālie sveicieni un laba vēlējumi.



4. attēls. Lāčplēša dienai 11. novembrī un Latvijas Republikas proklamēšanas dienai 18. novembrī veltītais plakāts Rīgā Krišjāņa Barona ielā. 2020. gada 19. novembris. *Vitas Zelčes foto*

Latvijas valsts simtgades birojs valsts dibināšanas 102. gadadienā aicināja iedzīvotājus ievietot svētku svinēšanas bildes sociālajos tīklos, kā arī iesaistīties Latvijas Nacionālā vēstures muzeja Latvijas vēstures liecību krāšanas akcijā, liekot “Gadsimta albumā” (latvijasgadsimts.lv) savas fotogrāfijas un stāstus (Latvijas valsts simtgades birojs 2020). Valsts kanceleja 18. novembrī rosināja cilvēkus uz atbildīgu rīcību, savstarpējo cieņu un atbalstu un, apliecinot savu piederību šīm vērtībām, savam “Facebook” profila attēlam pievienot rāmīti “Atbildīgi Latvijai” (Upleja 2020c).

Valsts iedzīvotāji individuāli plaši izmantoja sociālos tīklus, it īpaši “Twitter”, “Facebook”, “Instagram”, lai reprezentētu savu svinēšanas praksi. To lietotāji dalījās ar ēdienu, galda klājuma un telpu dekorējumu fotogrāfijām. Lieldienās – ar krāsotām un izrotātām olām, 4. maijā un 18. novembrī – ar Latvijas karoga krāsu atspoguļojumu ēdienā un galda dekorējumā, Ziemassvētkos un Jaunajā gadā – ar šo svētku tradicionālo ēdienu attēliem. Tāpat sociālo tīklu lietotāji labprāt dalījās ar individuāli, ģimenes vai draugu lokā veikto svētku rituālu un svētku brīvdienu pavadīšanas dabā fotogrāfijām. Arī ziņu portāli, televīzijas kanāli un radio šīs svētku un piemiņas dienu prakšu reprezentācijas iekļāva savā saturā. Protams, priekšroka tika dota slavenību svinēšanas un pieminēšanas darbības atspoguļojumam (piemēram, Delfi Izklaide 2020; Delfi Kultūra 2020). Šādas publikācijas sekmēja svētku svinētāju solidaritāti, tās stiprināja egalitārismu, masu mediju auditorijai liekot apzināties,

ka slavenības tos vai citus svētkus atzīmē tāpat kā citi, kā arī sociālo tīklu nelietotājiem ļaujot uzzināt, kas tajos notiek.

Sociālie tīkli vienlaikus nodrošināja un atspoguļoja svētku svinēšanas un piemiņas dienu atzīmēšanu. Tādējādi realitātē izkliedētajiem svinētājiem un pieminētājiem bija iespējams operatīvi veidot savstarpējās saites, tīklojumu un apmainīties ar vēstījumiem. Pandēmijas laiks izteikti demonstrēja arī sociālajiem tīkliem piemītošās līdzdalības kultūras funkcionēšanas problēmas. Viena no tām ir nelīdztiesība līdzdalībā, kas sakņojas digitālo tehnoloģiju nepieejamībā, neprasmē apgūt to lietojumu, zemos ienākumos un izglītībā (Jenkins *et al.* 2013, 189). Tādā veidā daudziem cilvēkiem svētku svinēšana ar sociālo tīklu starpniecību nav pieejama, savukārt svinētājiem rodas iluzors priekšstats, ka svētki notiek un tajos iesaistīti visi, lai gan tā nav.

SECINĀJUMI

Covid-19 radītās krīzes periodā būtiski, pat kardināli mainījās svētku svinēšanas un atceres dienu atzīmēšanas prakse, citādas kļuva arī tās attiecības ar medijiem. 2020. gada svētku svinēšanas un pieminēšanas reprezentācija medijos un to iesaistīšanās svētku norisē izteismīgi ilustrē valsts, pat visas pasaules sabiedrības globālās dzīves ekoloģijas un mediju ekoloģijas interakciju. Pandēmija ne tikai ietekmē cilvēku veselību un izdzīvošanu, bet arī transformē un rada jaunus esības veidus, tostarp jaunas svētku un atceres norises un to mediatizāciju.

Latvijas svētku kultūras analīze liecina, ka medijos svinēšana un atcere vispirmām kārtām tika rāmēta kā epidemioloģiski drošs vai nedrošs pasākums, nevis kā svētki vai pieminēšana. Medijos tapa jauns imaginārs redzējums uz svētkiem kā lielu iespējamo sabiedrības apdraudējumu un kriminālām norisēm piesātinātu notikumu. Covid-19 izraisītās krīzes laikā par krimināli vērtējumu darbību kļuva tās svinēšanas izpausmes, kas normāli (tikai vienu gadu iepriekš) tika uzskatītas par pareizu un uzteicamu svētku praksi, proti, masveidīgu kopbūšanu. Par labu svinēšanu formu kļuva uzturēšanās savās mājās un kontaktēšanās vien ar savas mājsaimniecības locekļiem. Tas arī noteica, ka televīzijas un radio svētku raidījumi un tiešraides kļuva par nozīmīgu, ja ne par pašu galveno, svētku svinēšanas veidu gan vērtību apstiprinājuma un atkalapstiprinājuma svētkos, gan spriedzes menedžmenta svētkos. Savukārt interakciju ar citiem svētku svinētājiem nodrošināja sociālie tīkli. Daudz vairāk nekā iepriekšējos gados mediju produktu saturiskā un emocionālā kvalitāte noteica svētku un piemiņas dienu izdošanos un līdz ar to kopienas – Latvijas valsts – kopējo vērtību esamību. Mediatizēto svētku svinēšanu un pieminēšanu, vērtējot viena gada ietvaros, jāteic, ka pandēmijā svētku un atceres kultūra sekmīgi izdzīvoja, tā kļuva kreatīvāka, sekmīgi rada dramaturģiskos risinājumus un bagātinājās ar jaunām satura un formas līnijām.

LITERATŪRA

- Altena, M., Notermans, C., Widlok, T. Place, Action, and Community in Internet Rituals. In: Grimes, R. L., Hüsken, U., Simon, U., Venbrux, E. (eds). *Ritual, Media and Conflict*. Oxford: Oxford University Press, pp. 133–163.
- Barkāns, E. (2020). Līgo un Jāņu dienas ceļvedis: Kur svinēt, ko redzēt, kā priedāties? *Jauns.lv*. 23. jūn. Izgūts no: <https://jauns.lv/raksts/zinas/391344-ligo-un-janu-dienas-celvedis-kur-svinet-ko-redzet-ka-priedaties>
- Björnehed, E., Erikson, J. (2018). Making the Most of the Frame: Developing the Analytical Potential of Frame Analysis. *Policy Studies*, 39(2), 109–126. DOI: 10.1080/01442872.2018.1434874
- Delfi.lv (2020a). Foto: Pareizticīgie tukšās baznīcās svin Lieldienu. *Delfi.lv*. 19. apr. Izgūts no: <https://www.delfi.lv/news/arzemes/foto-pareizticigie-tuksas-baznicas-svin-lieldienas.d?id=52069383>
- Delfi.lv (2020b). "Jāņi nāk kā sava veida atelpa," pauž Saeimas priekšsēdētāja. *Delfi.lv*. 22. jūn. Izgūts no: <https://www.delfi.lv/news/national/politics/jani-nak-ka-sava-veida-atelpa-pauz-saeimas-prieksedetaja.d?id=52249631>
- Delfi.lv (2020c). Jāņu dienā policija pieķērusi 30 dzērājšoferus. *Delfi.lv*. 25. jūn. Izgūts no: <https://www.delfi.lv/news/national/criminal/janu-diena-policija-piekerusi-30-dzerajsoferus.d?id=52252091>
- Delfi.lv (2020d). Lāčplēša diena mājās – tiešsaistes bezmaksas koncertu izlase. *Delfi.lv*. 11. nov. Izgūts no: <https://www.delfi.lv/kultura/news/music/lacplesa-diena-majas-tiesaisaistes-bezmaksas-koncertu-izlase.d?id=52649793>
- Delfi Cālis.lv (2020). Skaista mana tēvu zeme! Patriotiski pantīni visai ģimenei valsts svētkos. *Delfi.lv*. 18. nov. Izgūts no: <https://www.delfi.lv/calis/jaunumi/skaista-mana-tevu-zeme-patriotiski-pantini-visai-gimeinei-valsts-svetkos.d?id=52666495>
- Delfi Izklaide (2020). Foto: Sabiedrībā zināmi cilvēki rāda savas olas. *Delfi.lv*. 12. apr. Izgūts no: <https://www.delfi.lv/izklaide/dzivesstils/stils/foto-sabiedriba-zinami-cilveki-rada-savas-olas.d?id=52051589>
- Delfi Kultūra (2020). Sociālos tīklus 4. maijā pārņēmis virtuālais tautastērpu gājiens. *Delfi.lv*. 4. maijs. Izgūts no: <https://www.delfi.lv/kultura/news/cultureenvironment/socialos-tiklus-4-majja-parnemis-virtualais-tautasterpu-gajiens.d?id=52108839>
- Delfi Tavs Dārzs (2020). Foto: Kolekcijas dārzs "Madaras" radījis īpašu peoniju par godu Latvijai. *Delfi.lv*. 19. nov. Izgūts no: <https://www.delfi.lv/majadarzs/pagalms/daildarzs/foto-kolekcijas-darzs-madaras-radijis-ipasu-peoniju-par-godu-latvijai.d?id=52675309>
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, 43(4), 51–58. DOI: 10.1111/j.1460-2466.1993.tb01304.x
- Etzioni, A. (2001). *The Monochrome Society*. Princeton; Oxford: Princeton University Press.
- Hepp, A. (2020). *Deep Mediatization*. London; New York: Routledge.
- Gaidule, S., Gailāne, G. (2020). Leģionāru piemiņu pie Brīvības pieminekļa godinās visu dienu; Vecrīgā nekārtības nemana. *Delfi.lv*. 16. marts. Izgūts no: <https://www.delfi.lv/news/national/politics/legionaru-pieminu-pie-brivibas-pieminekla-godinas-visu-dienu-vecriga-nekartibas-nemana.d?id=51968473>
- Gušča, A. (2020). Līgo svētki un Jāņi Covid-19 pandēmijas ēnā: uzzini, kā šogad ļauts svinēt. *Skaties.lv*. 17. jūn. Izgūts no: <https://skaties.lv/zinas/latvija/sabiedriba/ligo-svetki-un-jani-covid-19-pandemijas-ena-uzzini-ka-sogad-lauts-svinet/>
- Jauns.lv/LETA (2020). Policijas darbiniekiem svētku nebūs, jauno ierobežojumu kontrolei piesaistīs arī armiju. *Jauns.lv*. 29. dec. Izgūts no: <https://jauns.lv/raksts/zinas/420731-policijas-darbiniekiem-svetku-nebus-jauno-ierobejojumu-kontrolei-piesaistis-ari-armiju>
- Jenkins, H., Ford, S., Green, J. (2013). *Spreadable Media. Creating Value and Meaning in a Networked Culture*. New York; London: New York University Press.
- Latvijas valsts simtgades birojs (2020). 10 idejas, kā svinēt Latvijas valsts svētkus. *lv100.lv*. 10. nov. Izgūts no: <https://lv100.lv/jaunumi/10-idejas-ka-svinet-latvijas-valsts-svetkus/>
- Lazdiņš, A. (2020). Policija pret vīrusu: sodi pandēmijas ierobežojumu pārkāpējiem atšķiras pat tūkstoškārt. *Delfi.lv, Delfi PLUS+*. 20. apr. Izgūts no: <https://www.delfi.lv/delfi-tv-ar-jani-domburu/raksti/policija-pret-virusu-sodi-pandemijas-ierobejojumu-parkapejiem-atskiras-pat-tukstoskart.d?id=52068083>

- Lee, J., Kyle, G., Scott, D. (2012). The Mediating Effect of Place Attachment on the Relationship between Festival Satisfaction and Loyalty to the Festival Hosting Destination. *Journal of Travel Research*, 51(6), 754–767. DOI: 10.1177/0047287512437859
- LETA (2020a). FOTO: 16. martā pie Brīvības pieminekļa ziedus noliek, ieturot distanci. *LA.lv*. 16. marts. Izgūts no: <https://www.la.lv/16-marta-pie-brivibas-pieminekla-ziedus-noliek-ieturot-distanci>
- LETA (2020b). Kariņš pieprasa Ģirģenam skaidrot Valsts policijas darbu, kontrolējot pulcēšanos 9. maijā. *Delfi.lv*. 10. maijs. Izgūts no: <https://www.delfi.lv/news/national/politics/karins-pieprasa-girgenam-skaidrot-valsts-policijas-darbu-kontrolejot-pulcesanos-9-maija.d?id=52125699>
- LETA (2020c). Dumpis aicina Jāņu svinētājus izmantot lietotni "Apturi Covid". *Delfi.lv*. 23. jūn. Izgūts no: <https://www.delfi.lv/news/national/politics/dumpis-aicina-janu-svinetajus-izmantot-lietotni-apturi-covid.d?id=52250957>
- LETA (2020d). Foto: Svecītes pie Rīgas pils mūra cilvēki noliek bez drūzmēšanās. *Delfi.lv*. 11. nov. Izgūts no: <https://www.delfi.lv/news/national/criminal/foto-svecites-pie-rigas-pils-mura-cilveki-noliek-bez-druzmesanas-pkst-2038.d?id=52653113>
- LETA (2020e). Abi lāpu gājieni Ogrē noritējuši, ievērojot epidemioloģiskās drošības prasības. *Delfi.lv*. 11. nov. Izgūts no: <https://www.delfi.lv/news/national/politics/abi-lapu-gajieni-ogre-noritejusi-ieverojot-epidemiologiskas-drosibas-prasibas.d?id=52653663>
- LETA, *Delfi.lv* (2020). Foto: Uzvaras parkā skaļo svinību vietā tikai ziedu nolikšana; policija gatava provokācijām. *Delfi.lv*. 9. maijs. Izgūts no: <https://www.delfi.lv/news/national/politics/foto-uzvaras-parka-skalo-svinibu-vietai-tikai-ziedu-noliksana-policija-gatava-provokacijam.d?id=52123905>
- Liu, C. R., Lin, W. R., Wang, Y. C., Chen, S. P. (2019). Sustainability Indicators for Festival Tourism: A Multi-Stakeholder Perspective. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 20(3), 296–316. DOI: 10.1080/1528008X.2018.1530165
- LSM.lv* Bērnu satura redakcija (2020). Sarkanbaltsarkani ķeksīni 18. novembra svinībām. *LSM.lv*. 18. nov. Izgūts no: <https://www.lsm.lv/raksts/dzive--stils/vecaki-un-berni/sarkanbaltsarkani-keksini-18novembra-svinibam.a257754/>
- LSM.lv* Ziņu redakcija (2020a). Viņķele aicina: Lieldienu brīvdienās aizsūtām to vīrusu dīkstāvē! *LSM.lv*. 9. apr. Izgūts no: <https://www.lsm.lv/raksts/zinas/latvija/vinkele-aicina-lieldienu-brivdienas-aizsutam-to-virusu-dikstave.a355393/>
- LSM.lv* Ziņu redakcija (2020b). Kā šogad drīkst svinēt Jāņus. *LSM.lv*. 16. jūn. Izgūts no: <https://www.lsm.lv/raksts/zinas/latvija/ka-sogad-drikst-svinet-janus.a363888/>
- LTV1 (2020). Panorāma. *Replay.lv*. 31. dec. Izgūts no: <https://replay.lsm.lv/lv/raidijums/1/panorama?type=all&date=2020-12-31>
- Ma, L., Alan A. Lew, A. A. (2012). Historical and Geographical Context in Festival Tourism Development. *Journal of Heritage Tourism*, 7(1), 13–31. DOI: 10.1080/1743873X.2011.611595
- Meller, L. (2020). Pasha v Liepae: abstraktnye yaitsa i "Ptich'i pesni". *LSM.lv*. Apr. 10. Retrieved from: <https://rus.lsm.lv/statja/novosti/samoupravlenija/pasha-v-liepae-abstraktnie-jayca-i-ptichi-pesni.a355425/>
- Mellere, L., Krenberga, O., Vessele, L., Kincis, J. (2020). 9. maijā cilvēki Rīgā, Liepājā un Daugavpilī individuāli noliek ziedus. *LSM.lv*. 9. maijs. Izgūts no: <https://www.lsm.lv/raksts/zinas/latvija/9-maija-cilveki-riga-liepaja-un-daugavpili-individuali-noliek-ziedus.a359119/>
- MK [Ministru kabinets]. (2020). Par ārkārtējās situācijas izsludināšanu. *Latvijas Vēstnesis*. 12. marts. Nr. 51A. Izgūts no: <https://www.vestnesis.lv/op/2020/51A.1>
- Morley, D. (2000). *Home Territories. Media, Mobility and Identity*. London; New York: Routledge.
- Shahin, S. (2016). Framing "Bad News". *Journalism Practice*, 10(5), 645–662. DOI: 10.1080/17512786.2015.1044556
- Sumiala, J. (2013). *Media and Ritual. Death, Community and Everyday Life*. London; New York: Routledge.
- Stirāne, D. (2020). Latgales patriots Feimaņos šuj sarkanbaltsarkanos karogus. *LSM.lv*. 18. nov. Izgūts no: <https://www.lsm.lv/raksts/dzive--stils/cilvekstasti/latgales-patriots-feimanos-suj-sarkanbaltsarkanos-karogus.a382096/>

- TV3 Ziņas (2020a). Neierasti klusi un mazskaitlīgi atzīmē Leģionāru piemiņas dienu. *TV3 Play*. 16. marts. Izgūts no: <https://tv3play.skaties.lv/tv3-zinas-10373095>
- TV3 Ziņas (2020b). Kariņš: Lieldienās šūposimies vieni, lai atkal visi kopā būtu Jāņos. *TV3 Play*. 9. apr. Izgūts no: <https://tv3play.skaties.lv/tv3-zinas-10376778>
- TVNET (2020). "Tautas varas frontes" atbalstītāji pie Brīvības pieminekļa neievēro noteiktos ierobežojumus. *TVNET.lv*. 18. nov. Izgūts no: <https://www.tvnet.lv/7113264/tautas-varas-frontes-atbalstitaji-pie-brivibas-pieminekla-neievero-noteiktos-ierobezojumus>
- TVNET/LETA (2020). NMPD: garajās Jāņu brīvdienās Latvijā noslīkuši 11 cilvēki. *TVNET.lv*. 25. jūn. Izgūts no: <https://www.tvnet.lv/7003608/nmpd-garajas-janu-brivdienas-latvija-noslukusi-11-cilveki>
- Upleja, S. (2020a). "Šūposimies Lieldienās vieni, lai Jāņos varētu kopā līgot" – aicina valdība un lemj par papildu pabalstiem, eksāmeniem. *Delfi.lv*. 9. apr. Izgūts no: <https://www.delfi.lv/news/national/politics/suposimies-lieldienas-vieni-lai-janos-varetu-kopa-ligot-aicina-valdiba-un-lemj-par-papildu-pabalstiem-eksameniem-plkst-1825.d?id=52045699>
- Upleja, S. (2020b). Kariņš aicina līgot ģimenes lokā un atstāt Covid-19 jānos. *Delfi.lv*. 15. jūn. Izgūts no: <https://www.delfi.lv/news/national/politics/karins-aicina-ligot-gimenes-loka-un-atstat-covid-19-janos.d?id=52231707>
- Upleja, S. (2020c). Aicinājums nepulcēties, mums ir alternatīva – Kariņš par 11. un 18. novembra atzīmēšanu. *Delfi.lv*. 10. nov. Izgūts no: <https://www.delfi.lv/news/national/politics/aicinajums-nepulceties-mums-ir-alternativa-karins-par-11-un-18-novembra-atzimesanu.d?id=52649177>
- Valsts kanceleja (2021). Covid-19 izplatība Latvijā. *Covid-19 oficiālā internetvietne*. Izgūts no: <https://covid19.gov.lv/index.php/covid-19/covid-19-statistika/covid-19-izplatiba-latvija>
- Van Gorp, B. (2005). Where is the Frame? Victims and Intruders in the Belgian Press Coverage of the Asylum Issue. *European Journal of Communication*, 20(4), 484–507. DOI: 10.1177/0267323105058253
- Vessel', L. (2020). Foto: Pasha v Daugavpilsē. *LSM.lv*. Apr. 13. Retrieved from: <https://rus.lsm.lv/statja/novosti/samoupravlenija/foto-pasha-v-daugavpilshe-gorodd.a355700/>
- Zelče, V. (2018a). Anomija Latvijas svētku un piemiņas dienu kalendārā un praksē. No: Zobena, A. (red.). *Apmaldījušies brīvībā: anomija mūsdienu Latvijā*. Rīga: LU Akadēmiskais apgāds, 104.–149. lpp.
- Zelče, V. (2018b). The Transformation of 'Holiday' in Post-Soviet Space: Celebrating Soviet Victory Day in Latvia. *Europe-Asia Studies*, 70(3), 388–420. DOI: 10.1080/09668136.2018.1454402
- Zvirbulis, Ģ., Kincis, J., *LSM.lv* Ziņu redakcija (2020). Ministri: 9. maijā policija strādāja profesionāli; Uzvaras parkā pabija 20–25 tūkstoši cilvēku. *LSM.lv*. 11. maijs. Izgūts no: <https://www.lsm.lv/raksts/zinas/latvija/ministrs-9majja-policija-stradaja-profesionali-uzvaras-parka-pabija-20-25-tukstosi-cilveku.a359252/>
- Žukova, K. (2020). Gadumijas māsēde: policija mobilizē visus iespējamus spēkus. *Delfi.lv*. 29. dec. Izgūts no: <https://www.delfi.lv/news/national/politics/gadumijas-majse-de-policija-mobilize-visus-iespejamus-spekus.d?id=52797695>



DIGITĀLAIS TEĀTRIS UN KRĪZE LATVIJAS TEĀTROS

Zane Radzobe

Digitālas formas teātrī nav saistāmas tikai ar Covid-19 pandēmiju ierobežojošajiem pasākumiem, kas modernās vēstures kontekstā nepieredzētā apmērā apstādina teātru darbu visā pasaulē. Teātra prakses, kas balstās robotu (cilvēka kontrolētas mašīnas) vai kiborgu (mašīnas kontrolēta cilvēka, arī – bioloģisko un tehnoloģisko ķermeņu hibrīdformas) izmantošanā attīstās kopš 20. gadsimta 90. gadiem; teātris sociālajos tīklos rodas *web 2.0* laikmetā un plaši izplatās kopā ar “*Twitter*”; dažāda veida interaktīvās formas, iekļaujot teātri videospēļu vidē, ar virtuālās un paplašinātās realitātes izmantošanu ir prakses ar vairāku desmitgažu vēsturi. Turklāt šīs formas nav radušās kā mirklīga reakcija uz tehnoloģisko progresu (tehnoloģija kā izklaide), bet ir iekļaujamās plašākā kontekstā. Latvijas teātru pielāgošanos Covid-19 krīzei, emocionālo noskaņojumu un procesu līdz ar to iespējams skatīt, saistot tos ar izpratni par teātra kā medija funkcijām sabiedrībā un teātra vietu intermediālas kultūras kontekstā.

REAKCIJAS

Latvijas repertuārteātru mākslinieki, publiskās intervijās komentējot Covid-19 izraisīto situāciju teātra vidē, gandrīz vienbalsīgi tiecas vērtēt teātru piedāvātās digitālās formas kā īslaicīgas un ar teātra specifisko dabu nesaistītas. Par galveno argumentu tiek izvirzīta teātra kā “dzīvas” (t. i., tiešā (fiziskā klātbūtnē) aktiera un skatītāja kontaktā radušās) mākslas daba. Pēc novērojumiem šim argumentam piekrīt arī liela daļa skatītāju, daļa kritiķu un daļa neatkarīgo teātru pārstāvju. Tā, piemēram, “Spēlmaņu nakts” žūrija, vērtējot 2019./2020. gada sezonas jauniestudējumus, digitālā formātā tapušos darbus nošķīra īpašā kategorijā, žūrijas komisijas priekšsēdētājam Līgai Ulbertei paužot cerību, ka šādu darbu pastāvēšana ir izņēmuma

gadījums. Pretēju viedokļu ir salīdzinoši maz, un tie pamatā saistāmi ar neatkarīgo teātru māksliniekiem un atsevišķiem jaunākās paaudzes kritiķiem. Kritikas pozīcija par digitālo teātri Latvijā 2020. gadā dalījies divās grupās – daļai, līdzīgi kā repertuārteātru redzamākajiem pārstāvjiem, atzīstot, ka digitāls teātris nav teātris; daļai – pieņemot digitālā teātra formu, bet kritizējot izpildījuma kvalitāti. Savukārt neatkarīgo teātru avangarda pozīciju kopsavelk viens no “Kvadrifrona” dibinātājiem aktieris Reinis Boters, kas diskusijā par Covid-19 ierobežojumu pārvarēšanu Latvijas teātros uz jautājumu, vai digitālās formas atzīstamas par teātri un vai tās saglabāsies arī pēc krīzes, atbild: “Kad dzirdu šos izteikumus, kas ir un kas nav teātris, pat apjūku – tik konservatīvi un atpakaļrāpīgi tie šķiet. Tas parāda, cik daudzi nav lietas kursā par to, kas jau desmitiem gadu ir aktuāls teātra teorijas diskusijā. Varbūt esmu jauns un maksimālists, bet man liekas, ka arī ar digitāliem resursiem var panākt klātbūtnes sajūtu un teātra brīnums var notikt.” (Linka 2020)

No vienas puses, šādas atšķirības varētu skaidrot ar izglītību un dominējošo estētiku. Latvijas teātra vidē repertuārteātri kopumā iekļaujas psiholoģiskā teātra formā un profesionālās izglītības jomā ir cieši saistāmi ar krievu aktiermākslas skolu un tai aktuālajiem teorētiķiem. Savukārt neatkarīgo teātru mākslinieki ir izglītoti Eiropas teātra festivālu vidē un iekļaujas estētiskajos un teorētiskajos meklējumos, kas Rietumu teātrī ir aktuāli kopš 20. gadsimta 60. gadiem. Tomēr salīdzinājums ar kaimiņvalstīm – estētiski ievērojami atšķirīgajiem Lietuvas un Igaunijas teātriem – liek secināt, ka meklējami arī citi cēloņi. Piemēram, vēstot par Lietuvas teātra reakciju uz pandēmiju, Kristina Steibļite (*Kristina Steiblyte*) rakstā ar nosaukumu “Gaidot atgriešanos pie normālā” atzīmē: “Pandēmijas laikā visai nepatīkami iezīmējās bailes eksperimentēt. Pēc karantīnas izsludināšanas martā daži teātri sāka rādīt izrāžu video ierakstus, savukārt, kad aktieriem jau tika atļauts pulcēties teātrī – arī jaunāku iestudējumu translācijas tiešraidē.” (Steibļite 2020) Bet Līsi Aibela (*Liisi Aibel*), aprakstot teātra vides reakcijas Igaunijā, noslēdz ar secinājumu: “Par spīti tīmeklī skatāmo izrāžu un pasākumu popularitātei pandēmijas sākumā pavasara beigās gan mākslinieki, gan skatītāji bija noguruši no tiešsaistes kultūras pārsātinājuma” (Aibela 2020). Visās Baltijas valstīs, neraugoties uz estētiskajām atšķirībām, situācija iezīmējas līdzīga – digitālo platformu izmantojums visos gadījumos ir visai konservatīvs, atsevišķi apskatītie digitālā teātra projekti – mazskaitlīgi un bez paliekošas mākslinieciskas vērtības, auditorija ātri nogurst un zaudē interesi par digitālā teātra formām.

Tomēr izteiktais dalījums attieksmē starp valsts un neatkarīgajiem teātriem liek uzdot jautājumu – kāpēc?

TEĀTRA FUNKCIJAS

Atšķirīgās emocionālās reakcijas un teātru stratēģijas pirmām kārtām skaidrojamas ar teātra segmentu (un tiem raksturīgo funkciju) atšķirībām specifiskajā Latvijas kultūras vidē – nelielā kultūras telpā, kas spēj nodrošināt salīdzinoši niecīgu auditoriju un kurā tādējādi nav iespējama teātru pastāvēšana bez tieša vai netieša (mērķprogrammas) valsts atbalsta.

Latvijā valsts dotētie teātri darbojas kā repertuārteātri – tie orientēti uz ilgtermiņa plānošanu, lieliem finansiāliem ieguldījumiem un pakļauti būtiskiem finansiāliem riskiem. Ierobežota finansējuma apstākļos tādējādi Latvijā valsts subsidētie teātri veic ne tikai tradicionāli dotētās nacionālā (vērtības un nacionālo naratīvu formulēšana) vai mākslas (estētisks novatorisms un izcilība) teātra funkcijas, bet daļēji arī komerciteātra (izklaide) funkcijas un, rēķinoties ar savas auditorijas gaidām, ir nepieciešami konservatīvi. Bez tam valsts dotācija krīzes apstākļos lielajos teātros Covid-19 apstākļos nodrošināja arī zināmu finansiālu stabilitāti un sociālās garantijas māksliniekiem, un relatīvā stabilitāte acīmredzami ir faktors, kas ļāvis salīdzinoši pasīvi interesēties par ierasto kontakta ar auditoriju formu maiņu. Valsts dotētajos teātros Covid-19 ierobežojumu laikā darbs lielā mērā ir apstājies, teātriem orientējoties uz sev pierastas formas izrāžu spēlēšanu brīvdabas apstākļos, jaunu izrāžu iestudēšanu, lai pirmizrādītu tās tūlī pēc ierobežojumu atcelšanas, un atsevišķiem “izmisuma” (atsaucoties uz Nacionālā teātra direktoru Jāni Vimbu) projektiem – eksperimentiem digitālā vidē, lasījumiem, kino darbiem. Piemēram, fakts, ka Jaunais Rīgas teātris Covid-19 apstākļos filmēja seriālu, nevis veidoja teātra darbus, ļoti spilgti demonstrē, cik nesavienojams, pēc mākslinieku domām, ir teātris un digitālā vide.

Digitālajās platformās ievērojami aktīvāk strādājošo neatkarīgo teātru situācija šādā kontekstā ir krasi atšķirīga. Atšķirībā no repertuārteātriem, kas piederīgi pamatpūsmas kultūrai, neatkarīgie teātri tipiski veidojas marginālos kultūras segmentos, tie saistīti ar marginalizētām identitātēm un telpām, subkultūrām. Protams, arī šajā gadījumā aktuāla ir grupas komunikācija, identitātes veidošana un uzturēšana, tomēr digitālā teātra kontekstā ir vērts uzmanību pievērst to atšķirībām. Pirmkārt, neatkarīgo teātru auditorijas tipiski ir jaunākas, kas 21. gadsimta kontekstā nozīmē atšķirību digitālajās prasmēs, bet varbūt vissvarīgāk – būtiski atšķirīgu izpratni par digitālās un “reālās” pasaules savstarpējām attiecībām. Otrkārt, neatkarīgajiem teātriem tipiskā eksperimentālā estētika ļauj gan tajos strādājošajiem māksliniekiem, gan to skatītājiem ievērojami vieglāk pieņemt no “ierastā formāta” atšķirīgus darbus.

Digitālā teātra pozicionēšanās Latvijā saistāma arī ar plašākām ideoloģiskām orientācijām, kas – jāatzīmē – atbilst arī Rietumu teātra un tehnoloģiju attiecību vēsturiskajiem modeļiem.

TEĀTRIS UN CITI MEDIJI

Stīvs Diksons (*Steve Dixon*), kurš izdevis vienu no pirmajiem digitālā teātra vēstures un teorijas apskatiem, žanra etimoloģiju sāk ar Riharda Vāgnera (*Richard Wagner*) totālā teātra koncepciju un *Bauhaus* eksperimentiem, bet par pirmo faktiski funkcionējošo multimedijālā teātra modeli atzīst futūrisma teātri, kam līdztekus jau no 20. gadsimta 20. gadiem attīstās virkne multimedijāla teātra kustību (Dixon 2007). Saprotams, ka sākotnēji runa ir par 20. gadsimta sākuma “jaunajiem” medijiem – dažāda veida reproducētajām mākslas formām – un to izmantojumu teātrī, tomēr šādā digitālās performances pirmsvēsturē saskatāmi kopīgi

mērķi un izpratne par teātra dabu. Visos gadījumos teātris tiek izprasts kā sintētiska (dažādas mākslas apvienojoša) māksla, būtisks ir laikmetīgums (mākslas realitātei jāatbilst sociālajai realitātei, tai skaitā arī – attiecībās ar tehnoloģiju). Atzīmējams arī, ka modernās tehnoloģijas interesē primāri avangarda teātri, kura meklējumus cita starpā apvieno neuzticēšanās tradicionālajiem teātra mākslas elementiem – tekstam un aktierim. Tāpēc digitālā teātra ideoloģiskie aizmetņi saistāmi ar idejām, kas spilgti izpaužas 21. gadsimta digitālā teātra praksē: mediji kā telpa (fiziskas telpas paplašinājums līdz pilnībā virtuālai telpai) un izpildītāja nozīmes mazināšana (modernisma aizsāktie mēģinājumi atbrīvoties no bioloģiskiem izpildītājiem; auditorijas un izpildītāju hierarhijas nojaukšana, interaktivitāte; pēc digitālās revolūcijas – izpildītāja ķermeņa fiziska aizstāšana ar tehnoloģisku, virtuālu vai skatītāja ķermeni).

Teātra kā sintētiskas mākslas izpratne, papildināta ar neizbēgamo teātra laikmetīgumu (kā nemedializēta mākslas forma teātris var notikt tikai tagadnē), nozīmē, ka teātrim ir ciešas attiecības arī ar sava laika tehnoloģiskajiem atklājumiem, bez tam – piešķirot tiem dažādas funkcijas: tehnoloģijai kā novitātei piemīt izklaidējoša daba un to var izrādīt kā pašvērtību; tehnoloģija palīdz radīt skatuves ilūziju; tehnoloģija kļūst par teātra tēmu vai ietekmē tā estētiku, uztveri utt. gadījumos, kad tā būtiski pārveido sociālo realitāti. Arī digitālās tehnoloģijas teātrī tiek izmantotas ar šādām funkcijām, tomēr – būtiski mainījies konteksts. Te gan jāuzsver, ka digitālo tehnoloģiju noraidījums drīzāk vērtējams kā sekas citām traumatiskām attiecībām – proti, kino un televīzijas uzvaras gājienam mediju vidē. Ja pirmsākumos kino un televīzija imitē teātri (estētika, organizācijas formas), tad, sākot ar 20. gadsimta otro pusi, teātris (īpaši Rietumu pasaulē dominējošā komercteātra modelī) ir spiests atdarināt masu medijus. Kā norāda mediatizētās kultūras pētnieks Filips Auslanders (*Philip Auslander*), starp “dzīvajām” un mediatizētajām performancēm formām principā nav būtisku ontoloģisku atšķirību, tomēr tās eksistē vienā tirgus segmentā, sacenšoties par vienu un to pašu auditoriju, bez tam mediatizētām kultūras formām konkurences cīņā ir būtiskas priekšrocības (Auslander 2008, 1). Tāpēc “dzīvās” formas, tai skaitā teātris, nevis nav salīdzināmas ar mediatizētajām, bet gan vairās tikt salīdzinātas, mēģinot uzturēt ap sevi ekskluzivitātes auru. Pastāvošā konkurence veicina teātra orientēšanos uz “tīrām”, tradicionālām formām, marginalizējot citos apstākļos teātrim tradicionālus meklējumus, kas saistīti ar jauno mediju iekļaušanu teātra mākslā.

PROGRESS VAI BRĪNUMS?

Dramaturģijas pētnieks Bils Bleiks (*Bill Blake*) saista diskusiju par digitālajām tehnoloģijām un teātri ar jautājumu par progresu ideju mākslā (Blake 2014, 6–10). Teātra vēsturē labi zināms, ka pretnostatījums starp teātra tradicionālo formu aizstāvjiem un laikmetīgā proponētājiem pastāv faktiski nepārtraukti, un tas iekļauj arī tehnoloģiju izmantojumu teātrī. Šādā kontekstā strīds par to, kas ir teātra māksla – pārdzīvojums, kuru tradicionāli mēdz raksturot ar vārdiem “brīnums”, “enerģiju apmaiņa”, “katarse” utt., vai racionāli veidots un skaidrojams darbs – iemieso pretējas laika orientācijas. Tehnoloģiskie skeptiķi tiecas atskatīties pagātnē



1. attēls. Uzaicinājums Latvijas Nacionālā teātra apmeklētājiem. 2021. gada 25. septembris. *Vitas Zelčes foto*

un orientējas uz pārlaicīgām vērtībām; tehnoloģiskie optimisti stingri balstās progresa idejā. Nav nejauši, ka tehnoloģiskais optimisms teātra vēsturē nereti ir saistīts ar aktīvu mākslinieku sociāli politisku pozīciju, kamēr tehnoloģiskie skeptiķi biežāk paļaujas uz rituālām un pirmsteatrālām (piemēram, stāstniecība) formām. Psiholoģiskais teātris šādā kontekstā ir specifisks, jo tas rodas izteiktā tehnoloģiskā optimisma kontekstā, izprotot cilvēka ķermeni un psihi kā racionāli kontrolējamu, pilnībā pārvaldāmu mehānismu, bet kā tēmu attīsta pārlaicīgās vērtības.

Digitālās tehnoloģijas šo dalījumu paspilgtina, jo tās ir neizbēgami saistītas ne tikai ar progresa ideju, sekulārismu un racionālismu, bet arī ar tādiem jēdzieniem kā “globāls”, “plurāls”, “iekļaujošs”, “pieejams”. Digitālo un nedigitālo mākslas formu pretnostatījums ir ne tik daudz estētiska, cik vērtību izvēle, pretējos svaru kausos liekot, piemēram, ekskluzivitāti un demokrātiskumu, nacionālo un internacionālo, orientēšanos uz iekšējo realitāti vai sabiedriskām normām utt.

Šādā kontekstā jāatgriežas arī pie jautājuma par teātri kā “dzīvu” mākslu. Ko mediatizētas kultūras kontekstā nozīmē “būt dzīvam”? Vai “dzīvums” ir pieejams tikai nepastarpinātai

pieredzei, vai arī tas iespējams digitāli (vismaz tajos gadījumos, kad digitālo vidi uztver kā sociālās vides paplašinājumu)? Teātrim minēto iemeslu dēļ šis ir neērts jautājums. Bleiks, piemēram, atsaucas uz 2010. gada *Royal National Theatre* veiktu pētījumu, kas pierādīja, ka teātra auditorijas digitālās platformās (tiešraides kino vai skatoties personiskajā datorā) ar izrādi veido pat ciešākas emocionālas saiknes nekā tie skatītāji, kas izrādes skatījās teātrī (Blake 2014, 2). Tādēļ atsaukšos uz intermediju formu pētnieku Čailu Katenbeltu (*Chiel Kattenbelt*), kurš par teātri intermediju kontekstā raksta: “Patiesā tikšanās starp izpildītājiem un skatītājiem teātra gadījumā ir balstīta uz dalītu un kolektīvu atbildību par iestudējumu, kas notiek. Būt klātesošam vienam otra labad – tas ir ētisks princips. Teātris tādējādi allaž notiek “te un tagad” un šādā nozīmē arī “tagad vai nekad.” (Kattenbelt 2018, 20)

Lai arī šai gadījumā Katenbelta uzmanības centrā nav specifiski digitālais teātris, bet gan teātris vispār, šāda “dzīvuma” definīcija šķiet labi piemērojama arī diskusijā par digitālām formām un maina sākotnējā jautājuma akcentus. Proti, jautājums nav, vai digitālas formas var piedāvāt īstu, autentisku teātra pieredzi, bet drīzāk, vai izpildītāji un auditorija paši nodrošina savu pilnvērtīgu klātbūtni digitālā izrādes formātā. Šis savukārt ir jautājums par digitālajām prasmēm, attieksmi pret tehnoloģijām un par teātra funkcijām – vai teātris ir, piemēram, izklaide, kurā skatītājam ir tiesības, bet nav pienākumu, vai sociāls, kulturāls, politisks utt. dialogs, kurā skatītājam ir pienākums noteiktā veidā līdzdarboties, būt līdzatbildīgam.

Līdzīgu domu, tikai atsaucoties uz teātra sociālo pagriezieni (*social turn*), attīsta arī Klēra Bišopa (*Claire Bishop*), runājot par digitālo teātri kā “atgriešanos pie sociālā, atgriešanos pie ilgstoša procesa, kas mēģina pārskatīt mākslas [funkcijas]” (Bishop 2012, 3). Pārfrazējot – digitālais teātris primāri ir teātris, kas veic sociālas funkcijas, darbojas kā medijs. (Ne velti liela daļa digitālā teātra pētnieku atsaucas uz Jirģenu Hābermāsu (*Jürgen Habermas*) un digitālo teātri interpretē kā publisku telpu. Jāatzīmē, ka viena no teātra vēsturiskajām funkcijām ir būt medijam, lai gan iepriekš aprakstīto iemeslu dēļ pamatplūsmas kultūrā 20. gadsimtā tā nav bijusi teātra primārā funkcija.)

DIGITĀLAIS TEĀTRIS LATVIJĀ

Kāda tad ir bijusi digitālā teātra ienākšanas pieredze Latvijā?

Vispirms jāatzīmē, ka laba daļa no Latvijas teātru “digitālā” piedāvājuma īstenībā nav digitāls teātris. JRT aktieru piedāvātie lasījumi un Dailes teātra “Jūsmotāji”, lai arī filmēti un ievietoti digitālās platformās, faktiski klasificējami kā radio teātris; teātra izrāžu ieraksti attiecas uz teātra historiogrāfiju; piedāvājumā dominē vides teātra un stāstniecības piemēri, vlogi, raidieraksti. Šādā kontekstā jāatzīmē, ka reakcija uz Covid-19 ierobežojumiem Latvijas teātros nav būtiski ietekmējusi izmantotās formas un estētiku, lai gan uzkrītoši, ka aizvadītajā sezonā par Latvijas teātra centrālo elementu izvirzījies teksts, elements, kas Rietumeiropas teātra kultūrā ir uzvērti marginalizēts, sākot ar 19. gadsimta otro pusi.

Turklāt jāņem vērā, ka piedāvātā digitālā teātra kvalitāte 2019. un 2020. gadā vērtējama kā vāja. Uz vispārējā fona izceļami vien atsevišķi piemēri, kad izrādes ne tikai apzināti veidotas digitālas (veidotas digitālai videi vai problematizē digitālos medijus), bet ir arī mākslinieciski vērā ņemamas – režisora Elmāra Seņkova “Irānas konference”, “Zoom” platformā organizēta izrāde, kuras tēma ir digitālo tehnoloģiju atsvešinošā daba; režisora Vladislava Nastavševa “Melnraksts”, kuras fokusā bija virtuālā realitāte kā telpa; “Kvadrifrona” telefonizrāde “Rolanda dziesma”, kas uzsvāru lika uz tehnoloģiju piedāvātajām interaktīvajām iespējām.

Interesantākie novērojumi par Latvijas teātru reakcijām uz Covid-19 ierobežojumiem saistāmi tieši ar izpratni par digitālajiem medijiem mākslā. Jākonstatē, ka digitālā teātra formas Latvijas teātra mākslinieki un skatītāji principā uztver kā izklaidi un kā nejaūšu, pārejošu parādību. Ņemot vērā, ka šobrīd auditorijai visās vecuma grupās ir vērā ņemama digitāla pieredze, acīmredzot teātris Latvijā netiek skatīts kontekstā ar laikmetīgo realitāti, bet drīzāk interpretēts kā vispārcilvēcisku vērtību paudējs (tehnoloģisko skeptiķu pozīcija). Šī raksta kontekstā neatbildams ir jautājums, kā teātra mākslinieki un auditorija uztver digitālās tehnoloģijas pašas, tomēr, spriežot pēc digitālajām izrādēm Latvijas teātros, teātra mākslinieku zināšanas un digitālās prasmes vērtējamas kā pieticīgas.

LITERATŪRA

- Aibela, L. (2020). “Jaunā normalitāte” Igaunijas teātrī. *kroders.lv*. 23. nov. Izgūts no: <https://www.kroders.lv/par-teatri/1528>
- Auslander, P. (2008). *Liveness: Performance in a Mediatized Culture*. London; New York: Routledge.
- Bishop, C. (2012). *Artificial Hells: Participatory Art and the Politics of Spectatorship*. London; New York: Verso.
- Blake, B. (2014). *Theatre @ The Digital*. New York: Palgrave Macmillan.
- Dixon, S. (2007). *Digital Performance: A History of New Media in Theatre, Dance, Performance Art, and Installation*. Cambridge; London: The MIT Press.
- Kattenbelt, C. (2018). Intermedial Theatre in a Mediatized Culture and Society. In: Arfara, K., Mancewicz, A., Remshardt, R. (eds). (2018). *Intermedial Performance and Politics in the Public Sphere*. New York: Palgrave Macmillan, pp. 15–26.
- Linka, A. (2020). Trauksmes līmenis ir augsts. *kroders.lv*. 22. dec. Izgūts no: <https://www.kroders.lv/viedokli/1542>
- Steibliete, K. (2020). Gaidot atgriešanos pie normālā. *kroders.lv*. 8. dec. Izgūts no: <https://www.kroders.lv/par-teatri/1536>



HUMORS MEDIJU EKOLOGIJĀ KRĪZES APSTĀKĻOS

Marita Zitmane

Spriežot pēc anekdošu daudzuma, tik jautru pandēmiju
pasaule vēl nekad nav piedzīvojusi.
(IR, 2020, 26. marts–1. apr.)

Ja kādreiz mūsu dzīvē būtu bijis laiks, kad mums lieti noderētu kārtīgi izsmieties, tas droši vien ir tagad. 2020. gadā mediju ziņu virsraksti kļuva arvien drūmāki, Covid-19 pandēmijai progresējot (Chiodo *et al.* 2020, 763). Līdzīgi kā citas radošās industrijas, arī humora izklaides industrija saskārās ar pandēmijas noteiktajiem ierobežojumiem un meklēja jaunus pašizpaušmes ceļus, pārejot uz digitālo vidi un komiķiem izmēģinot spēkus jaunos žanros. Tomēr humora klātbūtne ir bijusi neatņemama Covid-19 pandēmijas piedzīvošanas daļa, cilvēkiem jokojoties, daloties ar memem savu sociālo mediju profilos un “WhatsApp” ziņapmaiņas grupās (Delfi 2020). Humors kalpoja kā sava veida grūtību pārvarēšanas mehānisms – mēs varam un spējam par šo pasmieties.

Pandēmijās diktētā ārkārtas situācija un tās noteiktie sociālie ierobežojumi ietekmēja cilvēku psiholoģisko labsajūtu un kopības izjūtu. Nav šaubu, ka pandēmijai ir bijusi liela ietekme uz iedzīvotāju garīgo veselību (Al-Mahadin 2020, 45). Humoram ir liels potenciāls palīdzēt cilvēkiem, jo tas spēj mazināt spriedzi un atslābināt nospriegotos nervus. Humors ir visiem saprotama un pieejama pieredze, kas atvieglo tikšanu galā (*coping*), sociālo koordināciju un labsajūtu. Definējot humors ir psiholoģiskais stāvoklis, ko raksturo apziņa, ka kaut kas ir

smieklīgs; pozitīvas izklaides emocijas; un tieksme smieties (Gervais, Wilson 2005; Martin 2007; Veatch 1998). Humors ir gan visuresošs, gan svarīgs, tas veicina labjūti, atvieglo dažādus psiholoģiskos un sociālos pārvarēšanas mehānismus, izlīdzina sociālās attiecības, piesaista uzmanību, kā arī ietekmē patēriņu un attiecību izvēles (Keltner, Bonanno 1997; Martin 2007).

Humors rodas ne tikai pozitīvās, bet arī negatīvās situācijās, apjaušot skumjus un pat traģiskus notikumus. Cilvēka spēja uzņemt sāpju avotu un pārveidot to par baudas avotu ir psiholoģiskās imūnsistēmas veselības kritiska iezīme (Gross 2008). Humors psiholoģiski palīdz cilvēkiem tikt galā gan ar nelielām sūdzībām, gan ar nopietnākām traģēdijām un zaudējumiem. Tā teorija nosaka, ka humors rodas, ja kaut kas, kas apdraud cilvēka labklājību, identitāti vai normatīvo uzskatu struktūru, vienlaikus šķiet arī labs, drošs vai pieņemams. Humors izmanto draudus, bīstamību un sāpes, bet to līmenim ir jābūt ļoti samērīgam (McGraw *et al.* 2014, 566). Tiešas norādes par nāvi nevienam neliksies smieklīgas.

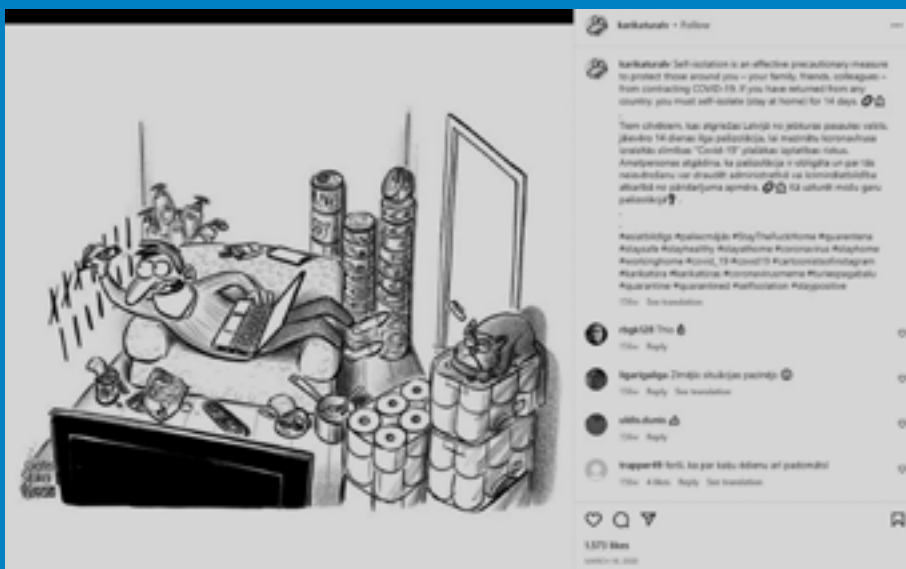
Humors ir svarīga psiholoģiska reakcija, kas atvieglo problēmu pārvarēšanu, sociālo koordināciju un tiekšanos pēc laimes. Traģiskos notikumos un situācijās humors var būt efektīvs traumas pārvarēšanas rīks, taču ne vienmēr ir viegli vai pareizi jokot traģēdijas tiešā tuvumā. Pētījumi liecina, laika distance padara iespējamās humoristiskas atbildes uz traģisko pieredzi (McGraw *et al.* 14, 567). Distance (gan laika, gan telpas ziņā) palīdz traģēdiju pārveidot par komēdiju. Lai gan lielākā daļa valdošo humora teoriju tieši neuzsver psiholoģiskās distances lomu, dažas norāda, ka distance palielina un pastiprina humoru (McGraw *et al.* 2012, 1216). Pateicoties tam, ka samazina draudu tuvumu, distance atvieglo jokošanos par traģēdiju. Distance samazina draudus, palīdzot traģēdiju pārveidot par komēdiju, bet, ja distance ir ļoti liela un izteikta, tā var "pieradināt" komēdiju – tā var šķist parasta un pazīstama situācija, un tāpēc arī neinteresanta (McGraw *et al.* 2014, 567). Tātad distance var darboties arī pretēji – mazināt humoru. Pētījumi rāda, ka psiholoģiskajai distancei ir tendence mazināt humoristiskas reakcijas uz viegli aversīvām situācijām. Tas nozīmē, ka joks par cilvēka notriekšanu ar automašīnu liktos smieklīgs, ja tas stāstītu par notikumu, kas noritēja pirms pieciem gadiem, nekā tad, ja tas būtu noticis vakar, tajā pašā laikā, pirksta sagriešana būtu humoristiskāka, ja tā notiktu vakar, nekā tad, ja tā notiktu pirms pieciem gadiem (McGraw *et al.* 2014, 567). Protams, Covid-19 izraisītā pandēmija nav viegli aversīva situācija. Bet, ja mēs sekojam iepriekš izklāstītajai loģikai, smieties par saslimšanu ar Covid-19 varēsim pēc pieciem gadiem, bet jau tagad varam smieties par attālinātā darba un skolas gaitu grūtībām.

Medijiem vienmēr ir bijusi nozīmīga loma epidēmiju laikā, īpaši jaunu sociālo nozīmju meklējumos, kā arī cenšoties rast atbildes uz jaunajiem izaicinājumiem. Mediji funkcionē kā spogulis, kurā var gan atpazīt, gan attēlot emocionālo noskaņojumu (Vicari, Murru 2020). Medijos varam rast noderīgu informāciju jaunu naratīvu veidošanā traģēdiju normalizēšanai (Wald 2008). Humors medijos ļauj indivīdiem tikt galā ar satraucošo un negatīvo, izmantojot jau atpazīstamus sižetus jaunās realitātes pasniegšanā.

Analīze par Covid-19 pandēmijas atveidojumiem humorā fokusēsies uz 2020. gadā izsludinātās ārkārtējās situācijas laika ietvaru – no 13. marta līdz 10. jūnijam un no 9. novembra līdz



1. attēls. Covid-19 pandēmijas realitātei veltītā karikatūra "Instagram" kontā @karikaturalv. Ekrānizgriezums



2. attēls. Covid-19 pandēmijas realitātei veltītā karikatūra "Instagram" kontā @karikaturalv. Ekrānizgriezums

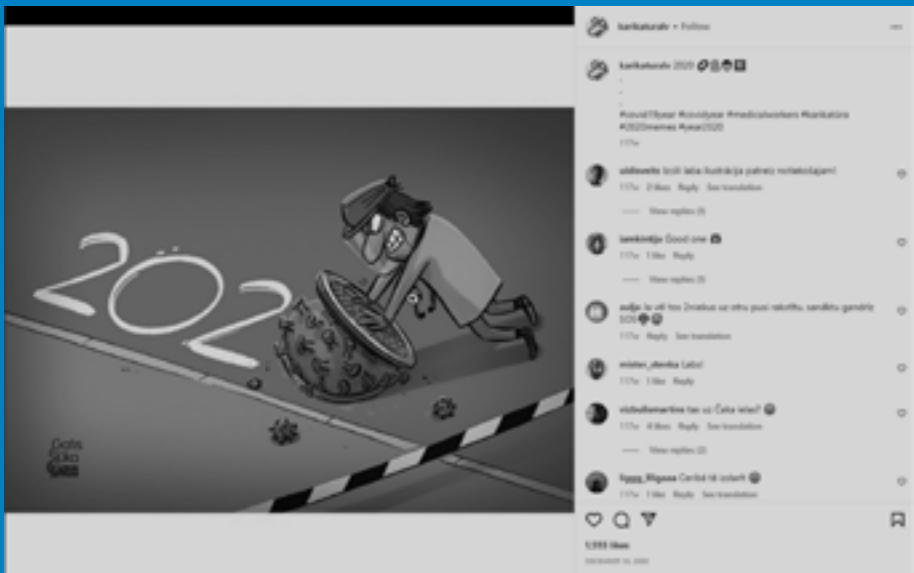
31. decembrim, kas iezīmē projektā pieteiktā laika ietvara 2020. gada beigas. Analīzei izvēlēti divi piemērgadījumi – karikatūras un anekdotes. Kā karikatūru avots izmantota starptautisku atpazīstamību guvušā karikatūrista Gata Šļukas (Karikatura.lv 2020) daiļrade sociālajā tīklā “Instagram” kontā @karikaturalv. Anekdotes analizētas žurnālā “IR” anekdošu rubrikā.

Minētajā laikposmā @karikaturalv publicētas 53 karikatūras, kas smejas par dažādām ar Covid-19 pandēmiju saistītajām tēmām. Jokots tiek par plašu tēmu skaitu, visbiežāk ar karikatūrām reaģējot uz aktuālajiem notikumiem. Dažās karikatūrās Covid-19 pandēmija ir izmantota, lai ilustrētu ar to nesaistītu aktualitāti, kā, piemēram, Rīgas Domes vēlēšanas (@karikaturalv 2020a), ērcu izplatību (@karikaturalv 2020b) un lāču skaita pieaugumu (@karikaturalv 2020c). Šajās karikatūrās var novērot jaunās realitātes normalizācijas procesu. Ieliekot jauno, nezināmo, satraucošo jau atpazīstamā un zināmā kontekstā, mēs to normalizējam, padarām mazāk biedējošu. Jokojot par to, ka ērces neuzklups cilvēkam, bet izvēliesies par savu barības avotu mājdzīvnieku, jo baidīsies saķert Covid-19, vai arī ka lāči mūk no Krievijas, kur ir augstāka Covid-19 vīrusa izplatība, uz Latviju, ir biedējošās un satraucošās realitātes normalizācijas process.

Karikatūrās visvairāk apsmaidītas ar ekonomiku (attālinātā darba ietekme uz uzņēmējdarbību, valsts finanses, uzņēmējdarbības veiksmes un neveiksmes) un Covid-19 saistītās tēmas, kā arī tēmas par jaunajiem Covid-19 noteikumiem un to ievērošanu (sociālā distance, distancēta iepirkšanās, skolas apmeklēšana, eksāmenu kārtošana). Mazāk, bet vairākas reizes jokots par Covid-19 mājas dzīvi un realitāti (attālinātais darbs un mācīšanās mājās) un svētku svinēšanu. Kopumā šīs tēmas ir Covid-19 kā sociāla fenomena pieredze, tā nav slimība, slimības pārvarēšana, bet gan mūsu pieredze par pandēmijas radītajām ekonomiskajām un sociālajām grūtībām. Humorā netiek runāts arī par emocionālajām pieredzēm un psiholoģiskajām problēmām. Humors nepievēršas dzīves drūmākajām pieredzēm, bet gan moži smaida par mūsu ikdienas grūtībām.

Par nāvi, to arī tradicionāli ilustrējot kā melnā apmetnī tērptu skeletu, kas rokās tur izkapti, ir jokots vienu reizi (@karikaturalv 2020d). Nāve un miršana ir apsmaidīta Covid-19 pandēmijas noteikto ierobežojumu ietvarā – nav ieteicams socializēties ar māsasaimniecībai nepieerošajām personām, šajā gadījumā nāvi. Kopumā melnais jeb karātavu humors (joki, ironija un humoristiskas piezīmes par biedējošām tēmām, piemēram, cīņu ar nāvi) ir pieņemams, bet ar tā izmantošanu ir jāuzmanās. Dažiem karātavu humors ir pārvarēšanas mehānisms, kas var saliedēt. Tomēr šāda veida humors var attēlot situāciju daudz drūmāku, nekā tā ir patiesībā (Chiodo *et al.* 2020, 764). Melnais jeb karātavu humors analizētajās karikatūrās netiek izmantots, karikatūras drīzāk veic humora kā spriedzes mazināšanas funkciju, izceļot Covid-19 izraisīto situāciju absurdumu.

Analīzei izvēlētas žurnālā “IR” publicētās anekdotes iepriekš norādītajā laika ietvarā. Veicot anekdošu kontentanalīzi, jāsecina, ka pandēmijas pirmā viļņa laikā Covid-19 iedvesmotie joki tika publicēti daudz biežāk nekā pandēmijas otrajā vilnī. 2020. gada pavasarī vairākos žurnālos sadaļā “Viss kaut kas – anekdotes” visi joki bija veltīti Covid-19 tematikai: 26. marta–1. aprīļa numura 55. lpp.; 9.–15. aprīļa numura 54. lpp.; 23.–29. aprīļa numura



3. attēls. Covid-19 pandēmijas realitātei veltītā karikatūra "Instagram" kontā @karikaturalv. Ekrānizgriezums



4. attēls. Covid-19 pandēmijas realitātei veltītā karikatūra "Instagram" kontā @karikaturalv. Ekrānizgriezums

54. lpp.; 30. aprīļa–6. maija numura 54. lpp. Savukārt rudens–ziemas ārkārtējās situācijas laikā Covid-19 joki samazinās proporcionāli attiecībā pret citiem jokiem. Tomēr nav neviena žurnāla numura, kurā nebūtu vismaz vienas anekdotes par Covid-19. Šis izmaiņas arī var skaidrot ar distanci un sekojošo distances trūkumu. Pandēmijas pirmajā posmā, lai arī tika izsludināta ārkārtējā situācija, saslimšanas rādītāji bija zemi, ierobežojumi – samērā nelieli. Covid-19 notika ar kādu citu, nevis ar mums. Tāpēc arī nepiespiesti varējām jokoties par pandēmiju. Savukārt rudenī un ziemā, saslimšanas rādītājiem pieaugot un ierobežojumiem kļūstot stingrākiem, spēja par to pajokot mazinājās, jo mazinājās arī distance. Pandēmiju un tās ietekmi pieredzējām daudz tiešāk un izteiktāk.

Mainās ne tikai joku skaitliskā dinamika, bet arī temati. Pandēmijas pirmajā vilnī jokoja par pandēmijas izraisīto paniku – veikalu izpirkšanu, pārspīlētu piesardzību, kā izsargāties no vīrusa, reakciju uz svešinieku šķāvām un kāšēšanu. Savukārt rudens–ziemas sezonā parādās joki par konspirācijas teorijām, dezinformāciju, kā arī vakcīnu pret Covid-19. Nezūdošas Covid-19 joku tēmas ir karantīna un pašizolācija, palikšana mājās un pandēmijas sociālās, ekonomiskās un politiskās sekas. Minētās tēmas skaitliski ir arī tās, par kurām ir jokots visvairāk. Atšķirībā no karikatūru piemēriem anekdotēs joko arī par personiskām un negatīvām pieredzēm. Tādi ir, piemēram, joki par liekā svara iegūšanu un par attiecībām ar ģimenes locekļiem, paliekot mājās. Anekdotes jokoja arī par pandēmijas ietekmi uz cilvēku garīgo veselību: *“Atrodoties pašizolācijā, vislabāk klājās tiem, kam ir personības dalīšanās: bija ar ko parunāt”* (lr 2020b, 54).

Anekdotes ietver plašāku tēmu klāstu un neatturas jokot arī par traumatiskajām pieredzēm, zināmā mērā paplašinot sabiedrību vienojošo pieredzi. Mūs vieno ne tikai tas, ka ir jāpaliek mājās, jāmacās un jāstrādā attālināti, ka nevaram apmeklēt teātri un sporta zāles, bet arī trauksme, miega traucējumi un vientulība. Joki par cilvēku garīgo veselību, no vienas puses, var šķist neiejūtīgi, bet, no otras puses, tie mazina spriedzi un noņem šai tēmai uzlikto tabu.

Arī par nāvi anekdotes joko daudz tiešāk, pat nesaudzīgāk, iezīmējot, ka pandēmija nav tikai mājās sēdēšana vai 2 m distances ievērošana, bet reāli draudi cilvēku veselībai un dzīvībai: *“Nekāda koronavīrusa nav!” teica vieglprātīgais Andris. “Nekāda Andra vairs nav!” pēc mēneša teica koronavīruss.”* (lr 2020c, 54) Šis ir joks, kas vistiešāk runā par nāvi, par vīrusa bīstamību. Tas ir tiešs, nesaudzīgs un skarbs brīdinājums. Tomēr citas anekdotes, kas tā vai citādi apspēlē nāves tēmu pandēmijas ietvarā, ir žēlsirdīgas un nāvi pasniedz kā drīzāk maz ticamu un smieklīgu iespējamību.

Pandēmijas humors drīzāk ir par to, cik nepanesami ir mūsu ģimenes locekļi, cik grūti ir skolot bērnu un vienlaikus strādāt, cik amizants ir maskas valkāšanas radīts iedegums un ka piegādes kurjers pēkšņi ir iekārojama profesija. Jau veiktie pētījumi par Covid-19 un humoru uzsver, ka joki sniedz cilvēkiem publisku un rotaļīgu kopības izjūtu par atrašanos vienā laivā (Vicari, Murru 2020). Humora teorijas norāda, ka traģēdijas pārveidošana par komēdiju prasa laiku. Ļoti iespējams, ka no visas sirds par pandēmiju pasmieties mēs varēsim tikai nākamajās desmitgadēs.

LITERATŪRA

- @karikaturalv (2020a). Instagram. 10. jūn. Izgūts no: <https://www.instagram.com/p/CBQZOENgOfO/>
- @karikaturalv (2020b). Instagram. 26. maijs. Izgūts no: https://www.instagram.com/p/CApjIc_Aear/
- @karikaturalv (2020c). Instagram. 11. maijs. Izgūts no: <https://www.instagram.com/p/CACZaacApg1/>
- @karikaturalv (2020d). Instagram. 13. nov. Izgūts no: <https://www.instagram.com/p/CHhzb9A8nV/>
- Al-Mahadin, S. (2020). Laughing It Off: Coronavirus Superspreaders, Anxiety, and Fear in Jordan and Australia. *Psychological Trauma: Theory, Research, Practice, and Policy*, 12(S1), S45–S46. DOI: 10.1037/tra0000630
- Chiodo, C., Broughton, K., Michalski, M. (2020). Caution: Wit and Humor During the COVID-19 Pandemic. *Foot & Ankle International*, 41(6), 763–764. DOI: 10.1177/1071100720923651
- Delfi (2020). Liela daļa no mājām iznāks resnāki – asprāši soctiklos spriež par ārkārtas situāciju valstī. *Delfi.lv*. 16. marts. Izgūts no: <https://www.delfi.lv/izklaide/divaina-pasaule/sensacijas/liela-dala-no-majam-iznaks-esnaki-asprasi-soctiklos-spriez-par-arkartas-situaciju-valsti.d?id=51969159>
- Gervais, M., Wilson, D. S. (2005). The Evolution and Functions of Laughter and Humor: A Synthetic Approach. *Quarterly Review of Biology*, 80, 395–430. DOI: 10.1086/498281
- Gross, J. J. (2008). Emotion Regulation. In: Lewis, M., Haviland-Jones, J., Barrett, L. (eds). *Handbook of Emotions*. 3rd ed. New York, London: The Guilford Press, pp. 497–512.
- IR (2020a). Viss kaut kas – anekdotes. *IR*, 26. marts–1. apr., 55. lpp.
- IR (2020b). Viss kaut kas – anekdotes. *IR*, 28. maijs–3. jūn., 54. lpp.
- IR (2020c). Viss kaut kas – anekdotes. *IR*, 9.–15. apr., 54. lpp.
- [Karikatura.lv](https://www.karikatura.lv) (2020). *Par mani*. Izgūts no: <https://karikatura.lv/par-mani/>
- Keltner, D., Bonanno, G. A. (1997). A Study of Laughter and Dissociation: Distinct Correlates of Laughter and Smiling During Bereavement. *Journal of Personality and Social Psychology*, 73, 687–702. DOI: 10.1037/0022-3514.73.4.687
- Martin, R. A. (2007). *The Psychology of Humor: An Integrative Approach*. Burlington, MA: Elsevier Academic Press.
- McGraw, P., Warren, C., Williams, L., Leonard, B. (2012). Too Close for Comfort, or Too Far to Care? Finding Humor in Distant Tragedies and Close Mishaps. *Psychological Science*, 23(10), 1215–1223. DOI: 10.1177/0956797612443831
- McGraw, P., Williams, L., Warren, C. (2014). The Rise and Fall of Humor: Psychological Distance Modulates Humorous Responses to Tragedy. *Social Psychological and Personality Science*, 5(5), 566–572. DOI: 10.1177/1948550613515006
- Veatch, T. C. (1998). A Theory of Humor. *Humor: International Journal of Humor Research*, 11, 161–215. DOI: 10.1515/humr.1998.11.2.161
- Vicari, S., Murru, Maria F. (2020). One Platform, a Thousand Worlds: On Twitter Irony in the Early Response to the COVID-19 Pandemic in Italy. *Social Media+ Society*. July–September, 1–4. DOI: 10.1177/2056305120948254



MĀJDZĪVNIIEKU LOMA ĀRKĀRTĒJĀS SITUĀCIJAS LAIKĀ

Raivis Vilūns

Jaunā koronavīrusa izraisītās pandēmijas pirmais vilnis lika Latvijas valdībai izsludināt ārkārtējo situāciju, kuras laikā iedzīvotājus aicināja pēc iespējas vairāk uzturēties mājās, strādāt ārpus darba telpām, neapmeklēt publiskas vietas un izolēties no sabiedrības. Tādējādi radās savdabīga privātās un publiskās (vai profesionālās) dzīves saplūšana. Īpaši interesanta bija mājdzīvnieku ienākšana šajā publiskajā telpā. Piemēram, sociālo tīklu lietotāji ārkārtējās situācijas laikā, izrādot mājdzīvnieku attēlus un publicējot to ikdienas aprakstus, iesaistījās kopību radošās aktivitātēs, kas varēja mazināt vientulību. Tādējādi dzīvnieki nevilšus ieguva jaunu komunikācijas ierosināšanas funkciju. Savukārt ziņu un izklaides medijos, kur dzīvniekiem regulāri tiek piedēvētas konkrētas lomas, būtisku izmaiņu nebija.

MĀJDZĪVNIIEKA LOMA

Dzīvnieki ir ilgstoši ieņēmuši svarīgu lomu cilvēku dzīvē – kā pārtika, palīgi, sargi, sabiedrotie, padotie, aksesuāri un upuri. 2020. gadā globālās pandēmijas laikā mājdzīvnieku lomas svarīgums pieauga un tie ieguva jaunas funkcijas. Piemēram, dažās pasaules vietās smagākajā vīrusa uzliesmojuma brīdī viens no retajiem iemesliem, kādēļ persona drīkstēja pamest dzīvesvietu, bija, lai izvestu pastaigā suni. Tāpat arī dzīvnieki tika aktīvāk iesaistīti publiskajā dzīvē, jo tie bieži vien apzināti vai neapzināti nokļuva videokameru priekšā (Vincent *et al.* 2020). Dzīvnieki gluži kā cilvēki un tehnoloģijas, gan digitālas, gan analogas, ir daļa no

mediju ekoloģijas cikla (Berland 2019). Un, lai gan dzīvnieki vēstījumos iekļauti jau aizvēsturē ar alu sienu zīmējumiem, mūsdienās sevišķi spilgti tas parādās saistībā ar sociālajiem tīkliem, kuros mājdzīvnieku izrādīšana, iekļaušana dažādos humora vēstījumos un informācijas nodošanas centienos, ir ierasta prakse (Dynel 2016; Thibault, Marino 2018). Pētniece Džodija Berlande (*Jody Berland*) no Jorkas Universitātes izmanto komunikācijas zinātnes klasiķa Māršala Maklūena (*Marshall McLuhan*) labi zināmo ideju par mediju kā vēstījumu, attiecinot to uz dzīvniekiem (Berland 2017). Viņa uzskata, ka arī tie var nest ziņojumu un ietekmēt tā uztveri. Kā piemēru pētniece min suņa īpašnieku, kura attiecības ar vietu, ko viņš apdzīvo, un citiem cilvēkiem ir dzīvnieka ietekmētas. “[...] suns ir svarīgs komunikācijas medijs, un to pierāda fakts, ka (satiekot citus suņu īpašniekus), jūs drīzāk zināsiet suņa, nevis personas, kas tur pavadu, vārdu,” raksta pētniece. Līdzīgi viņa norāda uz tiešsaistes saziņu, kur cilvēki caur kaķu vai citu dzīvnieku attēliem dalās ar, piemēram, politisku informāciju, tādējādi padarot kaķi par mediju vai papildu nozīmes nesēju.

Lai gan dati par mājdzīvnieku ietekmi uz vientulību nav viennozīmīgi, jo bieži vien neuzrāda būtisku atšķirību vidējos labsajūtas rādītājos starp tiem, kuriem ir mājdzīvnieki un kuriem to nav (Steed *et al.* 2007), ir pētījumi, kas liecina, ka cilvēki ar mājdzīvniekiem retāk sevi uzskata par vientuļiem (Stanley *et al.* 2014). 2020. gadā veikts pētījums par cilvēkiem vecuma grupā virs 65 gadiem liecina, ka suņu īpašnieki retāk izjūt sociālo atstumtību un vientulību (Hajek, König 2020). Pētnieki norāda, ka šim atklājumam pagaidām nav neapstrīdama skaidrojuma, taču min, ka, iespējams, suņa fiziskās vajadzības samazina vientulības izjūtu, jo cilvēks ir spiests pamest māju. Tāpat, iespējams, tiek satikti citi suņu saimnieki un dzīvnieki. Tādējādi suņa funkcija padara to par mediju, kas ne tikai nodod informāciju vienā virzienā, bet ļauj sazināties ar apkārtējo pasauli.

Šajā mediju ekoloģijas pētījumā uzmanība tika veltīta mājdzīvnieku lomām digitālo un tradicionālo mediju tehnoloģijām mediētājā telpā ārkārtējās situācijas laikā 2020. gada pavasarī.

MEDIATIZĒTAIS MĀJDZĪVNIEKS SOCIĀLAJOS MEDIJOS

Pandēmijas laikā dzīvnieki nokļuva uzmanības lokā gan pateicoties to saimniekiem, gan vispārējai neziņai par jauno koronavīrusu, jo bija strīdīga informācija par to, vai dzīvnieki var inficēties un to pārnēsāt. Tāpat arī mājdzīvnieki biežāk iesaistījās savu saimnieku publikajā dzīvē, precīzāk – saimnieki izvēlējās mājdzīvniekus tajā iesaistīt. Lai noskaidrotu, kādu lomu mājdzīvnieki ieņēma ārkārtējās situācijas laikā Latvijas informācijas telpā, tika analizēts medijos publicētais saturs, kā arī sociālo tīklu lietotāju veidotie ieraksti.

Pētījumā analizēti mikroblogošanas vietnē “*Twitter*” publicētie materiāli. Šajā vietnē lietotāji aktīvi dalās gan ar īsiem notikumu aprakstiem, gan attēliem, gan pārdomām. Piemēram, vietnes lietotāja @*Spigana*, kura arī pirms un pēc ārkārtējās situācijas daudz sava sociāla tīklu satura velta mājdzīvniekiem, piedāvāja ārkārtējās situācijas laikā veidot ierakstus, kur



1. attēls. Tvīts par suņa klātbūtni darba sapulcē. Ekrānizgriezums



2. attēls. Tvīts par īstu "darbagaldu". Ekrānizgriezums

mājdzīvnieka sugu vai vārdu aizvieto ar "kolēģis". Tādējādi tika radīta virkne humoristiska veida ierakstu.

Mans kolēģis regulāri mani baksta ar degunu, jo grib, lai pajāju viņu.
[Twitter.com/@Spigana](https://twitter.com/Spigana) 19.03.2020.

Uz sākotnējo aicinājumu atsaucās virkne "Twitter" lietotāju, un šajā sarakstē tika publicēti 159 ieraksti par mājdzīvniekiem kā kolēģiem. Lietotāji minētajam aicinājumam izmantoja "patīk" funkcionalitāti 239 reizes, kā arī dalījās ar, viņuprāt, interesantākajiem un humoristiskākajiem ierakstiem. Lai arī šāda veida ierakstiem nav izglītojošas vai informatīvas vērtības, iespējams, ka ārkārtējās situācijas laikā, kad daudzi cilvēki cieta no izolācijas radītām sekām (Ratschen *et al.* 2020), arī izklaidējošā dimensija ir būtiska psiholoģisko šķēršļu pārvarēšanā. Šajos ierakstos mājdzīvnieks tiek attēlots kā kolēģis, precīzāk – **izklaidētājs** un **sabiedrotais**. Ar vārdu "kolēģis" netieši tiek apzīmēts, ka saimnieka un dzīvnieka ikdiena nu ir kļuvusi līdzīga – ja iepriekš cilvēki pameta mājas, devās uz darbu, veikalu, kino, tad izolācijas laikā, kad tādu iespēju nav un gan darba, gan izklaides vieta ir mājās, notiek zināma cilvēka un mājdzīvnieka dzīves vienādošanās. Taču vienlaikus, protams, mājdzīvnieks kalpo arī kā vēl viens izklaides avots. Tāpat šādā veidā dzīvniekiem tiek piešķirtas papildu nozīmes. Viņi netiešā veidā caur humoru tiek tuvināti cilvēkiem, jo viņiem tiek piedēvētas cilvēciskas īpašības.

Līdzīgu aktivitāti minētajiem aprakstiem vietnē “Twitter” ierosināja arī mūziķis Ralfs Eilands ar tekstu:

“Aizguvu ideju no ārzemju tvītotājiem. Nofocē un publicē šinī tvītu saitē bildes, kurās redzams cik laimīgs jūtas Tavs mājdzīvnieks, ka beidzot esi visu laiku ar viņu mājās! Karloss tiek lutināts uz nebēdu!”

@ralfseilands, 18.03.2020.

Ierakstam pievienots attēls ar mūziķa kaķi. Zem viņa ieraksta publicēti 159 atsevišķi citu lietotāju komentāri un ieraksti – vairākums no tiem attēli ar šo cilvēku mājdzīvniekiem. Ieraksts ar “patīk” atzīmēts 407 reizes.

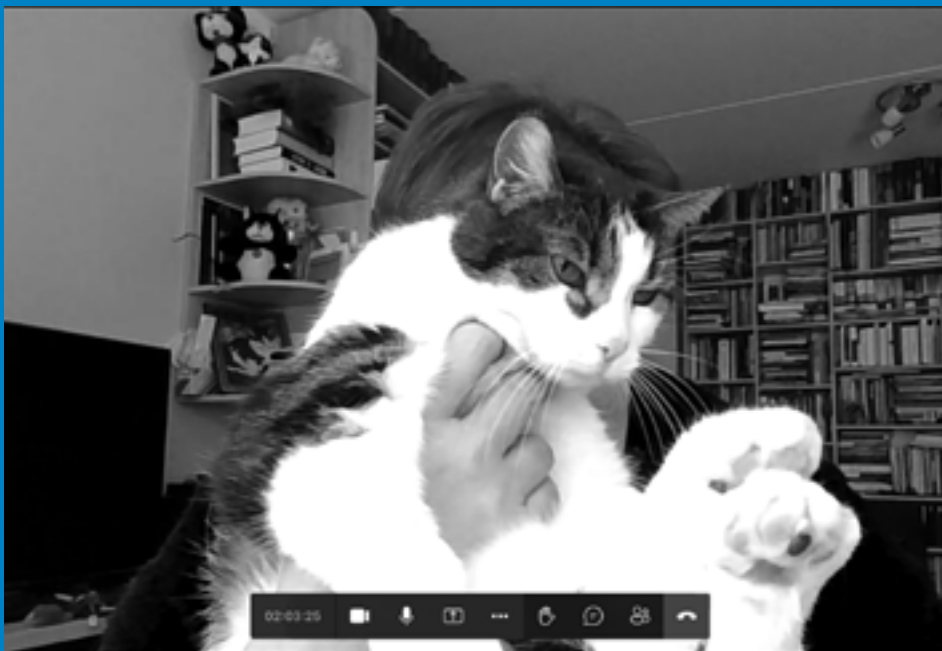
Jāpiemin, ka vietnē “Twitter”, izmantojot meklēšanu ar atslēgas vārdu “mājdzīvnieki”, tika atrasta virkne diskusiju par to, vai mājdzīvnieki var pārnēsāt cilvēkiem bīstamo vīrusu. Lietotāji dalījās ar pieņēmumiem, aizdomām, nepārbaudītiem faktiem, kā arī zinātnieku skaidrojumiem.

Vienlaikus minētie piemēri atklāj, ka mājdzīvnieks, precīzāk, mājdzīvnieka attēls vai video ieraksts, ārkārtējās situācijas laikā ieguva **jaunu funkciju**. Tie kļuva par komunikācijas ierosinātājiem. Līdzīgi kā jau minētā Dž. Berlande raksta par fizisko pasauli, arī digitālajā telpā mediētais dzīvnieks var ietekmēt saziņu. Dalīšanās ar attēliem vai stāstiem par mājdzīvniekiem kļuva par veidu, kā cilvēkiem komunicēt. Tie kalpoja gan par tālākas sarunas ierosinātāju, gan arī par pašu sarunu, kurā cilvēki apmainās ar attēliem un izklaidējošiem stāstiem. Tādējādi, iespējams, vientuļība, ko radīja izolācija, tika vismaz daļēji kompensēta ar sociālo tīklu sarunām un aktivitātēm.

MEDIĒTAIS MĀJDZĪVNIEKS IZKLAIDES UN ZIŅU MEDIJOS

Savukārt ziņu un izklaides mediju analīzei izvēlēts pēc tirāžas lielākais latviešu valodā iznākošais laikraksts “Diena” un pēc apmeklētāju datiem populārākais interneta ziņu portāls “Delfi.lv”. Tāpat arī tika lietots “Google” meklētājs, lai, izmantojot atslēgvārdus, atrastu mediju saturu, kas veltīts pandēmijai un mājdzīvniekiem.

Laikraksta “Diena” interneta vietnē “Diena.lv”, kur tiek publicēti arī faktiski visi laikraksta materiāli, ārkārtējās situācijas periodā ar atslēgas vārdu “dzīvnieki” parādījās 25 raksti. Un piecos no tiem bija pieminēta pandēmija, ārkārtējā situācija vai vīruss. Savukārt portāla “Delfi.lv” sadaļas “Mans draugs” pārlūkošanā tika atrasti 44 ieraksti. Arī “Delfi.lv” sadaļā konstatēti pieci ieraksti, kas tiešā vai netiešā veidā piemin ārkārtas situāciju. Trīs no tiem informē par zoodārzu un dabas taku darbošanos pandēmijas laikā, kamēr divi pievēršas tieši mājdzīvniekiem. Trīs no “Diena.lv” rakstiem bija žurnalistes Teklas Šaiteres viedokļu slejas vai arī veterinārārstu skaidrojumi, ko pandēmija nozīmē mājdzīvniekiem. Analīze liecina, ka sadaļā pārsvarā parādās raksti par cilvēku dzīvi ar mājdzīvniekiem, padomi un sludinājumi par



3. attēls. Kaķe Ala grāmatas “Latvijas mediju ekoloģija 2020. gada pandēmijas krīzē” izdošanas apspriedes laikā. *Ekrānizgriezums*

mājdzīvniekiem, kuri meklē mājas. Tādēļ pandēmija būtiski neietekmēja šo sadaļu, jo ierastajos vēstījumos vīruss būtiskas izmaiņas neradīja. Taču jautājumā par dzīvnieku lomu ārkārtējās situācijas laikā interesants ir raksts “Konsultē veterinārārsts: Covid-19 un dzīvnieki” (Meiere 2020). Šo rakstu sagatavoja veterinārārste. Tajā tiek skaidrots, vai dzīvnieki var saslimt ar jauno koronavīrusu un nodot to cilvēkiem. Līdzīgs materiāls parādījās 2. aprīļa TV3 raidījumā “Bez Tabu”. Materiāls faktiski tika veidots no divām daļām. Pirmā puse bija izklaides medijiem ierastais stāsts par slavenību un viņu mājdzīvnieku (Viluns 2018). Šoreiz uzmanība tika veltīta mūziķim Reinim Sējānam, viņa dzīvesbiedrei un pāra suņiem. Kamēr otrā daļa bija līdzīga laikraksta “Diena” materiālam, kur veterinārmedicīnas profesionālis dalījās ar aktuālāko informāciju par to, vai šis vīruss var skart mājdzīvniekus. Līdzīgs raksts arī parādās žurnālā “Astes” ar virsrakstu: “Mājdzīvnieki un koronavīruss – kas tev par to jāzina” (Piļķa-Karaļeviča 2020). Tāds pats raksts ticis publicēts arī Latvijas valsts oficiālā izdevuma “Latvijas Vēstnesis” interneta vietnē “LV portāls”. Līdzīgi materiāli izskanēja arī LTV un TV3 ziņu izlaidumos, pēc tam kad ārzemju ziņās bija atstāstīti gadījumi par iespējamu mājdzīvnieku inficēšanos ar vīrusu. “Delfi.lv” divi raksti vēstīja par iespēju apmeklēt veterinārklīniku ārkārtējās situācijas laikā un par to, vai mājdzīvnieki var sasirt ar Covid-19.

Kopumā šie materiāli, ja salīdzina ar pirms un pēc ārkārtējās situācijas laiku, būtiski neatšķirās. Proti, kā apliecina portālu “[Diena.lv](#)” un “[Delfi.lv](#)” satura analīze, vairākums rakstu saglabāja gan ierasto vēstījuma stilu un formu, gan saturu. Tomēr parādās vairākas lomas, ko mediji piešķir dzīvniekiem – dažas no tām, iespējams, aktuālas tikai ārkārtējās situācijas un globālās pandēmijas laikā, dažas no tām, visticamāk, ir aktuālas arī citkārt. Saistībā ar veselības jautājumiem parādās divas mediēto dzīvnieku lomas – mājdzīvnieks kā **upuris un kā drauds**. Proti, no vienas puses, tiek uzdots jautājums – vai dzīvnieks varētu inficēties un saslimt. Ir vēlme saprast, vai dzīvnieka veselībai nav draudu. Tomēr vienlaikus mājdzīvnieki un vispār dzīvnieki kā tādi parādās kā draudi cilvēku veselībai, jo, kā jau minēts, medijos parādījās ziņas, ka arī mājdzīvnieki var inficēties ar vīrusu.

Savukārt citos rakstos un materiālos, kas nebija tiešā veidā saistīti ar pandēmiju un tās problēmām, mājdzīvnieki parādās **kā apgādājami un sabiedrotie**. Proti, “[Diena.lv](#)” raksti stāsta par dzīvnieku lomu cilvēku dzīvē. Šajos rakstos liela loma ir veltīta dzīvnieka klātbūtnei. Mājdzīvnieki tajos kļūst par sabiedrotajiem, kompanjoniem cilvēka dzīvei. Vienlaikus gan viņi arī bieži vien ir apgādājami, kuriem ir vajadzības pēc ēdiena, pastaigām, uzmanības. Interesanti, ka šīs lomas var attiecināt arī uz citiem ar pandēmiju saistītiem rakstiem un sižetiem, kas tiešā veidā nav saistīti ar dzīvniekiem. Piemēram, kā liecina “[Google](#)” meklētājā veiktā pārbaude Latvijas medijos arī ārpus dzīvniekiem veltītajām sadaļām parādījās ārzemju ziņas, kas stāstīja par valstīm, kuras vīruss skāra īpaši smagi un tādēļ cilvēki nedrīkstēja bez īpaša iemesla pamest savas dzīvesvietas. Viens no šādiem iemesliem bija suņa izvešana pastaigā (LETA 2020). Šeit mājdzīvnieks parādījās kā **apgādājamais**, kura vajadzības ir lielākas nekā epidemioloģiskie apsvērumi, bet arī vienlaikus dzīvnieks ir kā **rīks** mērķu sasniegšanai – cilvēks var pamest savu dzīvesvietu.

SECINĀJUMI

Vietnēs un izdevumos, kas veltīti dzīvniekiem, pandēmijas radītās krīzes laikā būtiskas izmaiņas to vēstījumos nebija vērojamas. Tie pieturējās pie tradicionālajiem stāstiem. Tāpat arī sociālajos medijos, lai gan parādījās palielināts skaits dažādu ierakstu, nevarētu apgalvot, ka cilvēku vēlme dalīties ar savu mājdzīvnieku attēliem, video ierakstiem un ikdienas pārstāstiem ir jauns mediju ekoloģijas fenomens. Tieši pretēji – tā ir ierasta interneta kultūras sadaļa, tomēr pandēmijas laikā sociālajos medijos pieauga šādu materiālu publicēšanas intensitāte. Konstatētās lomas – **upuris, drauds, apgādājamais, sabiedrotais, rīks, izklaidētājs un vērtība**, visticamāk, nav vienīgās, kas būtu atrodamas, tāpat tās, visticamāk, pārklājas, savstarpēji savienojas un veido citas lomas.

Satura analīze netieši demonstrē, kā mājdzīvnieks kļūst par mediju, kas savieno cilvēkus ar kopīgām interesēm un veido tiešsaistes kopienu, kurā cilvēki izrāda viens otra mājdzīvniekus un uzslavē humoristiskos ierakstus un attēlus. Kā jau iepriekš minēts – dažu pētījumu dati liecina, ka mājdzīvnieki var ietekmēt indivīda vientulības uztveri, kā arī to vajadzības var mazināt

iespēju būt vientuļam. Var teikt, ka mājdzīvnieki 2020. gadā ārkārtējās situācijas laikā, kad sabiedrība tika aicināta ievērot sociālo distancēšanos un visu komunikāciju pārvietot uz digitālo telpu, palīdzēja pārvarēt jaunradītās barjeras. Proti, dalīšanās ar attēliem un ierakstiem, to uzslavēšana un padošana tālāk varēja kalpot kā veids, lai samazinātu vientuļības un noslēgtās pasaules izjūtu. Svarīgi minēt, ka visā analizētajā sarakstē netika novēroti komentāri ar izteikti negatīvu vai pārmetošu noskaņu. Tādējādi pieļaujams, ka ārkārtējās situācijas laikā dzīvnieku klātbūtne varēja kalpot kā rīks ne tikai vientuļības, bet arī negatīvās noskaņas mazināšanai.

LITERATŪRA

- Berland, J. (2017). Assembling the (Non)Human: The Animal as Medium. *Imaginations. Journal of Cross-Cultural Image Studies/Revue d'Études Interculturelle de l'Image*, 8(3), 139–152. DOI: 10.17742/IMAGE.MA.8.3.10
- Berland, J. (2019). *Virtual Menageries: Animals as Mediators in Network Cultures*. The MIT Press.
- Dynel, M. (2016). "I Has Seen Image Macros!" Advice Animals Memes as Visual-Verbal Jokes. *International Journal of Communication*, 10(29). Retrieved from: <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/4101>
- Hajek, A., König, H. H. (2020). How Do Cat Owners, Dog Owners and Individuals Without Pets Differ in Terms of Psychosocial Outcomes Among Individuals in Old Age Without a Partner? *Aging @ Mental Health*, 24(10), 1613–1619. DOI: 10.1080/13607863.2019.1647137
- LETA (2020). Maskavas mērs pagarina ierobežojumus līdz 1. maijam. *LSM.lv*. 18. apr. Izgūts no: <https://www.lsm.lv/raksts/zinas/arzemes/maskavas-mers-pagarina-ierobe-zojumus-lidz-1-maijam.a356416/>
- Meiere, I. (2020). Konsultē veterinārārsts: Covid-19 un dzīvnieki. *Diena.lv*. 15. marts. Izgūts no: https://www.diena.lv/raksts/izklaide/dzivnieki/konsulte-veterinararsts-_covid-19_-un-dzivnieki-14237635
- Parry, N. M. A. (2020). COVID-19 and Pets: When Pandemic Meets Panic. *Forensic Science International: Reports*, 2, 100090. DOI: 10.1016/j.fsr.2020.100090
- Piļka-Karaļeviča, Z. (2020). Mājdzīvnieki un koronavīruss – kas tev par to jāzina. *Santa.lv*. 18. maijs. Izgūts no: <https://www.santa.lv/raksts/astes/majdzivnieki-un-koronaviruss--kas-tev-par-to-jazina-32424/>
- Ratschen, E., Shoemsmith, E., Shahab, L., Silva, K., Kale, D., Toner, P., Reeve, C., Mills, D. S. (2020). Human-Animal Relationships and Interactions During the Covid-19 Lockdown Phase in the UK: Investigating Links with Mental Health and Loneliness. *PLOS ONE*, 15(9), e0239397. DOI: 10.1371/journal.pone.0239397
- Riddle, E., MacKay, J. R. D. (2020). Social Media Contexts Moderate Perceptions of Animals. *Animals*, 10(5), 845. DOI: 10.3390/ani10050845
- Steed, L., Boldy, D., Grenade, L., Iredell, H. (2007). Demographics of Loneliness Among Older People in Perth, Western Australia. *Australasian Journal on Ageing*, 26(2), 81–86. DOI: 10.1111/j.1741-6612.2007.00221.x
- Steuter, E., Wills, D. (2010). "The Vermin have Struck Again": Dehumanizing the Enemy in Post 9/11 Media Representations. *Media, War & Conflict*, 3(2), 152–167. DOI: 10.1177/1750635210360082
- Thibault, M., Marino, G. (2018). Who Run the World? Cats: Cat Lovers, Cat Memes, and Cat Languages Across the Web. *International Journal for the Semiotics of Law – Revue Internationale de Sémiotique Juridique*, 31(3), 473–490. DOI: 10.1007/s11196-018-9559-8
- Vincent, A., Mamzer, H., Ng, Z., Farkas, K. J. (2020). People and Their Pets in the Times of the Covid-19 Pandemic. *Society Register*, 4(3), 111–128. DOI: 10.14746/sr.2020.4.3.06
- Vilūns, R. (2018). Tabloīdmediji. No: Zelče, V. (red.). *Latvijas mediju vides daudzveidība*. Rīga: LU Akadēmiskais apgāds, 284.–288. lpp.

JCDecaux

**Atmodai
D. Īvāns.
Mums –
dīvāns.
Paliec
mājās.**

SLAVENĪBAS SOCIĀLAJOS MEDIJOS UN TO FUNKCIJAS KRĪZES LAIKĀ

Raivis Vilūns

Pavasārī, kad Latvijas valdība izsludināja ārkārtējo situāciju un ieviesa virkni ierobežojumu, digitālo tehnoloģiju sniegtās iespējas vismaz daļai sabiedrības atvieglāja ierobežojumu radītos apgrūtinājumus. Tehnoloģijas un saziņas platformas pildīja savu jau ierasto misiju – palīdzēja apmierināt vajadzību pēc komunikācijas (Hall 2018). Tās savā labā izmantoja arī slavenības, veidojot vienvirziena saziņu ar saviem sekotājiem un reklamējot produktus, pakalpojumus vai idejas. Sociālo tīklu slavenībām tiek piedēvēta spēja ietekmēt savas auditorijas viedokli. Rakstā tiek apskatīts, kā digitālās telpas slavenības darbojās ārkārtējās situācijas laikā, vai apkārtējā realitāte ietekmēja viņu radīto saturu un vai slavenības izmantoja sev piedēvēto varu, lai mudinātu sabiedrību, piemēram, ievērot higiēnas normas.

SLAVENĪBA DIGITĀLAJĀ TELPĀ

“Slavenības 21. gadsimtā ir paplašinājušas savas darbības sfēru no vienkāršām produktu reklāmām līdz daļībai Apvieno Nāciju Organizācijas komitejās, reģionālo un globālo konfliktu skaidrošanai un starptautiskajai diplomātijai,” akcentē slavenību kultūras pētnieki Čuns Džjui Čojs (*Chong Ju Choi*) un Rons Bergers (*Ron Berger*) (Choi, Berger 2010, 313). Aktieris Ričards Ģirs (*Richard Gere*) 2005. gadā mudināja palestīniešus piedalīties vēlēšanās, bet skandalozais basketbolists Deniss Rodmens (*Dennis Rodman*) devās uz Ziemeļkoreju. Slavenības mūsdienās mēdz gan piedalīties labdarības kampaņās kā vēstneši un kampaņu

sejas, gan arī tās organizē. Būtisku lomu tajā ieņem gan tradicionālie masu mediji, gan jau pieminētie sociālie tīkli, kas pārraida sabiedrībai slavenību ziņojumus un paveikto. Pētnieki uzskata, ka digitālās tehnoloģijas ir palīdzējušas slavenību uzdevumu un lomas paplašināšanās procesā (Choi, Berger 2009), dodot tām iespēju uzrunāt savu auditoriju jaunos veidos. Individīdi, kas vēlas uzzināt vairāk par sev interesējošo slavenību, var to izdarīt bez masu mediju starpniecības (Kim *et al.* 2019). Digitālie rīki arī rada ilūziju par nepastarpinātu, lai arī visbiežāk viena virziena, komunikāciju, tādējādi atbalstītājiem (sekotājiem) veidojas parasociālas attiecības ar viņu izraudzīto personu (Turner 2014). Slavenības šo vienvirziena saikni var izmantot, lai, piemēram, uzsvērtu kāda produkta vai idejas pārākumu pār citām, radot vēlni iegādāties produktu vai adaptēt šo ideju. Tiek pieņemts, ka šīm personām ir vara un iespējas mobilizēt auditoriju. Sociālie mediji arī ir devuši vietu jauna veida slavas iemantotājam – *ietekmētājam*. Ja iepriekš atpazīstamību guva mākslinieki, mūziķi, sportisti, kinozvaigznes, politiķi, tad līdz ar tehnoloģiju attīstību arī slavas gūšanas process savā veidā demokratizējās. Paralēli cilvēkiem, kas ir ieguvuši slavu “fīziskajā pasaulē”, parādījās tie, kas slavu ieguva, pateicoties sociālajiem medijiem. Tie ir satura radītāji, kas veido video-materiālus, mūziku, mākslu, tiešsaistē straumē videospēles, izrāda savu dzīvi, dokumentē ceļojumus un dalās ar savu ikdienas pieredzi (Iqani 2019). Apzīmējums *ietekmētājs* ir balstīts uzskatā, ka viņi ir viedokļu līderi, kas spēj mainīt vai pastiprināt savu sekotāju/fanu viedokli par dažādiem tematiem un produktiem. Uzņēmumi mēdz izmantot šīs slavenības kā sava zīmola vai ideju vēstniekus (Kostygina *et al.* 2020). Slavenības var būt gan vēstījuma nesēji, gan arī priekšzīmes rādītāji, kas, daloties ar savu individuālo pieredzi, iedvesmo, izglīto vai normalizē indivīdu pieredzēto un piedzīvoto (Sobande 2020). Piemēram, 2020. gada vasarā Slimību profilakses un kontroles centrs (SPKC) sociālajā kampaņā “Uzticies pārbaudot!” izmantoja sociālajos medijos atpazīstamo personu Maiju Armaņevu (Apollo 2020). Tāpat arī citas radošās industrijas izmanto slavenību sociālo kontu saturu – dzeltenā prese apraksta viņu dzīvi, un biogrāfi veido stāstus. Slavu var kultivēt, plānot un izmantot stratēģiski kā precī (Turner 2010, 12).

Teorētiski avoti un novērojami liecina, ka mediju ekoloģijas telpā sociālajos tīklos atpazīstamām personām ir būtiska nozīme gan kā izklaidētājiem, gan kā viedokļu līderiem. Tādēļ, pētot mediju telpu krīzes kontekstā, ir būtiski saprast, kādas ir lomas, ko Latvijas sociālo tīklu slavenības ārkārtējās situācijas laikā uzņēmās un vai to vēstījumi kaut kādā veidā vai formā atspoguļoja apkārt notiekošo.

Analīzē izmantotas psihologa Stīvena Karpmana (*Stephen Karpman*) “drāmas trijstūrī” definētās lomas – **varonis**, **upuris** un **ļaudaris** (pretinieks). Pētnieks uzskata, ka konfliktos vai sadursmēs cilvēki izvēlas uzņemties šīs lomas un reaģēt atbilstoši tām (Karpman 1968). Attiecīgi šīs lomas ļauj iekļauties notiekošajā un aktualizēt savu lomu, iekļaut sevi ārkārtējā situācijā, piesaistīt sev uzmanību. Šo triju lomu modeli var attiecināt arī uz komunikāciju sociālajos medijos. Jāpiebilst gan, ka lomas var pārklāties vai arī tām var rasties papildinājumi un nianšes.

LOMAS SOCIĀLO MEDIJU SLAVENĪBU VĒSTĪJUMOS

Attēlu publicēšanas vietne “Instagram” ir sociālais tīkls, kurā Latvijas ietekmētāji darbojas visaktīvāk un visbiežāk izvieto apmaksātas reklāmas un aktīvi veido savu publisko tēlu. Tādēļ analīzei izvēlēti “Instagram” konti, kuru sekotāju skaits pārsniedza desmit tūkstošus. No nejaušās izvēles tika izslēgti konti, kuros konta autors nebija centrālais subjekts, piemēram, dabas skatu fotogrāfiju vai ilustrāciju konti. No nejauši izvēlētajiem divdesmit kontiem tika atlasīti desmit, kuru publikācijas ārkārtējās situācijas laika periodā bija vai nu tiešā veidā, vai ar atslēgvārdiem un mirkļbirkām saistīti ar ārkārtējās situācijas un globālās pandēmijas jautājumiem. Kopumā atlasīti tika trīsdesmit ieraksti, kuros slavenības atsaucās uz notiekošo pasaulē.

Ņemot par pamatu S. Karpmana drāmas trijstūra lomas slavenību vēstījumos ārkārtējās situācijas laikā, redzams, ka pārsvarā slavenības uzņemas – **varoņa** vai **upura lomu**. Izvēlētie sociālo tīklu ietekmētāji pakļāvās likuma un sociālo gaidu normām un tādējādi neieklūva **ļaudaru (pretinieku)** kategorijā. Tiesa gan, jāmin, ka ārpus izlases cita veida slavenības, piemēram, ar politiku vai citu sabiedrisko aktivitāti saistīti cilvēki gan izvēlējās paust viedokli, kas ir pretējs oficiālajam valsts un veselības ekspertu teiktajam. Tāpat jāmin, ka ieraksti var neatbilst nevienai no trim kategorijām, proti, minētā pieeja runā par lomām, ko cilvēki apzināti vai neapzināti uzņemas konfliktā, attiecīgi persona var arī izvairīties no iekļūšanas šajā konkrētajā notikumā. Šajā kontekstā par varoni var uzskatīt personu, kas rūpējas par apkārtējo veselību, mudinot ievērot ierobežojumus, atgādinot par tiem vai informējot apkārtējos. Savukārt **upuris** ir kāds, kas cieš no ierobežojumiem, vīrusa vai citām ar to saistītām problēmām. **Ļaudaris** vai **pretinieks** būtu persona, kas netic vīrusam, uzskata mediķu ieteikumus par nevajadzīgiem un mudina tiem pretoties vai tos neievērot.

Apskatot izvēlētos sociālo tīklu slavenību ierakstus un tos kategorizējot iepriekš izvirzītajās lomās, secināms, ka sešos gadījumos ierakstos ir konstatējama **upura** lomas uzņemšanās, bet 15 gadījumos **varoņa**. Pārējie ieraksti nav šīm trim kategorijām atbilstoši, jo ir drīzāk informatīvi – piemēram, atgādina par kādu notikumu vai arī ir reklāmas publikācijas, kuru tekstos neparādās konflikts vai dramatisks notikums. Attiecīgi var secināt, ka sociālo tīklu personības savos kontos nevēlējās aktīvi iesaistīties ārkārtējās situācijas drāmā. Piemēram, aktrise un sociālo mediju slavenība Dārta Daneviča publicēja reklāmas ierakstus, kuros atsaucās uz ārkārtējo situāciju un pandēmiju, bet vienlaikus neiesaistīja sevi šajā notikumā.

Tomēr konstatētie piemēri liecina par tendencēm. Pandēmijas vīrusa **upura** lomu uzņemas mūziķis un interneta satura veidotājs Jānis Krīvēns, kurš 13. martā informēja savus sekotājus, ka viņa mūzikas grupas “Singapūras satīns” koncerttūre tiek pārcelta. Līdzīgi ir arī ar mūziķi un komiķi Ralfa Eilanda ierakstu 20. martā, kurā viņš informē par pasākumu atcelšanu un pārcelšanu. Pārsvarā arī citi ieraksti, ko varētu kategorizēt kā upura lomas uzņemšanos, ir saistīti ar nespēju izpildīt kādus konkrētus pienākumus vai apmierināt savu sekotāju gaidas. Bieži vien pamatā ir praktiski jautājumi, piemēram, koncerti, uz kuriem jau ir pārdotas biļetes.

Savukārt varoņa loma šajā kontekstā var tikt piešķirta tiem, kas rūpējās par sabiedrības (vai arī radīja tādu šķietamību) veselību, publicējot atgādinājumus par ierobežojumu ievērošanu un sniedzot padomus. Jāmin, ka vairākos gadījumos varonība varētu būt nopirkta. Proti, piemēram, Martas Grigales un Gata Kondrāta “Instagram” ierakstos parādās padomi, ieteikumi un atgādinājumi, kā rīkoties ārkārtējās situācijas laikā, taču šie ieraksti ir tapuši sadarbībā ar dažādiem uzņēmumiem. Attiecīgi tie ir sponsorēti ieraksti, un, iespējams, šie autori par vīrusu un citiem jautājumiem izteiktos citādi vai arī neizteiktos, ja šo viedokli nediktētu reklāmdevēji un viņu zīmola vajadzības. Tiesa gan, tas varētu būt attiecināms uz jebkuru sociālo tīklu slavenības ierakstu.

Atlasītajā “Instagram” slavenību kopā neatradās ieraksti, kas būtu iedalāmi pie apzinātas vai neapzinātas ļaundara vai pretinieka lomas kategorijas. Tādējādi redzams, ka vismaz nejauši izvēlētais sociālo tīklu personības nav vēlējušās izmantot savu atpazīstamību, lai iebilstu pret valstī notiekošo. Jāmin gan, ka citi sabiedrībā pazīstami cilvēki, kuri neiekļuva analīzes izlasē, piemēram, “Instagram” populārā persona Maija Armaņeva, kā liecina mediju ieraksti, pavasarī iebilda pret ierobežojumiem un izplatīja citus apgalvojumus, kas neatbilda ekspertu un mediķu teiktajam (Rakickis 2020). Līdzīgu viedokli gada laikā pauda arī citas sabiedrībā zināmas personas. Tiesa gan, šie izteikumi nav iekļauti šajā pētījumā, jo tie notika pēc pirmās ārkārtējās situācijas Latvijā 2020. gada pavasarī.

SOCIĀLO MEDIJU SLAVENĪBU VĒSTĪJUMU FUNKCIJAS

Analīzē atklājās vairākas funkcijas slavenību publicētajam saturam:

- **izklaidēja** auditoriju (veidojot uzjautrinošos ierakstus un attēlus);
- **rādīja priekšzīmi** auditorijai (piemēram, mudinot ievērot higiēnas normas);
- **dalījās ar personīgo pieredzi** (stāstot par savu ikdienu, piemēram, audzinot bērnus);
- **informēja un izglītoja auditoriju** (par piesardzības pasākumiem vai arī, piemēram, koncertu atcelšanu);
- **reklamēja produktus** vai pasākumus (piemēram, savus koncertus vai arī reklāmdevēju produktus un pakalpojumus).

Izvēlētajos sociālo tīklu slavenību kontos salīdzinoši reti parādījās saturs, kas būtu paredzēts arī humoristisks. Šādi materiāli biežāk parādās kontos, kas publicē fotogrāfijas, kolāžas, mēmus vai ilustrācijas. Taču, piemēram, humora video veidotājs Lauris Zalāns (@lauriszalans) publicēja vairākus ar pandēmiju saistītus joku video, kas atbilda viņa kontā jau iepriekš publicētajam saturam. Ārkārtējās situācijas laikā joki bija sasaistīti ar ierobežojumiem un globālo pandēmiju. Jāmin, ka teju viss saturs, kas tiek publicēts sociālajos medijos, paralēli citām funkcijām ir arī paredzēts izklaides nolūkiem, tādējādi visas nākamās slavenību ierakstu funkcijas var tikt uzskatītas kā pakārtotas zem izklaides satura ietvēruma.

Kā jau lomu apraksti liecināja, salīdzinoši reti analizētajos materiālos tika konstatēta **priekšzīmes** demonstrēšana. Tomēr desmit no trīsdesmit izlasē iekļuvušajiem ierakstiem

tiešā vai netiešā veidā demonstrēja priekšzīmi, rādot, kā slavenības pavada laiku mājās vai ievēro sociālās distancēšanās noteikumus. Mārtiņš Kapzems (@kapzeminators) publicēja attēlu, kurā bija redzama viņa vecmamma, un ierakstā viņš paskaidroja, ka ievēro sociālās distancēšanās normas un netuvojās un neapskāvās ar gados veco radnieci.

Visvairāk **priekšzīmes demonstrējošā** satura parādījās ierakstos, kas bija publicēti sadarbībā ar kādu uzņēmumu. Proti, sociālā tīkla slavenība veica **reklāmas** funkciju, un, nododot tālāk reklāmdevēju vēstījumu, tas tika pasniegts ar **priekšzīmes demonstrēšanas** elementiem. Piemēram, Niklāvs Mičulis (@niklavs) publicēja vairākus reklāmas ierakstus taksometru pakalpojumu sniedzējam “Yandex”. Tajos viņš aicināja izmantot taksometru pakalpojumus sabiedrisko transportlīdzekļu vietā.

Šobrīd, protams, vislabāk būtu sēdēt mājās un nekur nedoties, bet ko gan darīt cilvēkiem, kuriem ir dažādi neatliekami darbi un citas steidzamas lietas? 🤔

Ja tev nav savs auto un ir jāizmanto sabiedriskais transports, tad man ir liels ieteikums! Neapdraudi sevi un citus – labāk iečeko @yandex.taxi.latvia sniegtās atlaides gan esošajiem, gan arī jaunajiem lietotājiem un izbaudi braucienus drošāk♥#ad
Un kā ir ar tevi – vai šobrīd paliec mājās, vai vēl dodies ārā, jo jāpaveic kādi steidzami darbi?

(Niklāvs Mičulis, 21.03.2020.)

Visbiežāk sociālā tīkla “Instagram” izvēlētās slavenības ārkārtējās situācijas laikā dalījās ar **personīgo pieredzi**. Slavenības stāstīja par savu ikdienu, par novēroto, pieredzēto, pārdomāto. Arī šie ieraksti bieži vien bija reklāmas ieraksti. Piemēram, Marta Grigale (@martagrigale) publicēja garu ierakstu, kurā viņa dalās ar savu pieredzi, ierobežojumu laikā pavadot laiku mājās ar bērniem un mudinot cilvēkus izturēt “grūto laiku”.

Šis #paliecmaijās noteikti ir pārbaudījums mums visiem, bet varētu būt, ka mazu bērnu vecāku nervi šobrīd iet cauri īpaši saspringtam periodam.

(Marta Grigale, 19.03.2020.)

Ieraksts, kā liecina tēmturi, bija veidots sadarbībā ar “Lipton” tējas zīmolu. Attiecīgi zīmols un sociālā konta īpašniece saskatīja iespēju ārkārtējās situācijas laikā, kad apkārt valdīja trauksme par veselību, finansēm, ģimenes labklājību, pasniegt produktu kā lietu, kas varētu palīdzēt atbrīvoties no stresa.

Līdzīgs ieraksts, veidots sadarbībā ar pārtikas mazumtirgotāju “Rimi”, bija Gatim Kondrātam (@gatiskondrats):

Sporta zāles ciet. Bet sportot neviens nav aizlēdzis. Mājās ir simtiem veidu, kā aktīvi zēties. Sporto radoši!

@rimi.latvija iedvesmo mani, bet ļauj man iedvesmot Tevi. Nemeklē atrunas kāpēc nedarīt. Ej dari un pēc tam pats teiksi pats sev paldies.

Apģērbs: @4f_official

#RimiRūp #EsiAtbildīgs #Paliemājas #sadarbība #reklāma

(Gatis Kondrāts, 19.04.2020.)

Savukārt sociālo tīklu slavenība Diāna Kubasova (@dianakubasova) ārkārtējās situācijas laikā neatradās Latvijā un dalījās ar savu pieredzi no Bali. Viņa, kā pati apgalvoja, iespējams, bija inficēta ar Covid-19. Tiesa gan vairākumā gadījumu pieredzes stāsti no izvēlētajām slavenībām bija saistīti ar izolāciju un mājas dzīvi.

Ar **auditorijas informēšanu** nodarbojās tās slavenības, kurām ārpus sociālā tīkla ir citi publisko aktivitāšu veidi. Piemēram, mūziķis Ralfs Eilands (@ralfseilands) informēja par savas humora izrādes pārceļšanu. Vai arī Marta Grigale, kura ir arī mūziķe, informēja par “Muzikālās bankas” video tiešraidi.

Tā kā ar īstu ceļošanu šobrīd tā švakāk, piedāvāju kopā ar mani aizceļot tuvāk @muzikalabanka topa virsotnei. Biļete bez maksas, links profilā, var ņemt līdz draugus un dzērienus.

#atkalu #hmlatvia #muzikālābanka #jaunums #paliemājas

Marta Grigale (22.03.2020.)

Kā jau minēts **reklāmas saturs**, proti tāds, kurā sociālā tīkla konta īpašnieks informē par produktu vai pakalpojumu – bieži vien runāja par laiku pirms pandēmijas, piemēram, par ceļojumiem vai par lietām, kā pietrūkst. Sociālo kontu īpašnieki centās savīt produkta vēstījumu ar savu ikdienu. Proti, bieži autors dalījās ar savu pieredzi, kas ir saistīta ar kādu produktu vai ir tam piesaistāma, kā, piemēram, jau minētajā “Lipton” tējas zīmola reklāmā.

Taču kopumā izvēlētas sociālo tīklu personības, lai gan vairākos ierakstos atsaucās uz pandēmiju, izmantojot atslēgvārdus #Paliemājas, #Covid19 un citus, pārsvarā turpināja publicēt savam kontam ierasto saturu, un būtiskas pārmaiņas netika novērotas. Ārkārtējās situācijas laika ierakstu analīze neliecina, ka sociālo tīklu slavenības izmantoja sev piedēvēto varu, lai ietekmētu sabiedrību vai tās rīcību nedz par labu, nedz pret valdības ierobežojumiem.

MEDIĒTIE SLAVENĪBU ZIŅOJUMI INTERNETA PORTĀLOS

Kā jau minēts, slavenību radīto saturu un stāstus par slavenībām izmanto arī izklaides mediji. Tādēļ analīzei tika izvēlēti arī trīs Latvijas populārāko interneta mediju izklaides satura sadaļas – *Sejas.lv* (pieder – *TVNet.lv*), *Delfi Izklaide*, kas ir sadaļa ziņu portālā *Delfi*, un *Jauns.lv*, kurš atšķiras no pārējiem apskatītajiem medijiem, jo sākotnēji tika veidots kā izklaides satura portāls, kas vēlāk kļuva par vispārīgu interneta mediju.

Izmantojot “Google” meklētāja filtra iespējas, ārkārtējās situācijas periodā trīs populārākajos interneta portālos tika konstatētas vairāk nekā divi simti ziņu, no kurām, veicot atlasi un izlasē iekļaujot tikai ar Latviju un Latvijas slavenībām saistītas ziņas, tika atlasītas 83 ziņas.

Medijos publicētās ziņas par slavenībām ārkārtējās situācijas laikā veidoja:

- slaveni cilvēki sociālo tīklu satura pārpublicācijas;
- izklaides izdevumu satura pārpublicācijas (piemēram, drukāto izdevumu “Kas Jauns” un “Privāta Dzīve”);
- izklaides raidījumu satura pārpublicācijas (piemēram, TV kanāla STV vai TV24 sarunu raidījumi) vai arī šo raidījumu pārstāsti;
- intervijas ar slavenībām;
- internetā un sociālajos medijos pieejamā satura kolāžas;
- ārzemju ziņu tulkojumi.

Trijos analizē iekļautajos portālos publicētās ziņas savstarpēji atkārtojās – sevišķi tas bija novērojams slavenību sociālo tīklu ierakstu pārpublicācijas kategorijā. Piemēram, visos trijos portālos parādījās Dianai Kubasovai “Instagram” ierakstu pārpublicācijas par viņas iespējamo saslimšanu ar Covid-19 Bali. Izmantojot jau minēto lomu trijstūri, jāsecina, ja šajos materiālos autore attēlota kā apstākļu vai vīrusa upuris.

Diānu Kubasovu rindas Bali attur no Covid-19 testa veikšanas ([Delfi.lv](#))

Diāna Kubasova nonākusi policijas redzeslokā ([Sejas.lv/TVNet.lv](#))

[Delfi.lv](#) piemērā ir ziņas virsrakstam tipisks, informējošs virsraksts, savukārt [Sejas.lv](#) ziņai ir uzlikts uzmanību piesaistošs, intriģējošs virsraksts, kas ir raksturīgāks tabloīda un izklaides stila izdevumiem. Līdzīgi raksti parādījās arī par citiem Latvijā zināmiem cilvēkiem, kas ierobežojumu dēļ nevarēja atgriezties Latvijā. Šajos materiālos nebija novērojama oriģinalitāte vai medija redakcijas papildu ieguldījumi. Šie raksti, runājot par slavenību funkciju pandēmijas laikā, būtu klasificējami kā **pieredzes** materiāli. Tiesa gan, šie bija pašu slavenību veidoti pieredzes materiāli, ko medijs tikai izplatīja tālāk. Līdzīgi ir ar drukāto izdevumu un TV raidījumu satura pārpublicēšanu vai transkribēšanu.

Saīdzinoši neliels skaits ziņu bija veltītas tam, lai, izmantojot slavenību ietekmi uz sabiedrību, censtos iedzīvotājus izglītēt vai mudināt ievērot higiēnas normas. Viens no šādiem ierakstiem, kas parādījās visos trijos portālos, bija par Latvijā populāru cilvēku veiktu akciju, kuras laikā viņi, izmantojot montāžas triku, videomateriālā viens otram “padeva” ziepes. Tādējādi sabiedrība tika mudināta ievērot roku higiēnu.

Interneta hits: latviešu slavenības vienojas ziepju stafetē
[Delfi.lv](#), 04.04.2020.

Šāda ziņa slavenības rāda kā **varoņus**, kā priekšzīmes veidotājus.

Izklaides ziņu portāli dod priekšroku slavenību ierakstiem, kuros tās dalās ar savu individuālo pieredzi. Šos materiālu ziņu portālu izklaides sadaļu redaktori vēlas izcelt un nodot tālāk savām auditorijām.

“Man tik ļoti pietrūkst apskāvienu,” – Dagmāra Legante-Celmiņa par pandēmiju, māj-mācību un jaunajiem izaicinājumiem
(Jauns.lv, 08.05.2020.)

Kopumā izklaides vietnes reti izceļas ar oriģinālu saturu, un pārsvarā notiek paļaušanās uz pārpublicācijām. Šis secinājums saskan arī ar iepriekš veiktu pētījumu par Latvijas izklaides un dzelteno ziņu mediju saturu (Viluns 2019).

SECINĀJUMI

Lai gan ārkārtējās situācijas dramatiskums deva pietiekami daudz iespēju slavenībām iesaistīties šajā notikumā, jāsecina, ka pirmās ārkārtējās situācijas laikā sociālo mediju slavenības neuzņēmas būtiski jaunas funkcijas vai aktīvu dalību sabiedrības izglītošanā. Paziņojumi ar sociāli nozīmīgu ievirzi bieži vien bija saistīti ar reklamējamo zīmolu. Kopumā slavenības reti izmantoja iespēju demonstrēt sevi kā varoņus, kuri veic sabiedrībai nozīmīgas funkcijas.

Visbiežāk sociālajos medijos populāri cilvēki vai nu tiešā veidā neiesaistījās ārkārtējās situācijas dramatiskajā būtībā, vai arī sevi nostādīja upura lomā, kas parasti bija saistīta ar nespēju piedalīties vai paveikt kādas iepriekš apsolītas saistības, piemēram, dalību koncertos. Attiecīgi pirmajā ārkārtējās situācijas laikā populārajiem sociālo tīklu lietotājiem svarīgākas bija praktiskās un materiālās problēmas, nevis veselības jautājums. Tas gan varētu būt skaidrojams ar salīdzinoši mazo saslimšanu Latvijā pavasarī un veiksmīgi organizēto sociālās distancēšanās un ierobežojumu kampaņu, kas neradīja tiešas bažas par veselību, bet gan par finansiālajiem jautājumiem.

Konkrētajā “Instagram” personību izlasē nebija vērojami centieni sevi parādīt kā sistēmas pretinieku vai ļaundari. Taču jāmin, ka šādi gadījumi pavasara ārkārtējās situācijas laikā bija atrodami sociālajos medijos un ziņu medijos, piemēram, Latvijas Ārstu biedrības bijušais vadītājs Pēteris Apinis un kardiologs Andrejs Ērglis aicināja valsts augstākās amatpersonas izvērtēt ierobežojumus sportot (Jauns.lv 2020). Tomēr tie bija reti. Daudz biežāk šāda tendence novērota gada izskaņā – rudens un ziemas periodā, kad politiķi un dažādi aktīvisti izmantoja pretinieka tēlu, lai celtu savu atpazīstamību sabiedrībā.

LITERATŪRA

- Choi, C. J., Berger, R. (2010). Ethics of Celebrities and Their Increasing Influence in 21st Century Society. *Journal of Business Ethics*, 91(3), 313–318. DOI: 10.1007/s10551-009-0090-4
- Hall, J. A. When Is Social Media Use Social Interaction? Defining Mediated Social Interaction. *New Media & Society* 20 (3), 162–179. DOI:10.1177/1461444816660782
- Iqani, M. (2019). Picturing Luxury, Producing Value: The Cultural Labour of Social Media Brand Influencers in South Africa. *International Journal of Cultural Studies*, 22(2), 229–247. DOI:10.1177/1367877918821237
- Jauns.lv. (2020). Ārsti Pēteris Apinis un Andrejs Ērglis aicina valsts vadītājus atvieglot Covid-19 ierobežojumus *Jauns.lv*. 9. apr. Izgūts no: <https://jauns.lv/raksts/par-veselibu/380513-arsti-peteris-apinis-un-andrejs-erglis-aicina-valsts-vaditajus-atvieglot-covid-19-ierobezojumus>
- Karpman, S. B. (1968). Fairy Tales and Script Drama Analysis. *Transactional Analysis Bulletin*, 7(26), 39–43.
- Kim, J., Kim, J., Yang, H. (2019). Loneliness and the Use of Social Media to Follow Celebrities: A Moderating Role of Social Presence. *The Social Science Journal*, 56(1), 21–29. DOI: 10.1016/j.soscij.2018.12.007
- Kostygina, G., Tran, H., Binns, S., Szczyпка, G., Emery, S., Vallone, D., Hair, E. (2020). Boosting Health Campaign Reach and Engagement Through Use of Social Media Influencers and Memes. *Social Media + Society*, 6(2). DOI: 10.1177/2056305120912475
- Rakickis, E. (2020). Pretrunīgi vērtētā influencere Maija Armaņeva, kura noliedza Covid-19, nu ir SPKC kampaņas seja. *Jauns.lv*. 1. sept. Izgūts no: <https://jauns.lv/raksts/zinas/402536-pretrunigi-verteta-influencere-maija-arma-neva-kura-noliedza-covid-19-nu-ir-spkc-kampanas-seja>
- Sobande, F. (2020). “We’re All in This Together”: Commodified Notions of Connection, Care and Community in Brand Responses to COVID-19. *European Journal of Cultural Studies*, 23(6), 1033–1037. DOI: 10.1177/1367549420932294
- Turner, G. (2014). *Understanding Celebrity*. 2nd ed. New York: Sage.
- Turner, G. (2010). Approaching Celebrity Studies. *Celebrity Studies*, 1(1), 11–20. DOI:10.1080/19392390903519024
- Viluns, R. (2018). *Tabloīdmediji*. No: Zelče, V. (red.). *Latvijas mediju vides daudzveidība*. Rīga: LU Akadēmiskais apgāds, 284.–288. lpp.



sklo barevné

PROSECCO

PROSECCO

PROSECCO

PROSECCO

RA

ATKARĪBU IZRAISOŠO VIELU MEDIATIZĀCIJA KRĪZES LAIKA SABIEDRĪBĀ

Diāna Polgina

Krīzes pārvarēšanā, līdzīgi kā medijpratības kontekstā, zīmīga ir racionālas un strukturētas spriestspējas saglabāšana. Bez šaubām, šādos apstākļos ir novērojamas būtiskas atšķirības piemērotākās grūtību pārvarēšanas stratēģijas (*coping mechanism, coping strategy*) izvēlē, kā arī izmantojamo instrumentu sakarā. Tomēr tikpat būtisks apstāklis ir pieejamie resursi, kuru apjomi jebkuras krīzes apstākļos pašsaprotami ievērojami mazinās. Mediju funkcija šajā kontekstā ir ja ne palīdzēt noturēt nemainīgu psiholoģiskās veselības līmeni, tad vismaz nekļūt par emocionālās recesijas kultivētāju. Tas attiecināms arī uz politikas veidotājiem, kuriem būtu jānodrošina konsekvence dažādu lēmumu pieņemšanā, lai neradītu papildu stresu krīzes sabiedrībai, kas dažādos formātos tika novērots arī Latvijas gadījumā.

Stresa (arī grūtību) pārvarēšanas koncepcijas pirmautors Ričards S. Lazaruss (*Richard S. Lazarus, 1922–2002*) pagājušā gadsimta nogalē izvirzījis pieņēmumu, ka grūtību pārvarēšana klasificējama visnotaļ vienkārši – tā ir vai nu uz problēmu orientēta stresa pārvarēšana, vai arī uz emocijām balstīta. Nozīmīgākā atšķirība ir uzsvaros, respektīvi, pirmajā gadījumā liela nozīme ir minētajiem centieniem saglabāt racionālu jeb “vēsu” prātu un pārvaldīt situāciju fakta konstatācijas jeb esošā un turpmākā prizmās, kurpretim emociju vadīta stresa pārvarēšana veicina negatīvo emociju, ko rada potenciālie draudi, mazināšanu, fonā atstājot pašu draudu novēršanas avotu. Nozīmīga ir arī atziņa, ka emocijas kā tādas nebūtu nodalāmas no

stresa jebkura pārvarēšanas mehānisma kontekstā, tām esot klātesošām ikvienā nestandarta scenārijā (Lazarus 1999, 101–115). No tā izriet, ka emociju vadīta krīzes sabiedrība izmaiņotājā ikdienā spēj implementēt (vai palielināt) jaunu instrumentu īstenošanu, lai novērstu psiholoģisko disbalansu. Tieši šis aspektu tiešsaistes mediju kontekstā tiks izvērsti turpmāk.

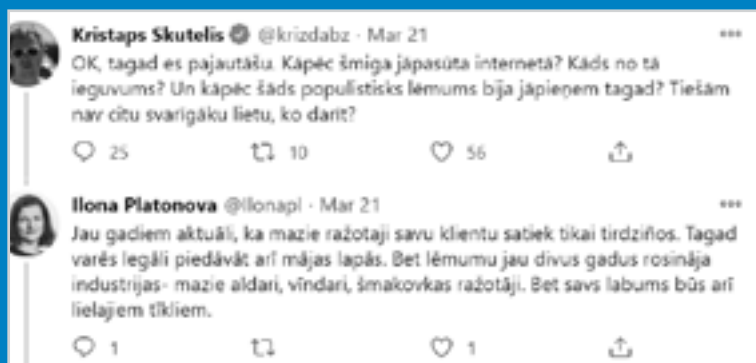
Stresa un neierasta stāvokļa motivēta krīzes sabiedrība psiholoģiskā stāvokļa optimizēšanai var pievērsties arī nolieguma jeb izvairīšanās taktikas īstenošanai, kas ir daļa no emociju vadītas stresa pārvarēšanas stratēģijas un izpaužas, kā, piemēram, pastiprināts alkohola vai narkotiku lietojums (Cohen *et al.* 2008). Arī smēķēšana, tāpat kā pārmērīga ēšana, ir viens no adaptācijas problēmu veidiem, lai kontrolētu krīzes izraisītos impulsus (Lazarus, Folkman 1984, 335). Šo sarakstu varētu papildināt ar dažādām problēmām, kas veicina meklējumus pēc jauniem rīkiem stresa pārvarēšanai. Stress nestandarta situācijās tāpat izpaužas arī kā bailes pēc vientulības, trauksme, nestabilitāte, hroniski dusmu uzplūdi u. c.

Covid-19 krīzes un mediju kontekstā kā vienu no piemēriem izvairīšanās koncepta skaidrošanai Latvijā varētu minēt, piemēram, sociālo tīklu vidē plaši izplatījušās konspirācijas teorijas (Ūdre 2020), kas noliedz pandēmiju; tāpat tiek novērots pastiprināts fokuss uz citiem ar epidemioloģisko situāciju nesaistītiem tematiem (kā praktiski novērojama joku, audiovizuālā materiāla un mēmu (*meme*) skaita pieaugums (Flecha Ortiz *et al.* 2021, 5), humoram kļūstot par neformālu terapeitiskās iekļaušanās komponenti (Gurvich *et al.* 2020, 8).

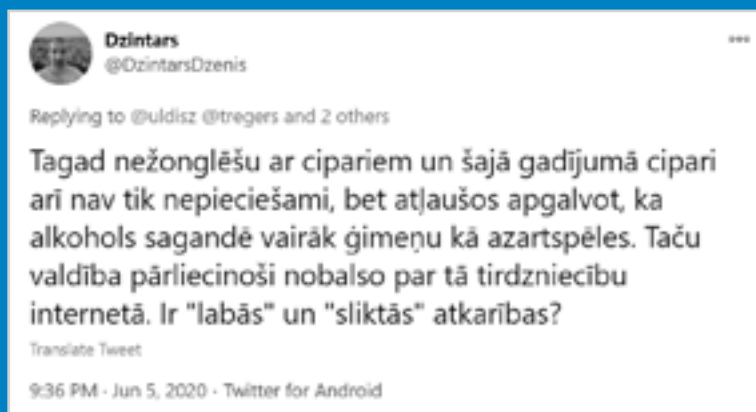
Tomēr, līdzīgi kā citviet, arī Latvijā par vienu no “aizsega” jeb izvairīšanās mehānismiem kļuvis atkarību izraisošo vielu patēriņa pieaugums pat par 10 %, salīdzinot situāciju pavasarī ar situāciju otrā vilņa laikā (Nra.lv. 2020). Aktuāls paliek jautājums, vai tā ir daļa no stresa pārvarēšanas stratēģijas, vai arīdzan šī veida preču patēriņš pieaudzis dažādu valdības pieņemto ierobežojumu un/vai atbalsta mehānismu dēļ un no tiem izrietošās reklāmdevēju (un mediju) aktivitātes dēļ. Kā arī jāmeklē pamatojums tam, vai tas tika darīts apzināti, lai nemazinātu pārdošanas apjomus arī krīzes apstākļos.

PIRMAIS VILNIS UN (IZPLĀNOTĀ) ALKOHOLA EKSTRŪZIJA

Pandēmijas laikā nereti iespējams novērot strīdīgu praksi neveselīgo produktu ražotāju mārketingā. Ir pamats uzskatīt, ka dažādu preču ražotājiem šis ir īpaši labvēlīgs laiks tiešsaistes mārketingam, tomēr aktualizējies jautājums par to, vai un cik ļoti ražotāji sasaista centienus veicināt pārdošanu pāri visiem apstākļiem ar centieniem uzturēt ētisku darba praksi. Respektīvi, ir radies pamats diskusijām par to, vai gadījumā neveselīgo produktu ražotāji ar intensīvajām digitālā mārketinga aktivitātēm būtiski nepalielina citus veselības riskus – aptaukošanos, atkarību attīstību, ja fundamentālais risks, uz ko šajā laikā fokusējas veselības nozare, ir varbūtība inficēties ar Covid-19. Ir svarīgi skatīties arī to, kāda šī jauno veselības problēmu kultivēšanas procesa kontekstā ir mediju reakcija uz neveselīgās produkcijas reklāmas uzplaukumu.

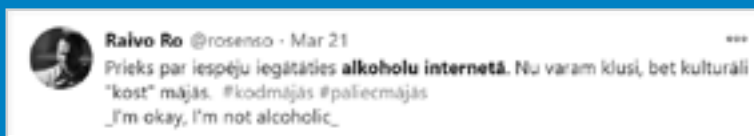


1. attēls. Lietotāju @krizdabz un @llonapl diskusija mikroblogošanas vietnē "Twitter". 2020. gads 21. marts. Ekrānizgriezums



2. attēls. Lietotāja @DzintarsDzenis ieraksts mikroblogošanas vietnē "Twitter". 2020. gads 5. jūnijs. Ekrānizgriezums

Pandēmijas laikā palielinājusies ražotāju, tostarp neveselīgo pārtikas produktu kompāniju tiekšanās arī pēc politiskās ietekmes – lai arī šai nozarei ir tiesības piedalīties sabiedriskās apspriešanās vai viedokļa paušanā, pēc mārketinga procesu pētnieku domām, ražotājiem tas būtu jādara tā, lai tas neietekmētu valstiskos procesus un sabiedrības veselību. Tomēr novērojumi liecina par pretējo, proti, agresīvām mārketinga stratēģijām un necaurspīdīgiem rīkiem pārdošanas stimulēšanai (Nieto et al. 2020, 2). Nozare iejaucas politikas dienaskārtībā pamatīgi un konsekventi, tiecoties noturēt ekonomiskās pozīcijas, un tomēr šādā pašā veidā ar dažādu rīku starpniecību kāpina kaitīgo vielu patēriņa rādītājus.



3. attēls. Lietotāja @rosenso ieraksts mikroblogošanas vietnē "Twitter". 2020. gads 21. marts. Ekrānizgriezums

Latvijas kontekstā atkarību izraisošo vielu (šeit: alkohola) kā mierinošo līdzekļu pārdošanas akcelerācijas process aizsākās līdz ar pirmo pandēmijas vilni, 2020. gada pavasarī, tomēr saknes šim lēmumam meklējamas vēl pirms gada. 2019. gada februārī Ekonomikas ministrija veikusi grozījumus Alkoholisko dzērienu aprites likumā (Ekonomikas ministrija 2019), paredzot tā tirdzniecību Latvijā arī ar interneta starpniecību no 2020. gada. Par pamatojumu šim lēmumam tika norādīta prakse citviet Eiropā un vēlme mazināt alkohola iegādi internetā no citām valstīm, kas rada būtiskus zaudējumus valsts budžetā neiekasētā akcīzes nodokļa dēļ. Kurpretim 2020. gadā šī jautājuma būtība tika mainīta un pielāgota situācijai, Finanšu ministrijai izstrādājot speciālo likumu "Par valsts apdraudējuma un tā seku novēršanas un pārvarēšanas pasākumiem sakarā ar Covid-19 izplatību" (Finanšu ministrija 2020). Tādējādi gadu iepriekš pieņemtais lēmums par budžeta iztrūkuma mazināšanu tika integrēts jaunā kontekstā – pārtopot par atbalsta mehānismu uzņēmējiem, turklāt uzsverot, ka šis likums ir terminēts. Lai arī iniciatīva, kā redzams, meklējama senāk, daļa sabiedrības par šo bija pārmēru maz informēta un ironizēja, ka šāda veida lēmuma pieņemšana pandēmijas laikā veicinās pārlietu lielu alkohola patēriņu un novedīs pie dažādām citām sekām (sk. 1. un 2. att.) (LETA 2020).

Atsaucoties uz iepriekš minēto neētiskās rīcības palielināšanos kaitīgo preču pārdošanas kontekstā pandēmijas laikā globāli, jānorāda, ka Latvijā šī aina pirmā viļņa laikā tomēr bija nedaudz citāda. Lai arī Latvijas alkohola nozares asociācijas izpilddirektors Dāvis Vītols pavasarī būtībā atsaucās uz alkohola patēriņu kā stresa pārvarēšanas mehānismu, vēšot uzmanību, ka negatīvas alkoholisko dzērienu pārmērīgas lietošanas sekas patlaban saistās nevis ar to tirdzniecību internetā, bet gan ar sarežģītajiem krīzes radītajiem apstākļiem, kuros "cilvēki Covid-19 izraisītā stresa dēļ var izdzert par daudz" (Apollo 2020a), jau brīdī, kad likums nupat kā stājās spēkā, Veselības ministrija un vairākas organizācijas, tostarp atkarību profilakses biedrība "Esi brīvs", Latvijas Veselības psiholoģijas asociācija, Latvijas Atkarību psihologu apvienība un Latvijas Narkologu asociācija iesniedza Saeimā pretējus viedokļus. Iesniegto vēstulju saturs būtībā bija bažas par to, ka alkohola lietošana Latvijā jau tā ir liela problēma un tā tirdzniecība internetā būtu jāpārtrauc. "Vairāki alkohola ražotāji jau ir operatīvi uzsākuši dzērienu tirdzniecību internetā, un ar Saeimas atbalstu pašlaik ir ne vien nodrošināta alkohola pieejamība, bet tiek sūtīts arī signāls, ka tā lietošana pandēmijas laikā ir norma," vēstulē parlamentam norādīja biedrības "Esi brīvs" priekšsēdētāja un psihoterapeite Dace Caica (TVNET, LETA 2020).

Zīmīgi, ka arī veselības ministre Ilze Viņķele minēja, ka pēc Covid-19 izraisītās krīzes būs jālemj par pasākumiem alkoholisma mazināšanai (LETA 2020c). Tas vērtējams kā laicīgs brīdinājums.

Ja normatīvais ietvars pavasarī regulēja to, ka funkcionalitātē tika ierobežotas dažādas izklaides vietas, kā arī to darbalaiks, krīzes skartajiem nācās meklēt citas alternatīvas iepriekš nepieredzētās situācijas radītā stresa mazināšanai. Jāatzīmē, ka atļauja par alkohola tirdzniecību internetā nesa arī pozitīvas atsauksmes sociālo mediju lietotāju starpā, par ieguvumiem norādot, piemēram, iespēju operatīvi iegūt alkoholu, nepakļaujot citus saslimšanas riskam.

Tomēr nozares kontekstā sākotnēji iedzīvotāju vidū nebija novērojama liela interese pēc šīs iespējas izmantošanas (Sidoroviča 2020). Arī Valsts ieņēmumu dienesta rīcībā esošā informācija pavasarī liecināja, ka alkohola ražotāju un izplatītāju starpā pavasarī pieprasījums pēc licencēm, lai nodrošinātu tiesisku tā tirdzniecību internetā, tik strauji nemaz nepieauga (Ēvalde 2020). Šajā kontekstā iespējams runāt vai nu par ieturēšanos zināmās ētiskajās normās, nepaliekot piedāvājumu un neatvieglinot piekļuvi alkoholam, vai arī par konkurenci un tirgus sadalījumu, paredzot, ka alkohola tirdzniecību internetā nebūs viegli uzsākt, jo pavasarī ar to nodarbojās daudzi mazumtirgotāji, kā *"Spirits@Wine"*, *"Vynoteka"*, *"Drinks and drinks"*, *"Alkoutlet"*, AS *"Latvijas balzams"*, arī lielākais alus tirgotājs Latvijā *"Cēsu alus"* u. c.

Novērojot, ka alkohola iegādāšanās internetā ilgtermiņā patiesi varētu kļūt par savdabīgu un ineesīgu grūtību pārvarēšanas mehānismu, sekojot aktualitātei, līdz ar likuma grozījumu pieņemšanu paplašinājās arī dažādas šī risinājuma attīstīšanas formas kaitīgo vielu mediatizācijas kontekstā. Proti, vairāki citu nozaru uzņēmumi, kuri ar šo problēmu potenciāli varētu palielināt peļņu, izmantoja iespēju. Tā, piemēram, kāds programmatūras izstrādes uzņēmums digitālajā vidē, uzņēmuma blogā, instruēja potenciālos klientus, norādot, ka alkohola tirdzniecības uzsākšana internetā ir visnotaļ vienkārša, ka to iespējams nokārtot vienas dienas laikā un bez sevišķi lieliem ieguldījumiem (Blumentals 2020).

Līdzīga prakse bija novērojama arī citās nozarēs, piemēram, farmācijā. Ar apzinīgu mērķi mazināt alkohola patēriņa negatīvo iespaidu uz Latvijas sabiedrību pašmāju farmācijas uzņēmums *"FACCEX"* jau pirms kāda laika – 2016. gadā – radījis uztura bagātinātāju, kas no alkohola atkarības sirgstošajiem mazina vēlmi to lietot, labākajā gadījumā atbrīvojot no atkarības vispār. Jau 2019. gadā *"FACCEX"* radīja informatīvi skaidrojošu audiovizuālu materiālu par to, ka pieaugošs alkohola patēriņš lielākoties ir stresa ietekmēts, kurpretim, sākoties pandēmijai, šo materiālu ar apmaksātas reklāmas palīdzību izplatīja platformā *"YouTube"*. Kopējais šī video skatījumu skaits 2020. gada nogalē sasniedz pat 1 285 412 skatījumus (FACCEX 2019). Arī Pasaules Veselības organizācija (*World Health Organization, WHO*) 2020. gada aprīlī nāca klajā ar ierosinājumu, ka alkohola tirdzniecība pandēmijas laikā būtu jāierobežo ne vien tādēļ, ka izplatījās mīti par tā cīņu ar Covid-19, bet arī seku dēļ, kuras tas atstāj uz cilvēkiem pašizolācijā un karantīnā, potenciāli stimulējot dažādas vardarbības formas (Euro WHO 2020).

Lai novērtētu pielāgošanos pandēmijas izraisītajiem stresa apstākļiem, *"BENU Aptieka"* sadarbībā ar interneta pētījumu kompāniju *"GEMIUS"* no pavasara un pirmās ārkārtējās situācijas Latvijā uzsākusi regulāru socioloģisko pētījumu sēriju par kopējo sabiedrības stresa



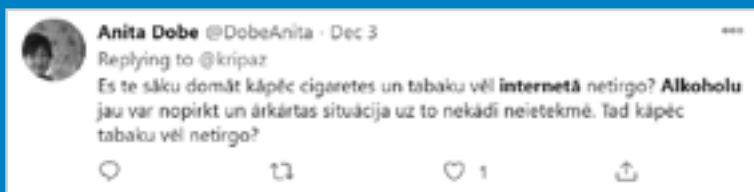
4. attēls. Iedzīvotāju alkohola patēriņš Covid-19 laikā. BENU Aptiekas Stresa termometers. 2020. gads 22. maijs



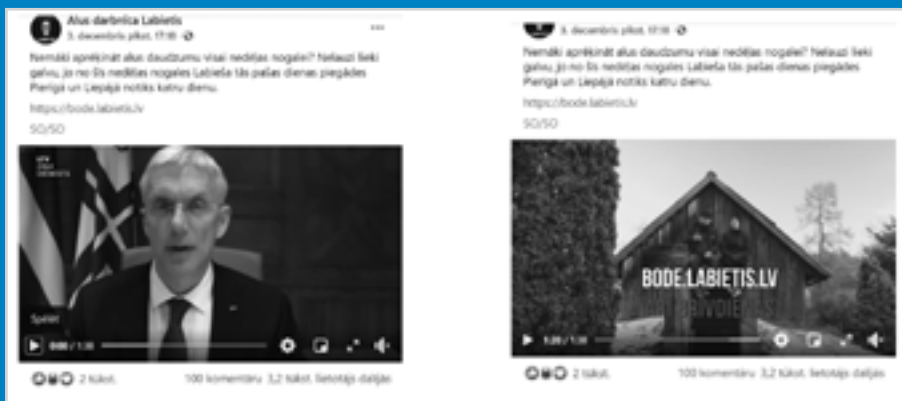
5. attēls. Iedzīvotāju tabakas izstrādājumu patēriņš Covid-19 laikā. BENU Aptiekas Stresa termometers. 2020. gads 22. maijs

līmeni (NRA.lv 2020). Šādi izvirzīts mērķis novērot izmaiņas sabiedrībā psiholoģiskās un kopējās veselības kontekstā. Pētījuma rezultāti guva plašu atzinību sabiedrībā, arī lielākie mediji labprāt informēja par tiem. Stresa līmeņa mazināšanas kontekstā respondenti pirmā Covid-19 viļņa Latvijā sakarā norādīja, ka visbiežāk stresu palīdz pārvarēt, piemēram, pastaigas svaigā gaisā (56 %), pastiprināta roku un virsmu dezinfekcija (48 %), stingra sociālās distancēšanās ievērošana (46 %), sevis nodarbināšana ar ikdienas darbiem (42 %), filmu un seriālu skatīšanās (41 %), kopīga laika pavadīšana ar ģimeni (37 %), grāmatu lasīšana (19 %) (BENU Aptiekas 2020b). Tomēr zīmīgi ir arī pirmo pandēmijas mēnešu dati kaitīgo vielu patēriņa sakarā, kas alkohola kontekstā divu mēnešu laikā no ārkārtējās situācijas ieviešanas Latvijā palielinājās pat par 16 % (BENU Aptiekas 2020b) (sk. 4. un 5. att.).

Arī citviet pasaulē novērots pieaugums alkohola lietošanā. Piemēram, 2020. gada pavasarī Apvienotajā Karalistē veiktā pētījuma dati liecināja, ka alkohola lietošanas paradumi ir mainījušies vēl vairāk nekā Latvijā – organizācijas “Alcohol Change UK” veiktajā pētījumā 21 % respondentu atzina, ka alkoholu pandēmijas laikā lieto krietni vairāk (Holmes 2020). Savukārt Amerikas Savienotajās Valstīs (ASV) veiktie pētījumi norāda uz plašāku ainu dažādos griezumos, līdz ar pašizolācijas nepieciešamību straujās Covid-19 izplatības dēļ nedēļā no 15. marta līdz 22. martam alkohola pārdošanas apjoms valstī pieauga pat par 54 %, salīdzinot ar situāciju pirms gada, kurpretim alkohola mediatizācijas kontekstā nozīmīgā pārdošana tiešsaistē salīdzinājumā ar 2019. gadu palielinājās par vairāk nekā 262 % (The Nielsen Company 2020). Kāda cita pētījuma dati atklāj, ka patiesi būtiski mainījušies arī intensīva alkohola patēriņa



6. attēls. Lietotāja @DobeAnita ieraksts mikroblogošanas vietnē “Twitter”. 2020. gads 3. decembris. Ekrānizgriezums



7. attēls. Alus darbnīcas “Labietis” reklāmas ieraksts vietnē “Facebook”. 2020. gads 3. decembris. Ekrānizgriezums

rādītāji sieviešu vidū, palielinoties par 41 %, salīdzinot ar 2019. gadu (Pollard et al. 2020, 3). Tādējādi iezīmējas zināma tendence – jau pirmajā pandēmijas vilnī parādījās globāla tieksme meklēt mierinājumu vai risinājumu alkoholā. Mediju loma cita starpā ir nozīmīga, jo arī ar to starpniecību visnotaļ tika palielināti šī veida preču tirdzniecības apjomi.

ALKOHOLA UN TABAKAS IZSTRĀDĀJUMU LIETOŠANAS DILEMMA: SOCIĀLO TĪKLU LIETOTĀJU PERSPEKTĪVAS IZMAIŅAS OTRAJĀ VILNĒ

Pirmā pandēmijas vilņa laikā Latvijas politikas īstenotāji skaidri norādīja, ka alkohola tirdzniecībai internetā beigsies un ka lēmums ekonomikas stimulēšanai un pandēmijas ierobežošanai ir terminēts – tikai ārkārtējās situācijas laikā. Otrajam vilnim pienākot un atkārtoti valstī ieviešot ārkārtējo situāciju, pieņemts lēmums vēlreiz iespējot šo risinājumu un 2020. gada 3. decembrī pieņemti grozījumi Alkoholisko dzērienu aprites likumā, atļaujot



7.1. attēls. Viskija “Jameson” reklāma

7.2. attēls. Azarta un neazarta izklaides vietu tīkla “Klondaika” komunikācijas materiāls sociālajā tīklā “Facebook”

alkohola tirdzniecību internetā (Delfi 2020). Tajā pašā laikā tika aizliegta fiziska alkohola un tabakas izstrādājumu tirdzniecība brīvdienās, kas izraisīja plašas diskusijas sociālajos medijos, jo sevišķi tabakas un tās izstrādājumu lietotāju kontekstā (sk. 6. att.).

Jaunos apstākļus steidza izmantot alkohola ražotāji un izplatītāji, kuri, pielāgojoties situācijai, radīja atbilstošus reklāmas materiālus sociālajos medijos, aktualizējot faktu, ka alkohola iegāde brīvdienās būs pieejama tikai tiešsaistē. Šādi alus darbnīca “Labietis” savā “Facebook” lapā izvietoja reklāmu, kurā pirmie kadri ir Ministru prezidenta Krišjāņa Kariņa teiktais par alkohola tirdzniecības aizliegumu brīvdienās, bet pārējais reklāmas saturs bija tas, ka “Labietis” piedāvā iegādāties alkoholu arī brīvdienās, bet tiešsaistē (Labietis 2020) (sk. 7. att.).

Jānorāda, ka arī citi šī alkoholisko dzērienu ražotāja reklāmas materiāli Covid-19 laikā ir ironiski, dažbrīd ciniski, arī kādam no digitālās reklāmas saukļiem vēstot “Var būt arī sliktāk #Apokalipse_2020”, turklāt iegūst plašu rezonansi sabiedrībā ar lielo digitālās iesaistes vienību skaitu – tūkstošiem atzīmju “patīk”, dalīšanās (*share*) funkcijas izmantošana utt. Līdzīgi rīkojušies arī citi uzņēmumi, apelējot gan uz ģimenes vērtībām, gan uz, piemēram, visatļautības jautājumu (sk. 7.1. un 7.2. att.). Jāatzīst, ka ģimenes vērtību jautājums šajā kontekstā ir viens no neparastākajiem, kas redzēts, analizējot pieejamo materiālu.

Diskusijas sociālo mediju vidē izcēlās arī par to, ka alkohola tirdzniecības aizliegums brīvdienās, iespējams, būtu pamatojams, tomēr tabakas izstrādājumu iegādāšanās lieguma cēlonis būtu grūti atrodams. Turklāt šāds liegums realitātē patiesi veicināja lielāku alkohola un tabakas tirdzniecību piektdienās (LA.lv 2020). Šķiet, ka cilvēki tiešām iegādājās pat vairāk šī veida preču, nekā patiesībā būtu nepieciešams un patērējams. Lieguma opozicionāri gan norādīja, ka valdības pieņemtais lēmums nav nekas dramatisks, bet tieši pretēji – sekmēs un iemācīs sabiedrībai laicīgi plānot pirkumus (Apollo 2020b) (sk. 8. att.).



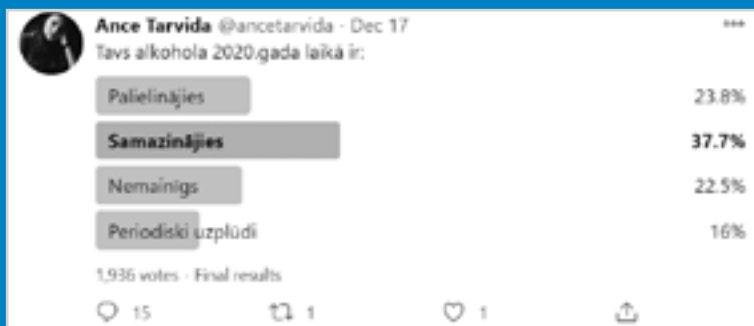
8. attēls. Lietotāja @_skabarga ieraksts mikroblogošanas vietnē "Twitter". 2020. gads 4. decembris. *Ekrānizgriezums*



9. attēls. Lietotāja @dzeina ieraksts mikroblogošanas vietnē "Twitter". 2020. gads 17. decembris. *Ekrānizgriezums*

Pēc trīs nedēļas nogalēm "sausā likuma" režīmā tika pieņemts jauns regulējums, valdībai izstrādājot īpašu plānu, kas stājās spēkā ar 2020. gada 18. decembri un pastāvēja līdz 11. janvārim, lai mazinātu dažādos monitoringos novēroto, ka tirdzniecības vietās ir vislielākās cilvēku masas un lielākā saslimstības iespējamība, kā arī īstenotu epidemiologu ieteikumus vīrusa izplatības mazināšanai (LSM.lv Ziņu redakcija 2020). Jaunie lēmumi paredzēja to, ka uz trim nedēļām tiks ierobežots iegādājamo preču saraksts, radot īpašu pirmās nepieciešamības preču sarakstu, kurā iekļauts arī alkohols un tabakas izstrādājumi. Šie lēmumi tika pieņemti tādēļ, lai nebūtu nepieciešams ieviest pārvietošanās ierobežojumus.

Jaunradītā preču saraksta vienības, protams, mulsināja ne vien dažādu nozaru pārstāvjus (šeit: ražotājus un tirgotājus), bet sabiedrību kopumā. Sasaucoties ar iepriekš minēto pavasarī noturēto "BENU Aptiekas" Stresa termometra pētījumu, kurā 19 % respondentu norādīja, ka stresu mazināt palīdz grāmatu lasīšana, arī pēc šiem valdības regulējumiem varēja novērot, ka sabiedrība ir izslāpusi pēc intelektuālās "barības". Salīdzinoši liela daļa cilvēku sociālajos medijos aktivizējās, lai paustu savu nepatiku pret valdības pieņemto, precīzāk, neizpratni par metodi, kādā tika izvēlēts, kas ir pirmās nepieciešamības preces un kas nav (sk. 9. att.). Diskusijā iesaistījās arī alkohola nozares spēlētāji, norādot, ka alkohola tirdzniecības aizliegums Latvijas ekonomiku atvirzītu tādā krīzē, kāda skāra valsti 2009. gadā.



10. attēls. Lietotāja @ancetarvida ieraksts mikroblogošanas vietnē "Twitter". 2020. gads 17. decembris. Ekrānizņēmums

Vēl neilgu brīdi pirms trīs "ierobežojošo nedēļu" grozījumiem Latvijas Grāmatnīgotāju asociācija lūdza valdību un Ministru prezidentu atļaut grāmatnīcām strādāt arī brīvdienās (LETA 2020a), tomēr rezultātā tas netika panākts, bet pat tika samazinātas iespējas, pilnībā novirzot grāmatu tirdzniecību uz digitālo vidi (Kultūras rondo 2020). Šādi tika samazinātas iespējas sabiedrībai izmantot resursu, ko pavasarī tā norādīja par vienu no mehānismiem stresa mazināšanai – grāmatu lasīšanas iespēju.

Visbeidzot, iezīmējot arī smēķēšanas tendences pandēmijas laikā, jānorāda gan uz tabakas jaunajiem formātiem, gan arī uz smēķēšanas rādītāju palielināšanos. Redzams un statistiski pierādāms, ka teorija piepildās praksē – latvieši tik tiešām izmanto alkoholu un tabaku kā stresa pārvarētājus. Par rādītāju palielināšanos liecina vairākkārt minētais BENU Aptiekas Stresa termometrs, kura 2020. gada oktobrī veiktā "piegājiena" dati pret references datiem šī paša gada pavasarī vēstīja, ka daļai iedzīvotāju ir pieaudzis tabakas patēriņa īpatsvars – aprīlī veiktajā aptaujā vien 6 % atzina, ka Covid-19 laikā smēķēt sākuši biežāk, savukārt rudenī šādu atbildi sniedza jau 8 % respondentu (NRA.lv 2020).

Pie smēķēšanas formātu izmaiņām jāpiemin aktualitāti ieguvušās tabakas karsējamās ierīces IQOS (ražotājs "Philip Morris") popularitātes pieaugums, kas, starp citu, šajā pašā gadā kļuva par vienu no jaunajiem lielākajiem Baltijas jūras piekrastes atkritumu veidiem, kā liecina kampaņā "Mana jūra" novērotais (Apollo, LEA 2020). Kurpretim par kādu pavisam jaunu formātu tabakas un nikotīna patēriņam kļuva vienreizējās lietošanas e-cigarete *Salt Switch*, kas piedāvā vienu cigaretes ierīci ar 400 dūmiem, turklāt dažādās pievienoto garšu modifikācijās. Šī parādība Latvijas tirgū ienāca 2020. gada rudenī, neilgi pirms otrā pandēmijas viļņa, izraisot jaunāko sabiedrības locekļu vecāku un pedagogu lielas bažas (Spundiņa 2020), jo šo elektronisko cigarešu pieejamība ir salīdzinoši vienkārša, turklāt ierīces pietiek ilgākam laikam. Runājot par šīs ierīces atbilstību laikmeta kontekstam – *Salt Switch* ir prece, kas derīga pašizolācijas formātam, tā rada maz dūmu, ir smēķējama iekšstelpās, nav nepieciešams iet ārā

un pakļaut sevi citiem, proti, epidemioloģiskiem riskiem. Tātad – vēl viens instruments, kas palīdz pārvarēt stresu, bet pakļauj jaunam – psiholoģiskam riskam, jo šo ierīci lieto vienatnē, iekštelpās, izlaižot klasisko smēķēšanas “biedrošanās procedūru”.

Gada nogalē vienā no aktīvākajiem diskusiju sociālajiem tīkliem kāda lietotāja ierosināja aptauju par to, vai citu lietotāju alkohola patēriņš kopumā 2020. gadā ir pieaudzis, samazinājies vai kā citādi. Kā redzams, teju divu tūkstošu respondentu biežākā atbilde ir patēriņa samazināšanās tendence (sk. 10. att.). Tomēr zīmīgs grūtību pārvarēšanas teorijas kontekstā ir pēdējais piedāvātais atbilžu variants, proti, “periodiski uzplūdi”, kas tiešā veidā saistāms ar emocionālo nestabilitāti, nekonekvētu rīcību, kas liek šaustīties izvēlēs starp “lietot” un “nelietot”, vai arī dzan tikpat labi varētu būt saistāms ar iemesliem, kādēļ alkohols tiek patērēts (pasākumi, svētki, ierobežojumu atjaunošana/atcelšana utt.). Katrā gadījumā šīs sociālo mediju lietotāju ekspresaptaujas rezultāti parāda nedaudz citādu ainu nekā aptieku tīkla veiktās.

Neapšaubāms ir fakts, ka atkarību izraisošu vielu patēriņš pandēmijas laikā ir pieaudzis globālā līmenī, un ir pamats uzskatīt, ka šāds krass rādītāju pieaugums saistāms ar globālo veselības krīzi. Vairāki pētnieki norāda, ka šajā kontekstā alkohola patēriņš ir palielinājies vardarbības gadījumu skaitu ģimenē, palielinājies pāridarījumu skaitu bērniem, veidojies nepārprotamu saikni starp alkohola lietojuma un pašnāvību skaita pieaugumu, kā arī ietekmējis dažādus citus mentālās veselības jautājumus (Ramalho 2020, 525). Covid-19 nezināmās ilgstamības jautājums ietekmē arī cilvēka vajadzību sistēmu, kas kļūst sevišķi kompleksa, ja jau pirms pandēmijas tika lietotas atkarību izraisošās vielas (Matias *et al.* 2020, 874). Ne vien ražotāji, bet arī mediji, aktualizējot iepriekš minētās tēmas, uz zināmas informācijas paplātes sniedza konstantus atgādinājumus par iespējām un formātiem atkarību izraisošo vielu patērēšanai. Ja krīzes sākumposmā kāda cilvēku grupa, piemēram, cīnījās ar kādas atkarības pārvarēšanu, tad krīzes laikā, visticamāk, nācās pielikt lielākas pūles, lai atbrīvotos no šīm atkarībām, jo valdīja šī jautājuma iztirzāšanas pārbagātība tiešsaistes medijos.

Ikvienai krīzes skartajai sabiedrības daļai šajā laikā bija nepieciešams mierinājums, jo, balstoties uz iepriekšējiem pieņēmumiem, jebkura stresa pārvarēšanas stratēģija tiek balstīta tādās vai citādās emocijās, un tas nav sasaistāms ar racionālo. Ir grūti pateikt, kā un vai pēc 2020. gadā piedzīvotajām pārmaiņām alkohola un tabakas izstrādājumu nozarēs atkopsies sabiedrība. Varētu vien izteikt pieņēmumu, ka Latvijas sabiedrībai par daļu no grūtību pārvarēšanas instrumentiem ir kļuvusi mediju un jo sevišķi sociālo mediju vide, kas, kopīgi apspriežot dažādus jautājumus un vienojoties viedokļos, radījusi distancētas komūnas sajūtu. Tiešsaistes medijiem maksimāli nozīmīga loma ir bijusi arī dažādu līdz krīzei pieņemtu normu transformācijā – tie vecinājuši alkohola interneta tirdzniecību, kā arī mainījuši ierasto dienaskārtību, saturu diferencējot ar sabiedrības problēmu risināšanu. Šādā veidā mediji un to ekoloģija līdzī laimam mainījuši un mainījušies paši, veidojot jaunu – krīzes laika – mediju konceptu. Un to nevarētu iedalīt kā ko labu vai sliktu, jo mediji savā ziņā kultivēja patēriņu, bet arī saliedēja nāciju.

LITERATŪRA

- Apollo, LETA. (2020). Sejas maskas un "IQOS" cigarešu filtri. Kampanas laikā atklāj jaunus piesārņojuma veidus jūrā un piekrastē. *apollo.lv*. 17. aug. Izgūts no: <https://www.apollo.lv/7040913/sejas-maskas-un-iqos-cigarešu-filtru-kampanas-laika-atklaj-jaunus-piesarņojuma-veidus-jura-un-piekraste>
- Apollo. (2020a). "Jābeidz alkohola ražošanas veicināšana!" Mediķiem iebilstot, deputāti konceptuāli atbalsta alkoholisko dzērienu tirdzniecību internetā. *apollo.lv*. 6. maijs. Izgūts no: <https://www.apollo.lv/6967137/jabeidz-alkohola-razosanas-veicinasana-medikiem-iebilstot-deputati-konceptuali-atbalsta-alkoholisko-dzerienu-tirdzniecibu-interneta>
- Apollo. (2020b). "Latvijā, ejiet veikalā, "šmīgu" pērciet vairumā!" Sociālo tīklu lietotāju atziņas par "sausajām brīvdienām". *apollo.lv*. 5. dec. Izgūts no: <https://www.apollo.lv/7126382/latviji-ejiet-veikala-smigu-perciet-vairuma-socialo-tiklu-lietotaju-atzinas-par-sausajam-brivdienam>
- BENU Aptieka. (2020a). BENU Aptieka uzsāk unikālu pētījumu par iedzīvotāju stresu Covid-19 laikā. *benu.lv*. 5. maijs. Izgūts no: <https://www.benu.lv/jaunumi/benu-aptieka-uzsak-unikalu-petijumu-par-iedzivotaju-stresu-covid-19-laika.html>
- BENU Aptieka. (2020b). Pētījums: 70 % Latvijas iedzīvotāju izjūt satraukumu pirms došanās ārpus mājām; Kopējais sabiedrības uztraukuma līmenis mazinājies. *benu.lv*. 1. maijs. Izgūts no: <https://www.benu.lv/jaunumi/petijums-70-latvijas-iedzivotaju-izjut-satraukumu-pirms-dosanas-arpus-majam-kopejais-sabiedribas-uztraukuma-limenis-mazinajies.html>
- Blumentals, K. (2020). Kā pavisam ātri uzsākt alkohola tirdzniecību internetā. *mozello.lv*. 24. marts. Izgūts no: <https://www.mozello.lv/blogs/ka-pavisam-atr-uzsakt-alkohola-tirdzniecibu-interneta>
- Cohen, M., Ben-Zur, H., Rosenfeld, M. J. (2008). Sense of coherence, coping strategies, and test anxiety as predictors of test performance among college students. *International Journal of Stress Management*, 15(3), 289–303. DOI: 10.1037/1072-5245.15.3.289
- Delfi Bizness (2020). Saeima atļauj alkohola tirgošanu internetā. *Delfi.lv*. 3. dec. Izgūts no: https://www.delfi.lv/bizness/biznesa_vidae/saeima-atlauj-alkohola-tirgosanu-interneta.d?id=52720159
- Ekonomikas ministrija. (2019). *Likumprojekta "Grozījumi Alkoholisko dzērienu aprites likumā" sākotnējās ietekmes novērtējuma ziņojums (anotācija)*. Izgūts no: <http://tap.mk.gov.lv>
- Euro WHO. (2020). *Alcohol does not Protect Against COVID-19; Access should be Restricted During Lockdown*. Retrieved from: https://www.euro.who.int/en/health-topics/disease-prevention/alcohol-use/news/news/2020/04/alcohol-does-not-protect-against-covid-19-access-should-be-restricted-during-lockdown/_recache?fbclid=IwAR2lkiQcxfDdziOa7esAbXO-caLv66wvhpP4JxoDwXQd5z14X02jAmHZul
- Ēvalde, I. (2020). Alkohola iegāde internetā kļūst populāra lēnām. *la.lv*. 10. okt. Izgūts no: <https://www.la.lv/alkoholu-interneta-pienem-palenam>
- FACCEX. (2019). Kāpēc tu lieto alkoholu? Kāpēc to sauc par atkarību? *YouTube*. 4. jūl. Izgūts no: <https://www.youtube.com/watch?v=kFOvybLfhVI>
- Finanšu ministrija. (2020). Speciālais likums "Par valsts apdraudējuma un tā seku novēršanas un pārvarēšanas pasākumiem sakarā ar Covid-19 izplatību". *likumi.lv*. 20. marts. Izgūts no: <https://likumi.lv/ta/id/313373-par-valsts-apdraudejuma-un-ta-seku-noversanas-un-parvaresanas-pasakumiem-sakara-ar-covid-19-izplatibu>
- Flecha Ortiz, J. A., Santos Corrada, M. A., Lopez, E., Dones, V. (2021). Analysis of the Use of Memes as an Exponent of Collective Coping During COVID-19 in Puerto Rico. *Media International Australia*, 178(1), 168–181. DOI: 10.1177/1329878X20966379
- Gurvich, C., Thomas, N., Thomas, E. H., Hudaib, A. R., Sood, L., Fabiatis, K., Sutton, K., Isaacs, A., Arunogiri, S., Sharp, G., Kulkarni, J. (2021). Coping Styles and Mental Health in Response to Societal Changes During the COVID-19 Pandemic. *International Journal of Social Psychiatry*, 67(5), 540–549. DOI: 10.1177/0020764020961790
- Holmes, L. (2020). Drinking During Lockdown: Headline Findings. *Alcohol Change UK*. Apr. Retrieved from: <https://alcoholchange.org.uk/blog/2020/covid19-drinking-during-lockdown-headline-findings>

Kultūras rondo. (2020). Grāmatnīcas nākamās trīs nedēļas klientus apkalpos distancēti. *LSM.lv*. 18. dec. Izgūts no: <https://www.lsm.lv/raksts/kultura/literatura/gramatnicas-nakamas-tris-nedelas-klientus-apkalpos-distanceti.a385992/>

LA.lv. (2020). FOTO. Otro "aizklāto veikalu" brīvdienu priekšvakarā; visgarākās rindas pie alkohola plauktiem. *LA.lv*. 11. dec. Izgūts no: <https://www.la.lv/foto-otro-aizklato-veikalu-brivdienu-prieksvakara-visgarakas-rindas-pie-alkohola-plauktiem>

Labiētis (2020). Brīvdienas tuvojas – nelauzi galvu. Nemāki aprēķināt alus daudzumu visai nedēļas nogalei? Nelauzi lieki galvu, jo no šīs nedēļas nogales Labieša tās pašas dienas piegādes Pierīgā un Liepājā notiks katru dienu. Facebook. 3. dec. Izgūts no: <https://fb.watch/2vcWOthCwU/>

Lazarus, R. S. (1999). *Stress and Emotion: a New Synthesis*. New York: Springer.

Lazarus, R. S., Folkman, S. (1984). *Stress, Appraisal, and Coping*, New York: Springer.

LETA. (2020a). Asociācija aicina ļaut grāmatnīcām strādāt arī nedēļas nogalēs un svētku dienās. *Delfi.lv*. 16. dec. Izgūts no: https://www.delfi.lv/business/biznesa_vide/asociacija-aicina-laut-gramatnicam-stradat-ari-nedelas-nogales-un-svetku-dienas.d?id=52764499

LETA. (2020b). Veselības ministre: Pēc Covid-19 krīzes būs nopietni jārunā par alkoholisma mazināšanu. *Diena.lv*. 14. apr. Izgūts no: <https://www.diena.lv/raksts/viedokli/latvija-veselibas-ministre-pec-covid-19-krizes-bus-nopietni-jaruna-par-alkoholisma-mazinasanu-14239506>

LETA. (2020c). Grasās atļaut alkoholisko dzērienu tirdzniecību internetā, raisot bažas par alkoholisma uzplaukumu. *LETA.lv*. 14. apr. Izgūts no: <http://leta.lv/home/important/96890D5C-E70A-4AAB-9C19-D102AB93263E/>

LSM Ziņu redakcija. (2020). VIDEO: Valdība informē par aktuālākajiem lēmumiem Covid-19 krīzes laikā. *LSM.lv*. 15. dec. Izgūts no: <https://www.lsm.lv/raksts/zinas/latvija/video-valdiba-informe-par-aktualakajiem-lemumiem-covid-19-krizes-laika.a385541/>

Matias, T., Dominski, F. H., Marks, D. F. (2020). Human Needs in COVID-19 Isolation. *Journal of Health Psychology*, 25(7), 871–882. DOI: 10.1177/1359105320925149

Nieto, C., White, M., Barquera, S. (2020). Good Deeds and Cheap Marketing: The Food Industry in the Time of COVID-19. *Obesity*, 28(9), 1578–1579. DOI:10.1002/oby.22910

NRA.lv (2020). Aptauja: Covid-19 laikā ir saasinājušies kaitīgie ieradumi. *Nra.lv*. 22. nov. Izgūts no: <https://nra.lv/latvija/330705-aptauja-covid-19-laika-ir-saasinajusies-kaitigie-ieradumi.htm>

Pollard, M. S., Tucker, J. S., Green, H. D. (2020). Changes in Adult Alcohol Use and Consequences During the COVID-19 Pandemic in the US. *JAMA Netw Open*, 3(9), e2022942. DOI: 10.1001/jamanetworkopen.2020.22942

Ramalho, R. (2020) Alcohol Consumption and Alcohol-Related Problems During the COVID-19 Pandemic: a Narrative Review. *Australasian Psychiatry*, 28(5), 524–526. DOI: 10.1177/1039856220943024

Sidoroviča, T. (2020). Internetā alkoholu pārķer nelielos apjomos. *LSM.lv*. 23. maijs. Izgūts no: <https://www.lsm.lv/raksts/zinas/ekonomika/interneta-alkoholu-perk-nelielos-apjomos.a361014/>

Spundiņa, L. (2020). Pusaudžu vidū populāras kļūst flomāsteram līdzīgas elektroniskā cigaretes; smēķētājus grūti pieķert. *LSM.lv*. 1. nov. Izgūts no: <https://www.lsm.lv/raksts/zinas/latvija/pusaudzu-vidu-popularas-klust-flomas-teram-lidzigas-elektroniska-cigaretetes-smeketajus-gruti-piekert.a380070/>

The Nielsen Company. (2020). *Rebalancing the 'COVID-19 Effect' on Alcohol Sales*. Retrieved from: <https://www.nielsen.com/us/en/insights/article/2020/rebalancing-the-covid-19-effect-on-alcohol-sales/>

TVNET, LETA. (2020). Vairākas organizācijas aicina Saeimu atcelt atļauju tirgot alkoholu internetā. *TVNET.lv*. 30. marts. Izgūts no: <https://www.tvnet.lv/6937192/vairakas-organizacijas-aicina-saeimu-atcelt-atlauju-tirgot-alkoholu-interneta>

Ūdre, A. (2020). Savērēstības teorijas par Covid-19 – kāpēc cilvēki tām tic? *LSM.lv*. 13. sept. Izgūts no: <https://www.lsm.lv/raksts/zinas/arzemes/saverestibas-teorijas-par-covid-19--kapek-cilveki-tam-tic.a373678/>

5#

Pagātnes krīzes atbalsojums un pieredze

- 369 Epidēmijas, pandēmijas un mediju ekoloģija: Latvijas pieredze modernajā laikmetā (18.–20. gadsimts)
- 385 Informācija par karu un kara diskursi Pirmā pasaules kara pirmajās dienās
- 401 Informācija par karu un kara diskursi Otrā pasaules kara pirmajās dienās
- 417 Krīze krīzē – veselība un mediji Latvijā nacistu okupācijas gados
- 435 Lielie plūdi Baltinavā: komunikācija lokālajā krīzē

Wichtiges Patentrecht!!

Die Abfälle sind, welche, welche...
...wird...
...ist...

Vorsichts-Maßregeln gegen die Cholera

Die wichtigste Vorsichts-Maßregel ist, daß es viel
...
...ist...

Vorschlag über die Cholera-Kranken
vom 20. October 1849 über die vom 21. October 1849 über 9 1/2

	im Jahr 1849	im Jahr 1850	im Jahr 1851
in der Stadt	3	1	1
in der Provinz	7	2	1
in der Gegend	19	3	2

Obgleich die Cholera in diesen Jahren noch nicht mit gleicher
...
...ist...

Das Königlich Preussische General-Consul für den und
...
...ist...

Niga, Juli 1853.

Vorschlag über die Kranken an der Cholera in Niga,
vom 6. August wegen der vom 7. August wegen 1851

	2017	2004	1913
...

Beitrag zur Cholera

W. Baron von der Recke aus Kur
Im October 1874.

In dem Jahre 1847 veröffentlichte ich in dem
...
...ist...

EPIDĒMIJAS, PANDĒMIJAS UN MEDIJU EKOLOĢIJA: LATVIJAS PIEREDZE, MODERNAJĀ LAIKMETĀ (18.–20. GADSIMTS)

Vita Zelče

Cilvēce savā vēsturē ir piedzīvojusi daudzas krīzes, kuru cēlonis un/vai kontekstuālā situācija bija infekcijas slimību plaša izplatība. Vēsturiskās pieredzes analīze rāda, ka medijiem ir bijusi ļoti nozīmīga loma šajās krīzes situācijās un to vadībā. Tie ir spēlējuši gan pozitīvu, gan negatīvu lomu epidēmiju izplatības ierobežošanā un sabiedrības racionālas uzvedības veidošanā, kā arī veselībratības veicināšanā (Garrett 2001; Lagone et al. 2014; Foss 2020). Vienlaikus arī infekcijas slimību radītās krīzes ir ietekmējušas medijus – gan to saturu, informācijas pasniegšanu, žurnālistu un redaktoru darbu, gan arī auditorijas attiecības ar medijiem un to lietošanas paradumus. Šīs nodaļas uzdevums ir piedāvāt Latvijas teritorijā 18.–20. gadsimtā piedzīvoto lielāko epidēmiju kopsakara ar informācijas apriti pamatlīnijas. Tās arī labi raksturo mediju ekoloģijas kopainas transformācijas un masu mediju nozīmi krīzes vadībā.

Mediju materiāli, it īpaši prese, ir arī nozīmīgs pagātnē pieredzēto epidēmiju vēstures izziņas avots. Daudzu laikrakstu lappusēs ir rodama šo krīzes situāciju detalizēta hronika, kā arī to piedāvāto diskursu atspoguļojums. Pateicoties pagātnes medijiem, ir iespējams izsekot epidēmiju izraisītajai krīzei gan no tās sākuma līdz atrisinājumam, gan tās kulminācijas

un/vai katastrofas brīžiem. Protams, svarīgs priekšnoteikums mediju piedāvātās informācijas apjoma, kvalitātes un patiesuma izvērtēšanā ir to darbības kontekstuālie faktori. Vispirmām kārtām “vārda brīvības” situācija. Latvijas teritorijā medijiem ir nācies darboties monarhiju, autoritāru un totalitāru režīmu laikā, kad informācijas saturs tika kontrolēts un vienādots ar varas nostāju. Likumdošanas akti, speciālu institūciju (piemēram, cenzora, Cenzūras pārvaldes, Galvenās literatūras pārvaldes) darbība, sodi noteica mediju informatīvās funkcijas īstenošanas robežas (Zelče 1993; Strods 2008, 2010, 2011). Tāpat jāreķinās ar ekonomiskajiem un sociālajiem faktoriem, piemēram, mediju tehnoloģiju stāvokli, transportu, auditorijas pirktspēju un interesēm. Protams, mediji nav vienīgais vēstures avots par epidēmiju. Piemēram, medicīnas vēsturnieki priekšroku dod dažādu veselības aprūpes institūciju arhīviem, ārstu atstātām liecībām; demogrāfi – iedzīvotāju statistikas datiem, kas iekļauj arī epidēmiju ietekmes uz mirstību, cilvēka dzīves ilgumu rādītājus; kultūras vēsturnieki – slimību uzliesmojuma kontekstā tapušajiem literārajiem un mākslas darbiem un refleksijām par epidēmiju laikā pieredzēto. Vērtīga informācija rodama arī daudzos citos rakstītajos avotos, arheoloģiskajos, etnogrāfiskajos un cita veida materiālo lietu liecībās.

Iepriekšējos gadsimtos mūsdienu Latvijas teritoriju skāra vairākas smagas pandēmijas, kas prasīja tūkstošiem cilvēku dzīvības. To sarakstā vispirmām kārtām jāiekļauj Lielais mēris (1709–1711), vairāki holeras epidēmijas (1831–1832, 1848–1849, 1852, 1853–1858, 1892, 1894, 1908–1909, 1910, 1913) un gripas (1829–1833, 1836, 1847–1848, 1857, 1889–1890, 1949–1952, 1957, 1977) uzliesmojumi, tostarp arī spāņu gripas izplatība (1918–1920) u. c. Nereti pandēmiju norises savijās ar kariem un/vai armijas pārvietošanos, pēckara apstākļu saimnieciskajām un sociālajām problēmsituācijām, klimatiskajiem apstākļiem, neražu radīto pārtikas trūkumu, ekonomiskajām krīzēm, migrācijas pieaugumu (Karlsone 1936; Vasil'ev, Kanep 1965; Frandsen 2010; Gerhards 2011; Gīle 2020).

MUTVĀRDI

18. un 19. gadsimtā informācijas vides infrastruktūra vēl bija samērā ierobežota, lai gan pastāvēja tipogrāfijas, tika izdotas grāmatas, attīstījās prese. 19. gadsimta otrajā pusē veidojās telegrāfa un telefona sakari, kā arī kino skatīšanās kultūra, tomēr būtiska loma joprojām bija mutvārdos cirkulējošajai informācijai. Runāšana (kopā ar žestikulēšanu) bija pirmais unikālais cilvēku medijs¹ un ilglaiči arī – vienīgais. Ja vēsturē ir iespējams hronoloģiski nošķirt Runas ēru (ap 180 000–3500 p. m. ē.), tad runāšanas kultūra kā sociālais fenomens pastāvēja visos nākamajos mediju vēstures laikmetos un mijiedarbojas ar citām saziņas un informācijas izplatības kultūrām. Runa, saruna veidoja sociālās grupas, kopienas starppersonālās dzīves formas. Saīdzinājumā ar citiem komunikācijas formātiem runāšana, tāpat arī dzirdēšana/

¹ Šā jēdziena skaidrojumu sk. nodaļā “Mediju ekoloģija, evolūcija un krīze”.

klausīšanās ir lēts komunikācijas veids. Cilvēks spēj pateikt vidēji 150 vārdus minūtē savā dzimtajā valodā un viņa sarunbiedrs – uzklaustīt. Protams, runāšanai (ja tā notiek bez tehnoloģiju atbalsta) ir ierobežota auditorija, tā spēj aizsniegt tikai to cilvēku loku, kas sadzird izrunāto skaņu. Vienlaikus runāšana ir intīmākais komunikācijas veids, kas starp tajā iesaistītajiem cilvēkiem veido ciešas, emocionālas un nereti arī uzticības vai naida lādētas attiecības (Poe 2011, 26–60).

Bagātīga informācija un priekšstati par pandēmijām, kas norisinājās pirms rakstīšanas un drukas kultūras iesakņošanās plašākā sabiedrībā, ir saglabājusies 19. un 20. gadsimtā tapušajos folkloras materiālos. Tie gan paši mūsdienās ir pārtapuši par rakstītās kultūras daļu un tai atbilstīgiem rakstītajiem vai drukātajiem medijiem. Folklorā – teikas, pasakas, tautasdziesmas, parunas, buramvārdi – līdz to pierakstīšanai pastāvēja mutvārdu formā un tā tika nodota no vienas paaudzes nākamajai. Arī epidēmiju reprezentācija šajā pārnēsē no mutvārdu uz rakstīto kultūru, nenoliedzami, transformējās, tajā zuda tūlītējas pieredzes un pārdzīvotā skaudrās ķermeniskās un emocionālās reakcijas, tostarp vaimanas un žēlabas. Savukārt nāca klāt notikusi vērtējums, atziņas, arī prieks par dzīvi/dzīvošanu. Tas spilgti vērojams mērim vēltītajās tautasdziesmās un pasakās, jo Lielā mēra plosīšanos Latvijas teritorijā un šīs folkloras fiksēšanu rakstu formā šķīra apmēram pusotrs vai pat divu gadu simteņi (Grudule 1992, 355).

Folklorista Pētera Šmita apkopotās latviešu pasakas un teikas liecina, ka cilvēki mēra izcelšanos saistīja ar ārpusnieku, proti, svešinieku, parādīšanos, piemēram, ar balta jātnieka uz balta zirga ierašanos, baltu putniņu lidināšanos, velna (arī kunga izskatā) darbībām. Mēra uzvedība tika traktēta kā iebrukums, nekaunīga un nekautra rīcība (Šmits 1936, 330–335). Vārda “mēris” lietojums folklorā ir visai nosacīts, ar to tika apzīmētas epidēmijas, kas izraisīja lielu mirstību. Farmaceits Dāvis Blumentāls norāda, ka latviešu teikās var rast informāciju par cilvēku priekšstatiem par mēra izplatīšanos, ētiskajām nostādnēm sērgu laikā, prasmi no tās izsargāties ar karantīnas un izolācijas principu ievērošanu, pareizas higiēnas un tīra ūdens nozīmi. Folkloras materiālos rodamas arī ziņas par ārstniecību un lietotajām zālēm, par kurām informācija gadsimtiem tika glabāta mutvārdos. Piemēram, mēra ārstniecībai “lietoja skābus dzērienus, it īpaši dzērveņu sulu. Dzēra mēra puķes [pelašķa] novārījumu, kā arī stīprās puķes sulu. Miesu pārklāja ar drēbi, ko saslapināja ar melnās zāles izvilkumu.” (Blumentāls 1929, 311–313) Jāpiezīmē, ka visas šīs zināšanas teikās pārnēsa epidēmijā izdzīvojušie, apstrādājot krīzē pieredzēto, izdarot secinājumus un pēc tam to visu pārvēršot stāstos. Dzejnieks Andrejs Pumpurs atmiņās par bērnību 19. gadsimta vidū vēstīja, ka viņš labprāt klausījās nostāstus par mēra laikiem, kuros reālas pagātnes ainas savijās ar fantastiskiem tēliem. To stāstniece bijusi gados jau veca radniece – “Mīļā māte”, kura varētu būt dzimusi ap 1750. gadu. Viņa pati jaunībā bija redzējusi mēri piedzīvojušos cilvēkus, “kuru miesās bijušas redzamas rētas no mēra trumiem”. “Mīļās mātes” skatījumā mēris bija Dieva sods cilvēkiem; tas mēdzis ierasties maza, melna sunīša izskatā vai Mēra jumpravas veidolā (Pumpurs 1980, 56–59). Stāsti par mēra laikiem daudzkārt tika pārcilāti zemnieku mājās, it īpaši vēlos rudeņos un ziemā, saimei sapulcējoties ierastajās vakarēšanās, kuru kultūras neatņemama daļa bija šausmu stāsti un baidīšana. To laikā galvenokārt skalu apgaismojumā mājas ļaudis strādāja dažādus rokdarbus

un amatniekdarbus, kā arī pārrunāja senus un nesenus notikumus, “stāstīja pasakas, gadījumu un piedzīvojumus un tā vēl” (Dinsbergs 1904, 13), arī par “mēriem, kariem, spokiem un citiem raibiem notikumiem” (Pumpurs 1980, 45). Vakarēšanās lietotais informācijas saturs ceļoja no mājas uz māju, jo mainījās saimju sastāvi, ik pa laikam tika nolīgti citi kalpi, uzaicināti amatnieki un arī cilvēki gluži vienkārši devās ciemos pie kaimiņiem, draugiem un radiem. Līdzīgas sarunas risinājās krogos, kas kalpoja kā atpūtas, azaida un alkohola baudīšanas vieta un ceļinieku naktsmītne. Krogi 18. un 19. gadsimtā bija nozīmīga publiskās telpas komponente, tieši tur ar informāciju apmainījās dažādi cilvēki, piemēram, vietējie ar svešiniekiem, atšķirīgu profesiju pārstāvji, augstākiem un zemākiem sociālajiem slāņiem piederīgie. Krogos un vakarēšanās dzirdētais un pārspriestais veidoja tālaika zemāko sociālo slāņu zināšanu summas par infekcijas slimībām, to izplatību un pandēmijām būtisku daļu.

Ja Lielais mēris 19. gadsimtā jau piederēja pagātnes pieredzei, tad holeras uzliesmējumi, kas kopš 1831. gada piemeklēja mūsdienu Latvijas teritoriju, bija tālaika aktualitāte. 19. gadsimta Vidzemes un Kurzemes informācijas ekoloģija bija jau citāda nekā Lielā mēra laikā, tajā jau bija iekļāvušies masu mediji – vācu, latviešu, vēlāk arī krievu valodā iznākoši laikraksti, kalendāri un grāmatas. Tādējādi informācija par holeru bija gūstama arī lasāmā veidā. Neraugoties uz to, funkcionēja mutvārdu formā cirkulējošās ziņas un stāsti. Nereti tās var klasificēt kā baumas vai klaju dezinformāciju. Laikraksta “Mājas Viesis” redaktors Ansis Leitāns atmiņās par pirmo epidēmiju rakstīja: “1831mā gadā [...] Rīgai pirmu reiz uznāca tā briesmīga kolera=sērga. Mai mēnesī tā iesākās un augusta iesākumā jav bij zuduse. Ak, kādas tad pasakas tika daudzīnātas, ka Daugavas ūdens esot noģiptēts, cits brūveris tādu nāvīgu alu izbrūvējis un vēl kāds beķeris tādu maizi izcepis, kas ģiptīga un t. pr., jo poļu dumpinieki par to visu esot maksājuši. Teic, ka toreiz dažus kolera=sērdzīgus pusdzīvus jav metuši bedrē un ar kaļķiem apkaisītos aprakuši. Bij priekš tiem ietaisītas īpašas kapsētas.” (Leitāns 1875, 39–40) Šis atmiņu mirklis liecina, ka, sastopoties ar nezināmo, cilvēki meklēja skaidrojumus, radīja sazvērestības teorijas, lai rastu atbildes par nesaprotamiem notikumiem, apšaubītu citos avotos, arī oficiālajos, atrodamo informāciju. Viņi arī apmainījās ar publiskajā telpā dzirdētajām ziņām un piedāvāja savas interpretācijas. Nereti preses izdevumos tika publicēti mutiski funkcionējošās nepatiesās informācijas atspēkojumi gan par holeras, gan arī par citu infekcijas slimību plosīšanos. Piemēram, 1848. gada holeras epidēmijas laikā “Latviešu Avīžu” redaktors Vilhelms Panteniuss lasītajiem skaidroja, ka nepatiesas ir plaši izplatītās valodas, ka ārsti, ebreji un arī vēl arī citi ļaudis braukājot apkārt un kaisot akās holeru kā indi, “tā kā mēs mušmieres izliekam mušām, uz laimi: kas ēdīs no tām, sprāgst nost” (Panteniuss 1848, 139). Zīmīgi ir arī citi vēlāku gadu piemēri: 1928. gadā laikrakstos parādījās ziņas, ka baumas par tīfa epidēmiju ir nepatiesas, Latvijas militārajos spēkos konstatēti vien daži saslimšanas gadījumi (Brs 1928, 2, [B. a.] 1928, 9); 20. gadsimta 70. gadu vidū laikraksti vēstīja, ka aplams ir uzskats par venerisko slimību ļoti plašo izplatību Latvijā, un skaidroja, ka ar tām nevar inficēties, ārpus mājas dzerot sulu, kvasu vai gāzēto ūdeni, kā arī guļot jūrmalas smiltīs un peldoties jūrā (Stankeviča 1974, 4); 1987. gadā presē lasāmi runu atspēkojumi par saslimšanas ar AIDS daudzajiem gadījumiem Daugavpilī ([B. a.] 1987, 4. lpp.).



1. attēls. Rīgas sanitārās (veselības) komitejas informatīvais plakāts 1848. gada holēras epidēmijas laikā. Latvijas Nacionālais arhīvs, Latvijas Valsts vēstures arhīvs, 3. f., 5. apr., 2459. l., 222. lp.

Mutvārdos funkcionējošās informācijas ekoloģijas būtiska sastāvdaļa 18.–19. gadsimtā un daļēji arī 20. gadsimtā bija baznīca. Cilvēki tajā uzzināja ne tikai jaunumus, bet arī guva padomu, mierinājumu. Literatūrzinātniece Māra Grudule raksta, ka Lielā mēra aprakstus var rast luteriskās un katoļu baznīcas dziesmās, lūgšanu un sprediķu tekstos. Taču savulaik šie teksti tika lietoti: dziesmas – dziedātas, lūgšanas – skaitītas, un sprediķus baznīcnieki klausījās dievkalpojumos. Piemēram, tālaika baznīcu komunikācijas liecības rodamas Dundagas mācītāja Jākoba Frīdriha Bankava (*Jakob Friedrich Bankau*) sprediķu grāmatā, kā arī no vācu valodas latviski tulkotajās dziesmās. Tajās atainota sērgas radītā nelaime: “Ak žēlīgais Tēvs un taisnais Dievs, / Tu mūsu Kungs un glābējs. / Redz ka mums vīrsūz stājies / Tas briesmīgs ļaužu grābējs. / Tas mēris visur dara post’ / Un vienu rauj pēc otra nost / Ar nikniem mēra trumiem.” (Cit. Grudule 1992, 353) Dziesmās un lūgšanās tika pausta cerība uz Dieva žēlastību

un skanēja vaimanas. Lielā mēra laika reliģiskajos tekstos iedzīvinātas tālaika emocijas, to komunikācija un arī realitātē valdošā baismā gaisotne (Grudule 1992, 352–355).

Jau kopš 17. gadsimta varas rīkojumi tika izplatīti iespiestu plakātu un patentu veidā un tie vietējiem draudžu mācītājiem bija skaļi jānolasa baznīcās. Šī sistēma pastāvēja arī pēc Latvijas teritorijas iekļaušanas Krievijas impērijā. Baznīcās nolasīja ziņas gan par svarīgākajām norisēm valstī, gan vietējām aktualitātēm. Tās iekļāva arī epidēmiju izcelšanos un gubernatoru rīkojumus par karantīnas ieviešanu un uzvedības normatīviem. Līdz pat 19. gadsimta pēdējam ceturksnim baznīca bija galvenais oficiālās informācijas kanāls. Situācija mainījās, pateicoties lasītprasmes izplatībai, drukāto mediju piedāvājuma pieaugumam un to cenas atbilstībai pirktspējai, jo tad arī zemāko kārtu ļaužu ikdienā ienāca preses izdevumu lietošana (Zelče 2009, 71–73).

Nenoliedzami, epidēmiju uzliesmojuma periodos publiskajā telpā sarunas par notiekošo, cilvēku saslimšanu, atveseļošanas vai nāvi piederēja pie starppersonālās komunikācijas galvenajām tēmām. Slimības laikā sirgstošajiem bija nepieciešama ārstu palīdzība, kas gan ne vienmēr bija pieejama, kā arī garīdznieku atbalsts. Tieši šīs epidēmiju uzliesmojumu laikā bija augstākā riska profesijas. Saziņa starp mediķi un pacientu, mācītāju un draudzes locekli, kā arī starp slimību skārušās ģimenes locekļiem bija neatņemama komunikācijas ekoloģijas daļa.

VĒSTULES

Privātajā telpā notiekošās starppersonālās komunikācijas atspulgs ir vēstules, kas tika plaši lietotas saziņā starp atsevišķiem cilvēkiem, piemēram, draugiem, radiem, ģimenes locekļiem, darījumu partneriem. 18.–20. gadsimtā tās pārsvarā bija ar roku vai rakstāmmašīnu uz papīra rakstīti teksti, ko ar pasta, kurjeru starpniecību vai privāti nogādāja adresātam. Personiskās vēstules kā vēstures avots vienlaikus ataino cilvēku savstarpējās attiecības, kā arī konkrēta laika vēstures un kultūras kontekstu (Kalniņa 2004). Rakstot vēstuli, tās autors parasti rēķinās ar saņēmēju, viņa interesēm, tieši viņam sniedzamo informāciju, tās pieļaujamo atklātumu vai ierobežojumiem. Vēstulēs cilvēki bieži dalās ar stāstiem par savu ikdienu, tajās pieredzēto, labajiem un sliktajiem notikumiem, pārdzīvojumiem un emocijām. Arī saslimšana, atveseļošanās un slimības radītās sekas ir viena no personisko vēstulju tēmām. Lielākoties cilvēki slimības kulminācijas brīdī nespēj rakstīt, vēstules top tad, kad krīze jau ir aiz muguras vai notikusi atveseļošanās. Arī Latvijas kultūrvēsturiskajā epistolārajā mantojumā ir zināmu personību vēstules, kurās skarta infekcijas slimību tēma. To autori epidēmiju laikā ir bijuši dažādās lomās, piemēram, slimnieka, ārsta, notiekošā vērotāja. Tajās ietvertā informācija ļauj izziņāt vairākus slimību un ar to saistītās komunikācijas aspektus. Tālāk minēšu dažus piemērus.

Plašā Raiņa vēstulju kolekcija liecina, ka apjautāšanās par vēstules adresāta un viņa tuvinieku veselību pieder pie saziņas normatīva, tajā (it īpaši rakstot vecākiem) iekļaujas arī īsa ziņa par savu veselības stāvokli. Raini infekcijas slimības saudzēja, tomēr arī viņš vairākkārt

tika sirdzis ar kādu kārtējo gripu. Par vienas no tām ietekmi māšai Dorai Stučkai un viņas vīram Pēterim Stučkam Rainis 1918. gada oktobrī vēstulē, kas gan palika nenosūtīta, rakstīja: “.. es jau pašlaik arī vēl slimš: gripa, pa otru lāgu, nu jau mēness; ļoti novājina spēkus, sevišķi nervus; piecelies, pastaigā pāris dienas kā vesels un liecies atkal. Nevar garīgi strādāt.” (Rainis 1986, 236) Līdzīgas noskaņas lasāmas arī Zentas Mauriņas vēstulē, kas rakstīta 1950. gadā: “Mani izmocija 6 nedēļas gripa, t. i., ārsti tā to nesauca. Bet nav jau svarīgi, kāds vārds šai kaitei, svarīgi ir, ka tā, kopš dzīvoju svešumā, katru gadu ar lielāku niknumu atkārtojas. Tagad esmu augšā, strādāju. Bet locekļos – arvienu svins, un galva pilna akmeņiem. Kāju apakšas vēl pilnīgi jēlas, it kā es ugunīgā tuksnesī būtu staigājusi daudzas jūdzes. Reizēm naktis, kad atmosfēras nosāpēm, domāju par mūsu karavīriem, kam naidnieki dedzināja kāju pēdas.” ([Mauriņa] 1979, 24) Pēc pieciem gadiem rakstītā vēstulē Zenta Mauriņa – gripas slimniece – faktiski atkārtoti sajūtu aprakstu: “Vecene Gripa uzklupa. Žņaudza. Atriebās, ka viņu par maz ievēroja. Bet dīvaini: pēkšņi drudzī atcerējos Akuratera man veltīto dzejoli. Visu...” ([Mauriņa] 1979, 26) Protams, daudzās vēstulēs to autori – slimnieki vai jau atlabušie – saslimšanu apraksta detalizētāk, minot konkrētākus faktus. Tomēr arī gripas, holeras, tīfa vai citas infekcijas slimības vien pieminēšana adresētam pašam ļauj saprast un iztēloties, ko jutis viņa sarakstes biedrs, jo šo slimību masveidīgā izplatība to slimošanas pieredzi ļāva apgūt ļoti daudzām.

Vēstulēs tika iekļauti apraksti par epidēmijas norisi konkrētā vietā, stāstot novēroto, paužot attieksmi un emocijas. Šie vēstījumi nereti bija detalizēti, personiskāki nekā preses publikācijas. Piemēram, 1853. gada augustā Krišjānis Barons – tolaik Jelgavas ģimnāzijas audzēknis – vēstulē tuviniekiem stāstīja par holeras epidēmiju pilsētā un tās ietekmi uz pilsētnieku un īpaši ģimnāzistu dzīvi. Viņš uzsvēra sērgas bīstamību, daudzās nāves un atzina, ka daudzi cilvēki ir pilsētu pametuši. Tomēr skola netika slēgta, lai gan kādu laiku mācības nenotika. Arī pats kādu brīdi gribējis doties prom, bet sapratis, ka tā radīsies papildu tēriņi, un nav bijis pārliecināts, vai tuvinieki viņu epidēmijas laikā pieņems. Krišjānis Barons izšķīrās pašlaicīgi uz Dieva aizsardzību: “Es tāpēc paliku tepat, pavēlējos sevi tam mīļam Tēvam debesīs, jo viņš ir spēcīgs un varens, mūs visās vietās un visos laikos žēlīgi izsargāt, un bez viņa ziņas mums mats no galvas nekritīs; tas pats man līdz šim ir žēlīgi glābis.” (Baumanis 1935, 46–47)

Privātās sarakstes materiālos var atrast arī konkrētu cilvēku saslimšanas atainojumus. Piemēram, par Krišjāņa Valdemāra veselības stāvokli pēc saslimšanas ar gripu 1891. gada novembrī var lasīt viņa ārsta Augusta Zandberga vēstulē kolēģim – Ādamam Butulam. Augusta Zandberga vēstījumu caurauž racionāls situācijas vērtējums un tālab arī – bezcerīgums: “[...] Valdemāra kungs pie miršanas. [...] atradu, ka viņam *pneumonia dex[tra] inf[er]ior* (viņš teica, ka viņš jau ap nedēļu slimš ar influenci). [...] tagad viņam sakarsējusies kreisā plauša – apakšējā daļa, un, kā šodien liekas, arī augšējā daļa sāka sakarsēties, tā ka es tagad jau zaudēju cerību uz viņa veselīošanās, un varbūt mana vēstule Tevi sasniegs, kad viņš jau būs miris. Temperatūra viņam bija ap 40° R, pēc tam krita uz 36,6 un tagad atkal sacēlusies līdz 39,4°. Elpo viņš 40 reiz minūtē. Pulss ap 120.” (Jakovļeva u. c. 1997, 112)

Privātās vēstules kā medijs epidēmiju laikā un pēc tām bija plaši lietots saziņas veids. Pieļauju, ka apmaiņa ar tām intensificējās, jo cilvēkiem – ģimenes locekļiem, radiem,

draugiem – bija nepieciešams dalīties ar informāciju par to, kas ar viņiem noticis, ko viņi pieredzējuši, kā jutušies.

MASU MEDIJI

Ziņas par lielāka vai mazāka mēroga epidēmiju allaž nonāk masu mediju dienaskārtībā. To statuss gan ir atšķirīgs. Ja nelaime plosās tālu, mediju vēstījumiem piemīt sensācijas raksturs, ja tuvākā apkaimē vai zemē, ar kuru ir labas attiecības, sensāciju papildina līdzjūtības un līdzdzīvošanas noskaņa. Savukārt, ja epidēmija skar medija lietotāju kopienu, tad par dominējošām mediju darbā kļūst informēšanas un krīzes vadības funkciju īstenošana.

Latvijas teritorijā stabila mediju sistēma sāka veidoties vien pēc Ziemeļu kara un Lielā mēra seku pārvarēšanas 18. gadsimta otrajā pusē. Tomēr ziņas par pasauli piemeklējušajām epidēmijām parādījās agrīnajos regulārajos un neregulārajos preses izdevumos. Rīgā nonākušajās ziņu lapās ir lasāms par sērgām citās pilsētās (Taube 1966, 68), par tām tiek sniegta informācija laikrakstā *“Rigische Novellen”* (1680–1710, pirmais nosaukums *“Rigische Montags (Donnerstags) Ordinari Post-Zeitung”*) (Taube 1966, 77; Simonov 1984, 127). Ziņu lapu un agrīno laikrakstu saturs gandrīz pilnībā tika veltīts ārvalstu norisēm, vietējie notikumi tajos netika atspoguļoti, jo pilsētu izmēri un iedzīvotāju skaits tajās bija tik neliels, ka lokālie jaunumi visiem tapa zināmi arī bez drukāto mediju starpniecības.

1831. gada holeras epidēmija bija pirmā, kuras laikā mūsdienu Latvijas teritorijā iedzīvotāju informēšanā par krīzes un epidemioloģisko situāciju, kā arī drošības un tās kontroles pasākumiem tika izmantoti laikraksti. Holera sākās maijā un pilnībā norima 1832. gada janvārī. Slimības izplatību izraisīja Krievijas armijas daļu pārvietošanās caur Baltiju, lai dotos apspiest Polijas Novembra sacelšanos jeb karotu Poļu–krievu karā (1830–1831). Vidzemes un Kurzemes guberņās tika reģistrēti 4412 ar holeru mirušie (Vasil'ev u. c. 1959, 71). Abās guberņās iznāca vairāki laikraksti vācu valodā, Jelgavā tika izdots laikraksts latviešu valodā *“Latviešu Avīzes”* (1822–1915) un Limbažos – oficiālo ziņojumu un privāto sludinājumu izdevums *“Vidzemes Latviešu Avīzes”*. Tālaika presē (pārsvārā kā laikrakstu pielikums), tostarp *“Latviešu Avīzēs”* tika publicēts Baltijas ģenerālgubernatoru rīkojums par karantīnas ieviešanu un tās noteikumiem, kā arī aktuālās ziņas par epidēmijas gaitu. Lielākajos laikrakstos regulāri tika ievietota arī saslimušo, atlabušo un mirušo statistika. Zīmīgi, ka ārvalstu un lekškrievijas norisēm veltītais laikraksts *“Rigasche Zeitung”* (1778–1889) ar epidēmijas uzliesmojumu Rīgā laikā no 19. maija līdz augusta vidum papildināja ierasto pamattematiku un prioritāti piešķīra arī vietējām holeras ziņām. Tālaika vadošo vācu laikrakstu (*“Rigasche Stadtblätter”* (1810–1907), *“Der Zuschauer”* (1807–1856), *“Rigasche Zeitung”*, *“Allgemeine Deutsche Zeitung für Russland”* (1811–1831), *“Libausches Wochenblatt”* (1824–1858)) satura analīze liecina, ka holeras epidēmija diskursīvi tika uztverta un reprezentēta kā nelaime. Preses publikāciju dominējošie diskursi bija statistikas kā krīzes situācijas droša raksturojuma diskurss; paļaušanās uz Dievu diskurss; medicīnas un ārstu sniegtās palīdzības novērtējuma diskurss; pateicības

Krievijas ķeizaram un guberņas administrācijai diskurss; karantīnas noteikumu un pareiza, veselīga dzīvesveida ievērošanas diskurss. Pozitīvo aktoru lomu vācu laikraksti piešķīra Dievam un Krievijas ķeizaram kā sargātājam un gādniekam; Baltijas ģenerālgubernatoram un guberņu gubernatoriem kā cīņas pret sērgu organizatoriem; ārstiem kā zinošiem cilvēkiem un karotājiem pret holeru; pilsētniekiem, kuri krīzes laikā saglabā mieru, un filantropiem, kuri sniedz palīdzību slimnīcām un sirgstošajiem. Savukārt kā negatīvie aktori tika reprezentēti karantīnas noteikumu, pareiza dzīvesveida, mērenības ēšanā neievērotāji un baumu un dezinformācijas izplatītāji. Nenoliedzami, arī holeraī pašai diskursīvi tika piešķirts negatīvā, izteikti ļaunā aktora statuss. Tālaika vienīgajā latviešu laikrakstā "Latviešu Avīzes" ziņas par holeru regulāri netika publicētas. Laikraksta pamatsaturu galvenokārt veidoja vietējo luterāņu mācītāju iesūtītās korespondences, tālab "Latviešu Avīzes" ir lasāmi vien atsevišķi apraksti par holeras plosīšanos un tās sekām konkrētās draudzēs. Laikraksts uzteica ārstu un mācītāju pašai ziedzīgo darbu epidēmijas laikā, pieminēja mirušos un pateicās Dievam par gādību. Publikācijām kopumā piemita lamentāciju diskurss. Kopumā Vidzemes un Kurzemes guberņu preses izdevumos holera tomēr palika tālaika galvenā iekšpolitiskā notikuma – Polijas sacelšanās apspiešanas – ēnā. Laikraksti atzīmēja katru Krievijas panākumu, nosodīja dumpiniekus un cildināja ķeizara – impērijas valdnieka – prasmi un taisnīgumu (Zelče 2021).

Arī nākamās holeras epidēmijas bija preses uzmanības lokā, to noteica inficēšanās izraisītais liels nāvju skaits. Baltijas guberņās 19. gs. pirmajā pusē tika pieredzētas arī vairākas gripas epidēmijas, bet tajās letalitāte bija zema. Šīs epidēmijas arī neiemantoja masu mediju īpašu vērību.

Latviešu laikraksts "Latviešu Avīzes" (tāpat kā vācu izdevumi) 1853. gada holeras uzliesmojuma Jelgavā laikā ik numurā publicēja aktuālo statistiku – pilsētā saslimušo, atveseļojušos un mirušo skaitu. Latviešu laikraksta abonētu skaita kāpums liecina, ka auditorijai šī informācija bija vajadzīga (Zelče 2007, 170). Baltijā holera uzliesmoja arī nākamajos gados. Prese par saslimstību, protams, vēstīja, tomēr epidēmija bija otršķirīga salīdzinājumā ar galveno notikumu Krievijas impērijā – Krimas karu (1853–1856). Tā norises mediju dienaskārtībā bija prioritāras. Ar laiku holeras atspoguļošana rutinizējās, lai gan ziņas par to saglabāja savu svarīgumu preses slejās. Tā joprojām bija viena no pirmajām numura ziņām. Laikraksti pārsvarā piedāvāja divu veidu materiālus: regulārus statistikas kopsavilkumus par saslimušajiem un bojāgājušajiem un instrukcijas, kā uzvesties epidēmijas laikā un kā izvairīties no saslimšanas. Piemēram, 1871. gada holeras laikā prese publicēja Rīgas pilsētas veselības komitejas rekomendācijas. Tajās īpaši tika uzsverta publisko telpu vēdināšana un dezinfekcija, pareiza dzīvesveida un uztura nozīme, personīgās higiēnas ievērošana. Laikrakstā varēja lasīt arī par saslimušo aprūpi (Rīgas pilsētas veselības komiteja 1871, 235).

20. gadsimta pirmajās desmitgadēs, kad arī tika piedzīvoti vairāki holeras uzliesmojumi (1906., 1909., 1910., 1912. gadā), medicīnā zināšanas par holeru un tās izcelšanos jau bija labākas. Krievijas impērijas lielākajās pilsētās, arī Rīgā kopš 1892. gada darbojās sanitārās komisijas, kuru uzdevums bija nodrošināt epidemioloģisko drošību. Holeras epidēmijas novēršanas tēma ienāca arī preses dienaskārtībā. Publikācijās tika vēstīts par varas iestāžu

panākumiem epidemioloģiskās drošības veidošanā, akcentējot pilsētu labiekārtošanas un tīra ūdens nozīmi, piemēram, ūdensvada un artēzisko aku ierīkošanu Rīgā (piemēram, Ivins 1908a, 2; Ivins 1908b, 2; -t- 1909, 3). Laikposmā līdz Pirmajam pasaules karam epidemioloģiskajai drošībai kalpoja arī citi drukātie medijumi – informatīvas lapiņas, populārzinātniskas un zinātniskas grāmatas un žurnāli. To reklāmas tika publicētas preses izdevumos. Plašs un daudzveidīgs publikāciju klāsts tika veltīts vakcinācijas popularizēšanai pret bakām (Dirbe 1969), kā arī citām slimībām.

Laikposmā līdz Pirmajam pasaules karam Baltijā valdīja politiskā un varas stabilitāte, līdz ar to arī mediju un epidemioloģiskās drošības un kontroles sistēma funkcionēja ilglaicības un pastāvīguma režīmā. Tā bija ielogota noteiktos tiesiskajos ietvaros un darbības noteikumos un to administratīvajā īstenošanā, kas ietvēra arī mediju darbību infekcijas slimību radīto sociālo krīžu risināšanas sekmēšanā. Situācija mainījās līdz ar Pirmo pasaules karu, kura rezultātā transformējās līdz tam funkcionējošā politiskā, pārvaldes, drošības un informēšanas sistēma. Lielā mērā izzuda vairākas noturīgas mediju ekoloģijas komponentes, daļēji tās aizstāja citas, tomēr ne pilnībā. Otrajā dienā (1914. gada 20. jūlijā) pēc Krievijas iesaistīšanās karā tika ieviesta kara cenzūra. Tās uzdevums bija panākt, lai medijos, pasta un telegrāfa korespondencē, publiskajās runās netiktu pausta informācija, kas kaitētu valsts militārajām interesēm. Daudzus papildinājumus pieredzēja arī preses publikāciju aizliegto tēmu saraksts (Zhilyakova 2016, 191). Tādējādi masu medijiem nebija iespējams savu auditoriju nodrošināt ar patiesu informāciju par pašām nozīmīgākajām tālaika norisēm. Savukārt Vācijas okupācijas pārvalde 1915. gadā iekarotajā teritorijā slēdza esošos medijus un veidoja savus. Iespējamās karadarbības priekšvakarā vairāku preses izdevumu redakcijas un tipogrāfijas no Rīgas evakuējās uz Iekškrīeviju, kur darbojās sarežģītos apstākļos vai piedzīvoja slēgšanu. Pirmā pasaules kara laikā Latvijas teritorijā vairākkārt izveidojās bīstama epidemioloģiskā situācija, civiliedzīvotāju vidū un armijas daļās uzliesmoja vairākas infekcijas slimības (tifis, dizentērija, holera, gripa). Precīzas statistikas nav, jo karadarbības un varas maiņu situācijā slimību izplatības dati tika apkopoti fragmentāri, daudzas saslimšanas vispār nenonāca mediķu redzeslokā, jo civiliedzīvotāju veselības aprūpe kara laikā bija otršķirīga vai vispār nenotika (Gīle 2021). Arī preses uzmanības centrā – kara norises, militāro institūciju paziņojumi, pasaules politiskās ziņas. Informācija par epidēmijām un to ārstniecības padomi parādījās epizodiski, šī informācija arī nepiederēja galvenajām ziņām. Tas uzskatāmi vērojams arī 1918. gada spāņu gripas atainojumā. Laikraksti neizveidoja šīs pasaules vēsturē nozīmīgās epidēmijas norises Latvijā aktuālo hroniku. Presē rodamas tikai nedaudzas ziņas, galvenokārt skopa informācija par spāņu gripas plosīšanos noteiktās apdzīvotajās vietās un atsevišķi saslimstības statistikas piemēri. Kriminālās ziņas, kā arī jaunumi par kultūras dzīvi un izklaidi ir pārsvarā pār epidemioloģiskās situācijas informāciju.

Nodibinoties mieram, 1920. gadā arī normalizējās situācija masu mediju jomā. Demokrātiskajā Latvijas Republikā valdīja preses brīvība, drukātajai preses darbībai bija labvēlīgi apstākļi. Laikrakstu un žurnālu skaits pieauga, satura ziņā tie daudzveidojās. Preses izdevumu starpā pastāvēja sīva konkurence par auditoriju un reklāmas un sludinājumu tirgu.

Tas arī noteica mediju attieksmi pret tajos piedāvāto informāciju par epidemioloģisko situāciju. Spilgti darbojas ziņu vērtības algoritmi, jo prese allaž priekšroku dod ziņām, kas spēj piesaistīt auditorijas uzmanību (Harcup, O'Neill 2016, 1471). Infekcijas slimību uzliesmojumi bija notikumi, kas kā "sliktā ziņa", pārsteigums, dramatisks stāsts veidoja vērtīgu ziņu. Pēckara Latvijā iedzīvotāju vispārējais veselības stāvoklis bija slikts, uz to iespaidu bija atstājis karš, nepietiekamā pārtika, dzīves stabilitātes trūkums, slimības tā laikā. Postoša bija saslīmšana ar tuberkulozi, veneriskajām slimībām, reģistrēti tika arī vēdera tīfa, šarlaka u. c. gadījumi (Šrenks 1926, 295–299). Slimību spējie uzliesmojumi kļuva par preses ziņām, kas nereti tika pasniegtas sensāciju veidolā. 20. gados un 30. gadu sākumā vērojama preses izdevumu izteikta savstarpēja sacensība ziņu ātruma un to pasniegšanās izteiksmīgumā. Oficiālais laikraksts "Valdības Vēstnesis" arī regulāri publicēja infekcijas slimību statistikas datus.

Latvijas mediju ekoloģija kopš 1940. gada pieredzēja vēl vairākas pārvērtības, jo tika likvidēta Latvijas valstiskā neatkarība un tā nonāca PSRS un nacistiskās Vācijas okupācijā. Šie abi totalitārie režīmi pilnībā pārvaldīja un kontrolēja mediju darbību un saturu, tostarp arī epidemioloģiskās informācijas izplatību. Lai gan infekcijas slimības pastāvēja un cilvēki ar tām slimoja, tomēr Latvija nepiedzīvoja pandēmijas situācijas. Iespējams, ka par tādu tomēr varētu uzskatīt 1957. gada Honkongas gripas epidēmiju. Tā gada statistikā reģistrēti 176 000 saslīmšanas gadījumi. Šis radītājs bija astoņas reizes augstāks nekā iepriekšējā 1956. gadā (Mezhgailis 1958, 4). Infektologs Anatolijs Bļugers atceras, ka Rīgā dienā saslima 20 000 cilvēku un ka šī gripa nešķīroja ļaudis pēc vecuma un dzimuma, slimoja itin visi (Blyuger 2006, 60). Oficiālā statistika, kas apkopota pēc Latvijas PSR Ministru padomes pasūtījuma, liecina, ka Latvijā 1957. gadā reģistrēti 23 gripas izraisīti nāves gadījumi (Mezhgailis 1958, 12). Atšķirīgi dati rodami gadskārtējā Latvijas PSR Statistiskās pārvaldes iedzīvotāju dabiskās kustības pārskatā. Tajā minēts, ka 1957. gadā salīdzinājumā ar 1956. gadu mirstība ir pieaugusi par 748 cilvēkiem jeb 3,7 %. Mirstības rādītāju pieaugums konstatēts vien pilsētās, laukos tas palicis iepriekšējā gada līmenī. Rīgā gripa bija 78 cilvēku nāves iemesls. Visvairāk mirušo vecuma grupā virs 60 gadiem – 42 cilvēki. Reģistrēti 13 mirušie vecuma grupā līdz vienam gadam, 10 mirušie – vecuma grupā 50–59 gadi (Abolin'sh 1958, 21–27).

1957. gada gripas epidēmijas aktualitātes nenonāca tālaika padomju Latvijas mediju dienaskārtībā. Piemēram, vadošais laikraksts "Cīņa" pat oktobrī, kad saslīmšana ar gripu piedzīvoja kulmināciju, nesniedza nekādu informāciju par saslimstības mērogiem. Vien laikrakstā rubrikā "Ārsta padomi" tika piedāvāts slimības apraksts un padomi, kā ārstēties un izvairīties no saslimšanas (Vesele 1957, 3). Gripas vārds gan parādījās starptautisko ziņu rubrikā. "Cīņa" vēstīja par šīs slimības lielo uzliesmojumu Japānā ([B. a.] 1957a, 4), Rietumvācijā ([B. a.] 1957b, 3), Holandē ([B. a.] 1957c, 3) un Itālijā ([B. a.] 1957d, 3; [B. a.] 1957e, 3). Šis piemērs arī ilustrē padomju mediju darbības praksi, – tajos netika sniegta negatīva satura informācija par Padomju Savienību un tās iedzīvotāju reālajām dzīves problēmām, savukārt Rietumu pasaules raksturojumam jebkura "sliktā ziņa" bija noderīga. Laikraksti un žurnāli, kā arī radio un televīzija tika izmantoti iedzīvotāju izglītošanai medicīnas un higiēnas jautājumos. Lielās tirāžās iznāca arī populārzinātniskas grāmatas, informatīvas lapaņas, bukleti, publiskajā telpā

tika izvietoti informatīvi plakāti. Tomēr jāteic, ka pandēmijas situācijā šāda mediju darbības politika tos izolēja no tiešas iesaistes krīzes risināšanā. Turklāt informācijas aprītē ar masu mediju starpniecību nenonāca fakti par slimības izplatības apmēriem un patieso situāciju. Domājams, ka līdz ar to pieauga mutiski cirkulējošās informācijas nozīme. Cilvēki paši piedzīvoja gripu, nespēja doties uz darbu vai mācībām, redzēja, kā ar to slimo citi, nonāca ārstu aprūpē vai slimnīcās. Notikumi viņu ikdienas dzīvē, kā arī neizpratne par gripas mērogu un sekām diktēja nepieciešamību apspriesties, diskutēt un apmainīties ar informāciju.

Jau minēju, ka 20. gs. otrajā pusē Latvija nepieredzēja pandēmijas ar augstu letalitāti, tādējādi arī praksē netika pārbaudīta padomju mediju darbībspēja un/vai sabiedrības vadītspēja infekcijas slimību radītas nopietnas humanitāras krīzes situācijā.

SECINĀJUMI

Epidēmiju un pandēmiju laika informācijas ekoloģijas vēstures apskats liecina, ka masu mediji krīzes situācijā pilda/var pildīt vairākas lomas. Vispirmām kārtām tā ir sabiedrības viedokļa līdera loma. To piedāvātā informācija un stāsti veido auditorijas attieksmi pret notiekošo, informatīvo un situācijas izpratnes komfortu vai diskomfortu, uzvedības un rīcības paraugmodeļus. Tāpat svarīga ir kanāla funkcijas īstenošana. Masu mediji jau 19. gadsimtā kļuva par efektīvāko varas rīkojumu un instrukciju nodošanas veidu, tāpat par mediķu padomu translētāju plašā auditorijā. Mediju darbinieku ziņā ir vai var būt vairākas nozīmīgas darbības – dienaskārtības veidošanas, diskursu, stāstu un rāmējumu radīšanas. Tomēr tās ne visās krīzes situācijās ir iespējams veikt.

Nodaļā minētie Latvijas vēstures piemēri liecina, ka izšķirīga loma mediju ekoloģijas darbībā bija tiesiskajiem, politiskajiem un ekonomiskajiem priekšnoteikumiem. Krievijas impērijas iekšpolitikā allaž svarīga bija informācijas plūsmas kontrole, kas tika īstenota ar striktiem preses izdevumu koncesiju piešķiršanas nosacījumiem, cenzūru un sodiem, bet vienlaikus varai bija svarīgi nepieļaut epidemioloģiskās situācijas saasināšanos un atrisināt infekcijas slimību radītās krīzes. Šo mērķu īstenošanā efektīvi tika izmantoti tālaika galvenie mediji – drukātā prese. Tomēr medijiem pašiem nebija iespējams patstāvīgi noteikt savu dienaskārtību, kā arī veidot krīzes rāmējumu. Padomju Savienības oficiālajā publiskajā telpā kultivētais Potjomkina sādžas modelis nepieļāva epidemioloģisko krīžu izgaismojumā un risināšanā izmantot medijus pat tādās situācijās, kurās pastāvēja daudzu cilvēku dzīvības un veselības apdraudējums. Ļoti plašas un augstas letalitātes pandēmijas situācijā šāda mediju uzvedība veicinātu humanitārās krīzes saasināšanos, kā arī radītu dezinformācijas un savvērestības teoriju uzplaukuma vilni mutvārdu un rokrakstu komunikācijas sektorā.

Šādas norises bija vērojamas arī 20. gadsimta otrās desmitgades noslēgumā, kad karu, politisko cīņu un varas maiņas situācijā nopietna humanitāra krīze, ko izraisīja spāņu gripa un kurā gāja bojā cilvēki, nebija mediju dienaskārtības prioritāte. Iespējams, ka to sekmēja cilvēka dzīvības vērtības kritums, ko radīja karš, ieilguši vardarbības un nāves ikdienišķā klātesamība.

Jāmin arī materiāltehniskie faktori – avīžpapīrs bija dārgs, un tā trūka, tipogrāfiju jaudas bija nepietiekamas. Tomēr tālaika politiskā, militārā un mediju elite bija tik ļoti centrēta uz varas un kara problemātiku, ka vienkāršo cilvēku nāve un izmisums, ko izraisa nemilitāri un nepolītiski iemesli, netika definēti kā humanitārā krīze, par kuru būtu vērts raizēties un risināt.

Atskats vēsturē rāda, ka epidēmiju un pandēmiju radīto krīžu risināšanai labvēlīga ir tāda mediju ekoloģija, kurā ir viegli pieejama patiesa un droša informācija un uzvedības instrukcijas, kā arī speciālistu padomi, kas balstās sava laika zinātniskajās atziņās.

LITERATŪRA

- Abolin'sh, E. (1958). *O estestvennom dvizhenii naseleniya Latvii SSR za 1957 god i I polugodie 1958*. Latvijas Nacionālais arhīvs, Latvijas Valsts arhīvs, 270. f., 2. apr., 5980. l., 17.–42. lp.
- [B. a.]. (1928). Vai Rīgā sākusies tīfa sērga? *Jaunākās Ziņas*, Nr. 233, 13. okt., 9. lpp.
- [B. a.]. (1934). Sensācijas par tīfa briesmām Jelgavā. *Bauskas Novada Zemnieku Balss*, Nr. 4, 28. janv., 3. lpp.
- [B. a.]. (1957a). Ziņas īsumā. *Cīņa*, Nr. 136, 11. jūn., 4. lpp.
- [B. a.]. (1957b). Gripas epidēmija Rietumvācijā. *Cīņa*, Nr. 219, 15. sept. 3. lpp.
- [B. a.]. (1957c). Azijas gripas epidēmija Holandē. *Cīņa*, Nr. 220, 17. sept. 3. lpp.
- [B. a.]. (1957d). Virus gripas epidēmija Itālijā. *Cīņa*, Nr. 229, 27. sept. 3. lpp.
- [B. a.]. (1957e). Ziņas īsumā. *Cīņa*, Nr. 231, 29. sept. 3. lpp.
- [B. a.]. (1987). Maldu trauksme jeb baumas par AIDU. *Avangards*, Nr. 134, 10. nov., 4. lpp.
- Blumentāls, D. (1929). Materiāli farmācijas vēsturei. *Latvijas Farmaceitu Žurnāls*, 8, 310–314.
- Blyuger, A. (2006). *Vremya: za i protiv*. Rīga: Jumi.
- Brs (1928). Saslimšanai ar tīfu gadījuma raksturs. *Latvijas Kareivis*, Nr. 234, 14. okt., 2. lpp.
- Dirbe, A. (1969). Pervye publikatsii ob ospoprivivanii v Lifiyandskoi i Kurlyandskoi guberniyah v XIX veke. *Iz istorii meditsiny*. Rīga: AN Latvii SSR. T. 8, s. 202–205.
- Foss, K. A. (2020). *Constructing the Outbreak. Epidemics in Media and Collective Memory*. Amherst; Boston: University of Massachusetts Press.
- Frandsen, K.-E. (2010). *The Last Plague in the Baltic Region, 1709–1713*. Copenhagen: Museum Tusulanum Press University of Copenhagen.
- Garrett, L. (2001). Understanding Media's Response to Epidemics. *Public Health Reports*, 116(2), 87–91.
- Gerhards, G. (2011). Epidēmijas viduslaiku un jauno laiku Rīgā. *Latvijas Vēstures Institūta Žurnāls*, 4, 37–65.
- Gīle, I. (2020). Spāņu gripas pandēmija Latvijā 1918.–1920. gadā. *Satori.lv*. 9. apr. Izgūts no: <https://satori.lv/article/spanu-gripas-pandemija-latvija-1918-1920-gada>
- Gīle, I. (2021). Kara izraisītā krīze: epidemiskās infekcijas slimības. No: Jēkabsons, Ē. (red.). *Karš un sabiedrība Latvijā*. Rīga: LU Akadēmiskais apgāds, 100.–127. lpp.
- Grudule, M. (1992). Plague in Latvian Language Texts of the Eighteenth Century. *Journal of Baltic Studies*, 23(4), 351–358.
- Harcup, T., O'Neill, D. (2016). What is News?: News Values Revised (Again). *Journalism Studies*, 18(12), 1470–1488. DOI: 10.1080/1461670X.2016.1150193
- Ivins (1908a). Kas darīts pret koleru. *Dzimtenes Vēstnesis*, 3. sept., Nr. 204, 2. lpp.
- Ivins (1908b). Kas darīts pret koleras izcelšanos Rīgā un Vidzemē. (Sarunu ar Vidzemes gubernatoru V. A. Zvegincovu. *Dzimtenes Vēstnesis*, 11. sept., Nr. 211, 2. lpp.
- Jakovļeva, M., Kvaskova, V., Zelče, V. (1997). "Maskaviešu" sarakste. *Latvijas Arhīvi*, 2, 109–116.

- Kalniņa, I. (2004). Vēstule – literatūras vēstures pētniecības objekts. *Letonica*, 10, 111–120.
- Karlsons, Ž. (1936). *Lielais mēris Kurzemē (1709–1711)*. Jelgava: Jelgavas ģimnāzijas mazpulks.
- Lagone, E., Mathur, S., Nakyango, N., Nalugoda, F., Santelli, J. (2014). Public Discourse on HIV and AIDS: An Archival Analysis of National Newspaper Reporting in Uganda, 1996–2011. *Sex Education*, 14(5), 556–567. DOI: 10.1080/14681811.2014.923304
- [Leitāns, A. u. c.] (1875). *Ans Leitāna dzīve, darbi un miršana. Nelaikim par piemiņu no viņa draugiem pasniegta latviešu tautai*. Rīga: Ernst Plates.
- [Mauriņa, Z.] (1979). Zenta Mauriņa raksta Zinaīdai Lazdai vēstules. *ALA Žurnāls*, 26, 24–28.
- Mezhgailis, B. (1958). *O zaboievoemosti naseleniya Latviiskoi SSR infekcionnyimi boleznyami*. Latvijas Nacionālais arhīvs, Latvijas Valsts arhīvs, 270. f., 2. apr., 5980. l., 3.–14. lp.
- Panteniuss, V. (1848). No Jelgavas. *Latviešu Avīzes*, Nr. 33, 12. aug. 137.–140. lpp.; *Pielikums pie Latviešu Avīzēm*, Nr. 33, 12. aug., 41.–42. lpp.
- Poe, M. T. (2011). *A History of Communications. Media and Society from Evolution of Speech to the Internet*. New York: Cambridge University Press.
- Pumpurs, A. (1980). *Tēvijā*. Rīga: Liesma.
- Rīgas pilsētas veselības komiteja (1871). Pamācība priekš izturēšanās holera=sergas laikā. *Baltijas Vēstnesis*, 28. jūl., Nr. 30, 235. lpp.
- Simonov, V. (1984). K istorii voznikoveniya pervoi pechatnoi periodicheskoj gazety v Rige. *Latvijas PSR Zinātņu Akadēmijas Vēstis*, 9, 118–130.
- Šrenks, B. (1926). Par dzīvību un nāvi mūsu vidū. *Izglītības Ministrijas Mēnešraksts*, 10, 289–299.
- Stankeviča, I. (1974). Baumas un patiesība. *Padomju Jaunatne*, Nr. 182, 18. sept. 4. lpp.
- Strods, H. (sast.) (2008). *PSRS atklātajos iespieddarbos, radio un televīzijas raidījumos publicēšanai aizliegto datu saraksts: slepeni, Maskava, 1970*. Rīga: Triple Bounce.
- Strods, H. (2010). *PSRS politiskā cenzūra Latvijā, 1940–1990*. Rīga: Jumava. 1. sēj.
- Strods, H. (2011). *PSRS politiskā cenzūra Latvijā, 1940–1990*. Rīga: Jumava. 2. sēj.
- Šmits, P. (red.). (1936). *Latviešu pasakas un teikas*. Rīga: Valters un Rapa. 13. sēj.
- t-. (1909). Bīstamā viešņa. *Dzimtenes Vēstnesis*, 26. jūn., Nr. 143, 3. lpp.
- Vasil'ev, K., Grigorash, F., Krauss, A. (1959). *Matrialy po istorii meditsiny i zdavoohraneniya Latvii*. Rīga: Latviiskoe gosudarstvennoe izdatel'stvo.
- Vasil'ev, K., Kanep V. (1965). *Razvitie meditsinskogo dela v Pribaltiiskom krae v XIX veke*. Rīga: Zinatne.
- Vesele, M. (1957). No gripas var izsargāties. *Cīņa*, Nr. 248, 19. okt. 3. lpp.
- Zelče, V. (1993). Ieskats latviešu avižniecības un cariskās Krievijas administrācijas attiecībās: 19. gs. 50.–60. gadi. *Latvijas Vēstures Institūta Žurnāls*, 2, 27–39.
- Zelče, V. (2009). *Latviešu avižniecība. Laikraksti savā laikmetā un sabiedrībā. 1822–1865*. Rīga: Zinātne.
- Zelče, V. (2021). 1831. gada holēras epidēmijas diskurss mūsdienu Latvijas teritorijā iznākošajos laikrakstos. Ziņojums Daugavpils Universitātes starptautiskajā konference "XXXI Zinātniskie lasījumi", 2021. gada 28. janvāris.
- Zhilyakova, N. (2016). *Istoriya otechestvennoi zhurnalistiki kontsa XIX–nachala XX vekov*. 2-e izd. Moskva: Jurait.

Verlags- und Druckereibetrieb... Cēgāns der Baltischen Buchverlegerischen Verein...

Verlags- und Druckereibetrieb... Cēgāns der Baltischen Buchverlegerischen Verein...

Nestor-Seife advertisement with an illustration of a woman and child.

VICHY CELESTINS GRAND HOTEL HOPITAL advertisement.

Dsimtenes Wehstnois

Jaunakās Sina

Politijska un literarijska avīze. 8. gads-gājums. Tirdzniecības Departaments.

Politijska un literarijska avīze. 8. gads-gājums. Tirdzniecības Departaments.

Jaunakās Sina

Jaunakās Sina advertisement details.

1916. gada 18. jūlijs 1916. gada. Jēriņš pats. Jaunākā lēta.

1916. gada 18. jūlijs 1916. gada. Jēriņš pats. Jaunākā lēta.

Bank advertisement: I. obligācij. peņģ bankas 20000 r. leela. Includes financial details and interest rates.

Bank advertisement: Mijas Lauksaimnieku Savstarpīgā Kredītbeidriha. Includes financial details and interest rates.

Es tevi neatfobjū! Advertisement with a small illustration.

Small advertisements and notices at the bottom right.

INFORMĀCIJA PAR KARU UN KARA DISKURSI PRESĒ PIRMĀ PASAULES KARA PIRMAJĀS DIENĀS

Vita Zelče

Latvija 20. gadsimtā pieredzēja divus pasaules karus, esot iekarojumu objekts un militāro norišu darbības zona. Šie kari vistiešākā veidā ir atstājuši ietekmi uz sabiedrību, tās struktūru, sociālo grupu normām un vērtībām, kā arī attiecībām. Karu var uzlūkot kā milzīgu humanitāro katastrofu un sociālās krīzes situāciju. Pagājušajā gadsimtā pasaulē vairāk nekā 150 miljonu cilvēku nāvi izraisīja karš, vēl simtiem miljoni tika ievainoti un/vai viņu ķermeņi sakropļoti (Centeno, Enriquez 2016, Ch. 1). Akadēmiskajā literatūrā dalās uzskati, – vai karš pats par sevi ir uzskatāms par krīzi? Kara kā krīzes klasifikācijai pretrunā ir tā izcelšanās un darbības nolūks – tīša kaitējuma radīšana. Karš parasti ir kāda ilgstoša starpvalstu konflikta iznākums, un tāpēc tam nepiemīt tik izteikts pārsteiguma raksturs kā lielākajai daļai krīžu. Karu sekas un to ietekme uz civiliedzīvotājiem gan viennozīmīgi uztverama kā krīze – iedzīvotāju pārvietošana/pārvietošanās, pārtikas trūkums, slimību uzliesmojumi (Sellnow, Seeger 2013, 5).

Kari kā sociāla parādība un/vai sociāls fakts ir arī nozīmīgs kultūras un mediju pētījumu lauks, kurā tiek analizēta viena no izšķirīgākajām šī fenomena šķautnēm – kara/karošanas ideoloģija, kā arī sabiedrības attiecības ar karu. Līdz ar kara sākumu vai pat vēl agrāk to organizējošā politiskā un militārā elite sabiedrībai raida ideoloģisku vēstījumu par kara jēgu un vērtībām. Tā konstrukcijas pamatā allaž ir labā un ļaunā dihotomija. Ideoloģiskie diskursi, stāsti un retorika iemieso tās binārās opozīcijas, piemēram, taisnīgs–netaisnīgs, nevainīgs–vainīgs,

civilizēts–barbarisks, varonīgs–glēvs, cilvēks–dzīvnieks. Šī pieeja arī tiek izmantota, radot kara ideoloģijā tik svarīgo *Es* (pašidentitāti) un *lenaidnieka* identitāti un to nesēju konstrukcijas. Kara ideoloģijā būtiska ir arī *Upura* identitāte, kurā var iekļaut gan abstraktas nozīmes (piemēram, miers, drošība pasaulē), gan konkrētus cilvēkus un sociālās grupas (piemēram, minoritāte, nācija). Visai bieži *Es* identitāte tiek apvienota ar *Upura* identitāti, it īpaši uzbrukuma gadījumā. *Es* viktimizācija sekmē *lenaidnieka* kā ļaunuma konstrukcijas radīšanu un rada motivāciju cīnīties pret šo ļaunumu. Šīs trīs diskursīvās pozīcijas – *Es*, *lenaidnieks* un *Upuris* – kopā veido kara ideoloģijas kodolu (Carpentier 2015, 3–5).

Šās nodaļas uzdevums ir aplūkot Latvijas teritorijā iznākošo vadošo laikrakstu piedāvāto informācijas plūsmu un redakciju vēstījumus Pirmā pasaules kara pirmajās dienās, lai noskaidrotu, kā mediji reaģēja uz notiekošo, kādus kara diskursus tie piedāvāja, kā tie iekļāvās/neiekļāvās esošajā mediju ekosistēmā. Nodaļā ir mēģināts izprast, vai publicētie teksti ietvēra brīdinājumus, vai tajos parādās kara izraisīto krīžu prognozes? Tas ļauj kaut nedaudz saprast, vai, lietojot sava laika presi, cilvēkiem bija pieejama informācija, lai apjēgtu priekšā stāvošo karu.

Analīzei izraudzīti Rīgā iznākošie dienas laikraksti “Dzimtenes Vēstnesis” (1907–1915) (turpmāk – DzV), “Jaunākās Ziņas” (1911–1940) (turpmāk – JZ) un “*Rigasche Rundschau*” (1894–1939) (turpmāk – RR), tajā izmantoti Latvijas Nacionālās bibliotēkas digitālajā bibliotēkā periodika.lv pieejamie avīžu teksti. Pētījumā aplūkota kara pirmā nedēļa, ko ievada Austroungārijas kara pieteikums Serbijai 1914. gada 28. jūlijā. Proti, analizēti laikraksta numuri no 29. (v. st. 16.) līdz 8. augustam (v. st. 26. jūlijam). Šajā posmā notika Austroungārijas iebrukums Serbijā un reālas karadarbības sākums Eiropā, mobilizācijas izsludināšana Krievijā, Vācijas kara pieteikums Krievijai, karastāvokļa izsludināšana Krievijā u. c. Tālaika Krievijā un arī tajā iznākošajā presē laika reģistrā tika lietots vecais stils (Jūlija kalendārs). Šajā nodaļā tas ir saglabāts datumu norādēs. Aplūkotajā laikposmā DzV atbildīgais redaktors bija Matīss Ārons (1858–1939), JZ – Emīlija Elka (Benjamiņa, 1881–1941) un RR – Rihards Rīcs (*Richards Ruetz*, 1850–1915). RR redakcijā darbojās arī politiķis Pauls Šīmanis (*Paul Schiemann*, 1876–1944).

DzV pamatnumurs bija 6 lpp. biezs, daļai numuru tika pievienots papildu literārais pielikums. Laikraksta gada abonementu varēja iegādāties par 4,50 rbļ., atsevišķu numuru par 3 kap. 1. augustā tā cena tika paaugstināta un par numuru bija jāmaksā 5 kap. JZ apjoms – 4 lpp., gada abonementa cena – 3 rbļ., atsevišķa numura – 1 kap. Lappušu skaita ziņā apjomīgākais izdevums bija RR. 1914. gada jūlijā to veidoja 8–12 lappuses. Tā gada abonements (bez pasta pakalpojumiem) maksāja 8 rbļ., atsevišķu numuru varēja nopirkt par 5 kap.¹

Preses teksti analizēti ar Rutas Vodakas (*Ruth Wodak*) diskursa vēsturisko pieeju (*discourse-historical approach*), kas ietver diskursīvo stratēģiju identificēšanu un iztirzāšanu, kas

¹ Salīdzinājumam citas preču cenas Rīgā 1914. gada jūlijā: mārčiņa (418,8 grami) svaigas cūkgaļas – 20–27 kap., viena vista – 65–140 kap., mārčiņa galda sviesta – 45–50 kap., stops (1,275 litru) skāba krējuma – 70–80 kap., mārčiņa kartupeļu – 4–8 kap., mārčiņa griķu – 6–9 kap.; burkānu buntīte – 7–10 kap., viens svaigs gurķis – 2–5 kap., kāls (30 gab.) svaigu reņģu – 8–25 kap., mārčiņa melleņu – 7–12 kap., mārčiņa ābolu – 3–8 kap. Sk.: *Dzimtenes Vēstnesis*, 1914, Nr. 162, 18. (31.) jūl., 5. lpp.

savukārt sekmē mediju veidoto diskursu apzināšanu (Wodak 2009, 89–94). Nodaļā sniegts arī mediju ekoloģijas un tās konteksta raksturojums pasaules kara priekšvakarā.

KONTEKSTS

Pirmā pasaules kara priekšvakars bija drukātās preses ziedu laiks. Mediju ekoloģijā laikrakstiem bija galvenā loma, samērā lielas auditorijas bija iemantojuši arī žurnāli. Tālaika jaunajiem medijiem piederēja kino un gramofons. Rīgā darbojās kādas 20 kinozāles (Bērziņš 2000, 528). Strauji attīstījās skaņuplašu ražošanas industrija, piemēram, plašu produkcijas klāstu piedāvāja rūpnīca “Gramophone” (Bērtiņš 2015, 18–22).

Latvijas teritorijā, kas bija ieļauta trīs Krievijas impērijas guberņās (Kurzemes, Vidzemes un Vitebskas), preses izdevumi iznāca latviešu, vācu un krievu valodā, dažkārt īslaicīgi laikraksti parādījās arī vēl citās valodās. Nozīmīgākais latviešu kvalitatīvais dienas laikraksts bija akciju sabiedrības “B. Dīriķis un biedri” izdotais “Dzimtenes Vēstnesis”. 1913. gadā laikraksts iznāca 63 000 eksemplāru metienā, sestdienās – 68 000 un Ziemassvētkos pat 75 000 eksemplāru (Ārons 1938, 145). Plašu auditoriju bija ieguvusi arī Antona Benjamiņa un Emīlijas Elkas “kapeikas” avīze “Jaunākās Ziņas”, kas bija adresēta Rīgas iedzīvotāju zemākajiem slāņiem un strauji iemantoja popularitāti. 1913. gada beigās “Jaunākās Ziņas” tika iespiestas 50 000 eksemplāros (Karulis 1990, 241). Samērā liela auditorija bija arī laikrakstiem “Latvija” un “Rīgas Avīze”. Ietekmīgākie vācu laikraksti bija “*Rigasche Rundschau*”, “*Rigasche Zeitung*” (1778–1889, 1907–1915), “*Rigaer Tageblatt*” (1882–1915). Pirms Pirmā pasaules kara “*Rigasche Rundschau*” bija izdevies savu tirāžu palielināt līdz 20 000 eksemplāru (Haidens 2016, 35). Krievu preses nozīmīgākie pārstāvji – “*Rizhskii vestnik*” (1869–1917), “*Pribaltiiskij kraj*” (1900–1915). Preses izdevumi iznāca arī Jelgavā, Liepājā, Valkā, Limbažos, Valmierā, Madonā, Rūjienā, Kuldīgā un Ventspilī (Grigulis, Treijs 1992; Høyer *et al.* 1999, 99–118; Bērziņš 2000, 496–501).

Ķeizara Nikolaja II izdotajā 1905. gada 17. oktobra manifestā tika deklarēta preses brīvība, tomēr tā bija ļoti nosacīta. Pagaidu preses noteikumus ķeizars apstiprināja 1905. gada 24. novembrī. Tie atcēla agrāko preventīvās cenzūras un koncesiju sistēmu. Tagad personām, kuras vēlējās dibināt preses izdevumus, bija jāiesniedz vietējām varas iestādēm pieteikums. Tām divu nedēļu laikā iesniegums bija jāizskata un jāizsniedz reģistrācijas apliecība vai atteikums, ja šī laikraksta vai žurnāla iznākšana bija pretrunā ar valsts interesēm. Savukārt pirmiespieduma cenzūru aizstāja ar pēccenzūru. Likumi paredzēja arī naudas un cietuma sodus par preses darbības pārkāpumiem. Piemēram, par mudināšanu uz streikiem vai karaspēka apvainošanu draudēja cietumsods līdz 16 mēnešiem, par melīgu ziņu izplatīšanu par valdību – cietumsods līdz astoņiem mēnešiem. Krievijas impērijā mediju darbību ietekmēja varas sastādītais t. s. saraksts (*perechen*) – tēmu uzskaitījums, par kurām presei aizliegts vēstīt. 1914. gada 28. janvārī tika izdots “saraksts”, kādas tēmas valsts militāro interešu dēļ nedrīkst parādīties laikrakstu un žurnālu lappusēs. 12. jūlijā klajā nāca papildinātais

“saraksts”. Neilgi pirms kara sākuma 16. jūlijā Nikolajs II parakstīja noteikumus par kara-spēka vadību kara laikā. Tie virspavēlniekam un Kara ministrijai piešķīra tiesības slēgt preses izdevumus, neskaidrojot iemeslu. Kara otrajā dienā tika izdots Pagaidu nolikums par kara cenzūru. Tas paredzēja, ka cenzūrai pakļauti ne tikai visi drukātie izdevumi, bet arī pa pastu un telegrafu nosūtītā korespondence un publisko runu teksti. Kara darbības reģionos cenzūru īstenoja armiju pavēlniecības štābos. Par noteikumu pārkāpumiem tika noteikti sodi, piemēram, par aicinājumu pārtraukt karu varēja nonākt cietumā uz 2–8 mēnešiem. Par kara norisēm prese drīkstēja publicēt tikai oficiālo informāciju. Lielāka izteiksmes brīvība tika saglabāta mutvārdu publiskajā komunikācijā (Bērziņš 2000, 540; Zhilyakova 2016, 191–192). Mediju darbības ierobežojumi un kontrole ietekmēja Pirmā pasaules kara informatīvo ekoloģiju, un tie jāņem vērā, vērtējot arī tās darbību kara pirmajās dienās.

DISKURSĪVĀS STRATĒGIJAS

Pirmā pasaules kara sākumā Latvijas teritorijā izdotajos lielākajos laikrakstos konstatējamas vairākas R. Vodakas diskursa vēsturiskās pieejas metodoloģijā piedāvātās diskursa veidošanas stratēģijas. Tās preses izdevumu redakcijas efektīvi vai arī mazāk efektīvi izmantoja kara diskursa un to veidojošo tematisko diskursu radīšanā.

Nominācijas diskursīvā stratēģija. Tās identificēšana ļauj saprast, kādām konkrētām tēmām preses izdevumi piešķir svarīgumu un kādus apzīmējumus tie piedēvē notikumiem.

1914. gada jūlija pirmajā pusē preses uzmanības centrā bija Eiropas valstu diplomātiskās attiecības jeb t. s. jūlija krīze: lielvalstu savstarpējā cīkstēšanās par savu kontinenta politiskās attīstības scenāriju pēc Austroungārijas erchercoga, Hābsburgu dinastijas troņmantnieka Franca Ferdinanda (*Franz Ferdinand*, 1863–1914) nogalināšanas Sarajevā. Šai tēmai bija atvēlētas laikrakstu pirmās lappuses, atgriešanās pie tās notika arī nākamo lappušu ziņu slejās. Vēl dienu pirms Austroungārijas (prese pārsvarā lieto apzīmējumu – Austrija) kara pieteikuma Serbijai un arī nākamajās dienās pēc tā tika pieļauts, ka tomēr ir iespējams starpvalstu attiecību miermīlīgs noregulējums. DzV atšķirībā no JZ demonstrēja lielāku paļāvību uz lielvalstu centieniem neuzsākt karu. JZ publikācijās šī ilūzija bija mazāka, un tajās tika akcentēta lielvalstu gatavošanās karam. Abu avīžu veidotajā miera nodrošināšanas diplomātiskajā diskursā tieši Krievija raksturota kā valsts, kas cenšas nepieļaut kara izcelšanos. Savukārt RR vairāk nekā latviešu laikraksti, kas viennozīmīgi priekšplānā izvirzīja Krievijas nostāju, iedzīlīnājās Austroungārijas un Vācijas pozīcijā un skaidroja šo valstu intereses.

Jau 17. jūlija numuros diplomātiskās norises sāka palikt otrajā plānā, nozīmīgs kļuva militāro norišu atainojums. Piemēram, laikraksts JZ pirmajā lappusē starptautiskās ziņas apkopēja publikācijā ar virsrakstu “Karš sācies”. Visi Latvijas teritorijā iznākošie lielākie laikraksti ziņu slejās piedāvāja ļoti bagātīgu informāciju par politiskajām un militārajām norisēm. Reizumis tās pasniegšanā vērojams haotiskums. Redakciju darbinieki acīmredzot nespēja pilnībā pārvaldīt straujo ziņu plūsmu un izsekot dinamiskajai situācijas mainībai. Piemēram, RR

jau 26. jūlijā publicēja kara gaitas hronoloģiju, kas secīgi ļāva atskatīties uz svarīgākajām diplomātiskajām, politiskajām un militārajām norisēm ([S. n.] 1914a, 1). Sākoties karam, preses izdevēji laida klajā laikrakstu papildu izdevumus, t. s. telegrammas, kurās apkopota pati jaunākā informācija, kas redakciju rīcībā nonākusi pēc pamatnumura nodošanas drukai vai bija tik vērtīga, ka varēja tikt pārdota speciālu ziņu lapu veidā. Kara sākšanos, karojošo valstu savstarpējās attiecības, Krievijas iesaisti karā un Krievijas–Vācijas karu prese viennozīmīgi nominēja kā pašus galvenos notikumus, kas nedēļas laikā ziņu slejās saplūda vienā kopējā lielnotikumā, – Eiropā ir sācijas reāls karš.

Kara pirmajā nedēļā vienots tā apzīmējums vēl neizkristalizējās. DzV 17. jūlija ievadrakstā uzsāktā kara perspektīvu nodēvēja par “vispārējo Eiropas karu”, citviet aktuālo norišu nosaukšanai izmantoja terminus “Tēvijas karš”, “lielais karš”, “Eiropas karš”, “pasaules karš”, “Eiropas lielvalstu karš”. DzV izveidoja speciālu rubriku “Eiropas karš”. Arī JZ notiekošo apzīmēja ar “Eiropas karš”. Rubriku nosaukumu formulējumā JZ ir konkrētākas. 18., 19. jūlijā starptautiskās tiek apkopotas sadaļā “Austrijas–Serbijas karš”, 20. jūlijā – “Karš”, 21. jūlijā – “Krievijas–Vācijas karš”, 22. jūlijā – “Eiropas karš”. RR vēl pēc Austrijas kara pieņemuma Serbijai ar karu sākumu saistītās norises ievietoja rubrikā “Krīze”, kopš 21. jūlija to aizstāja sadaļa “Karš”. RR karu apzīmēja arī ar jēdzieniem “Eiropas karš” un “pasaules karš”. Latvijas teritorijā iznākošie laikraksti savā notiekošā nosaukšanas/apzīmējuma veidošanas diskursīvajā stratēģijā izrādījās precīzi, nosaukdami tik tikko uzsākto karu par pasaules karu. Ar šo vārdu tas arī palika vēsturē.

RR un DzV izteikti kara norisēm piešķīra vēsturiska notikuma diskursīvo ietvaru. DzV jau pēc Austrijas kara pieņemuma Serbijai pieļāva: “Pēc šiem notikumiem Eiropas karte var grozīties. Šis gads var palikt par jauna vēstures laikmeta izejas punktu. [...] Patiesību sakot, šādā karā nevar būt neviena īsta uzvarētāja. Visa Eiropas saimniecība dabūs tādu triecienu, ka to varēs sajūst vēl pēc daudziem gadu desmitiem.” ([B. a]. 1914a, 1) Citi izdevumi atturējās no plašu un tālejošu diskursīvo vispārinājumu veidošanas.

Apgalvojuma diskursīvā stratēģija. Tās lietojuma analīze ļauj saprast, kādus pozitīvos un/vai negatīvos marķējumus prese piešķir galvenajiem notikumu aktoriem un kā tos stereotipizē.

Neapšaubāmi, 1914. gada jūlijā Latvijas teritorijā izdotajos lielākajos laikrakstos pozitīvais aktors bija Krievija, kas sākotnēji tika atainota kā valsts, kura nav ieinteresēta karā, bet gan – mierā. Piemēram, DzV 17. jūlijā akcentēja, ka tieši Krievija turpina vest sarunas ar potenciālajiem pretiniekiem, jo tai karš nav vajadzīgs vai nepieciešams to atlikt vismaz uz pāris gadiem. Krievija diskursīvi tika veidota kā taisnīga un godīga valsts, kura iestājas par Serbijas aizstāvību. Krievijas kā pozitīvā aktora lomu pastiprināja daudzās reportāžas par masu patriotiskajām manifestācijām, kurās milzīgi cilvēku pūļi pieprasīja un apsveica savas valsts iesaistīšanos karā. Laikraksti vēstīja arī par krievu ieroču uzvarai veltītajiem dievkalpojumiem un panākumiem ziedojumu vākšanā.

Pozitīvais aktors bija arī Serbija kā maza valsts un arī kā slāvu valsts, kas piedzīvojusi netaisnu uzbrukumu un kura pelnījusi Krievijas palīdzību. Šo politisko nostādni pastiprināja

daudzās ziņas, kas vēstīja par iedzīvotāju atbalstu serbiem. Piemēram, stāstot par Pēterburgas Mihaila kara akadēmijā izglītību guvušo serbu virsnieku pavadīšanu uz dzimteni, DzV vēstīja: “Pērkonđimdoši saucieni “Lai dzīvo Serbija” kā dzīvs negaisa spēks skrēja pār neapzināmo ļaužu pulku” ([B. a.] 1914b, 2). Šādi lozungi, kā vēstīja laikraksti, tika skandēti arī daudzajās patriotiskajās kara atbalsta manifestācijās. RR lappusēs Serbija gan netika veidota kā neapšaubāmi pozitīvais aktors. Laikraksts tiecās piedāvāt Austroungārijas un Serbijas attiecību kopsakarību un Serbijas lomas konflikta izraisīšanā izvērtējumu.

Preses pozitīvajiem aktoriem pieskaitāmi arī kara pirmajās dienās Krievijas armijā mobilizētie. Viņi tika uzteikti par pakļaušanos iesaukšanas pavēlei un disciplinētību. Arī šie vēstījumi pastiprināja Krievijas tēla pozitīvo diskursīvo konstrukciju. Jāteic, ka latviešu laikrakstos tā kopumā bija nesatricināma.

DzV un JZ vēstījumā pirmais galvenais negatīvais aktors bija Austrija, kurai jāuzņemas morālā atbildība par kara izraisīšanu. Tāpat negatīvi tiek marķētas tās sabiedrotās Vācija un Itālija. Pēc Vācijas kara pieteikuma Krievijai galvenā visnegatīvākā aktora lomā nonāca Vācija. Šīs valstis tad kara ideoloģiskajā diskursā iemantoja *lenaidnieka* identitāti. RR kara ziņās un norīšu apskatos Austrijas un Vācijas kā absolūtā negatīvā aktora konstrukcija bija mazāk izteikta nekā latviešu laikrakstos.

Negatīvu marķējumu presē ieguva arī cilvēki, kuri kara priekšvakarā izņēma savus noguldījumus no bankām, tādējādi radot problēmas to darbam un sējot paniku. Laikraksti norādīja, ka tas ir nesaprātīgi un ka nav jēgas naudu glabāt mājās vai zeķē. Tika piedāvāti arī krimināla rakstura gadījumu apraksti, proti, noziedznieki par uzbrukuma objektiem izvēlas tieši šos naudas izņēmējus, uzbrūk viņiem un aplaupa. DzV skaidroja, ka noguldījumu izņēmēji ir cilvēki, kuri ļaujas muļķībai ([B. a.] 1914d, 3).

Presē iezīmējās diskursīvs melnbaltais pozitīvo un negatīvo aktoru marķējums un stereotipi, kas kara un tā izraisīto krīžu situācija kalpoja kā ideoloģijas, vērtību un pareizas/nepareizas uzvedības orientieris.

Argumentācijas diskursīvā stratēģija. To mediji lieto, lai publikai piedāvātu diskursus raksturojošās tēmas un konkrētus faktus.

Aplūkotajā laikposmā Latvijas teritorijā iznākošie laikraksti bija ziņu un tajās ietvertu faktu pārpilni, arī tajos skarto tēmu klāsts – bagāts un daudzveidīgs. Diplomātiskās un kara norises, kā jau minēju, patiešām tika atspoguļotas detalizēti, un to atainojums vērtējams kā mediju satura galvenā tēma. Karš un ar to saistītie notikumi civilistu ikdienā tika pasniegti aktuālo ziņu formā. Avīžu lappusēs lasāmi daudzu Krievijas, Vācijas un dažkārt arī citu zemju laikrakstu ziņu apskati. Sākotnēji tajos parādījās pat pretējās puses laikrakstos publicēto materiālu atstāsti. Latvijas teritorijā iznākošajos laikrakstos ievietoti ne vien Krievijas ķeizara Nikolaja II manifesti, bet arī citu karojošo valstu svarīgākie oficiālie paziņojumi, kuros deklarēta iesaiste karā un skaidrota tās motivācija. Pirmā “karstā” militāra rakstura ziņa bija par Belgradas bombardēšanu naktī uz 16. jūliju, tai sekoja daudzas nākamās, veidojās kara norīšu atainojuma pieradums, un jau pēc dažām dienām tās sāka zaudēt ārkārtēja notikumu vēstījuma nozīmi. Jāteic, ka ziņu kvantitāte pat nomāca to saturu.

Prioritārajām preses tēmām pieskaitāms arī Krievijas iedzīvotāju izteiktais atbalsts karam un tā ietekme uz cilvēku ikdienas dzīvi. Jau no dienas, kad Austrija pieteica karu Serbijai, avīzes gandrīz vai katrā numurā piedāvāja masu atbalstu karam, sajūsmas un patriotisma uzplūdu publiskās demonstrācijas apskatus. Tie lielākoties vēstīja par lieliem un/vai milzīgiem cilvēku pūļiem, kas pulcējās Pēterburgas, Maskavas, Kijevas, Odesas u. c. pilsētu ielās un laukumos un skandēja lozungus: "Lai dzīvo Serbijai!"; "Lai dzīvo Francija un franču-krievu savienība!"; "Lai dzīvo krievu armija!" u. c. 18. jūlijā prese ziņoja par iepriekšējā vakarā notikušajām lielajām manifestācijām Rīgas ielās un laukumos. Tajās piedalījās vairāki tūkstoši cilvēku un izkiedza Krieviju, tās armiju, Franciju un Angliju slavinošus saukļus. DzV akcentēja, ka kara atbalsta manifestāciju dalībnieku vidū bija "liela daļa latviešu ļaužu" ([B. a.] 1914c, 1). Prese detalizēti rakstīja arī par nākamajām, dalībnieku skaita ziņā vēl lielākām manifestācijām Rīgā. Tajās tika skandēti gan jau ierastie lozungi, gan arī "Uzvaru! Uzvaru!". Laikrakstos tika norādīts, ka šīs manifestācijas nav patīkamas vietējiem vāciešiem, viņi neiesaistās patriotiskajā sajūsmā par karu. Nereti šajos pasākumos vērojams naidīgs noskaņojums pret vāciešiem. Kopumā DzV atzinīgi rezumēja, ka manifestācijas laikā "kārtība un pieklājība bija apbrīnojama" ([B. a.] 1914f, 6). Daudzās ziņas par kara atbalsta manifestācijām diskursīvi veidoja pretstatu ar tajos pašos laikrakstos publicētajām oficiāla rakstura vēstīm, kurās Krievija tika pozicionēta kā miera aizstāve un karošanā neieinteresēta valsts.

Saturisku pretišķību oficiālajai informācijai par Krievijas politiku un kara norisēm radīja arī informācijas plūsma par straujajām pārmaiņām rīdzinieku ikdienā. Presei izdevās radīt satraukuma pilnas situācijas diskursu. Vispirms jau laikraksti vēstīja par naudas masveida izņemšanu no bankām un problēmām, kas tādējādi veidojas finanšu sfērā. Piemēram, JZ rakstīja par Rīgas krājkasas šturmešanu, par milzīgajām rindām, kas vijas pār ielām, par ļaudīm, kuri, gaidot banku atvēršanu, naktīs guļ uz trotuāriem (-js 1914b, 3). Avīzes vēstīja arī par krasām pārmaiņām vasarnieku uzvedībā, proti, jūrmalu, tās kūrortus pameta atpūtnieki, tā mainot visu šā reģiona dzīvi un saimniecisko darbību. Nākamās ziņas saistījās ar jauno dzelzceļa un telegrāfa pakalpojumu režīmu. Abas šīs institūcijas pārgāja militārā resora jomā. Laikrakstu dienaskārtībā ienāca ziņas par jauniem vilcienu sarakstiem ar mazāku reisu skaitu, pasažieru pārpildītiem vagoniem, biļešu deficītu, kā arī par telegrāfa pakalpojuma sniegšanas liegumu privātpersonām. Tāpat laikraksti vēstīja par veikalu, fabriku un uzņēmumu slēgšanu, jo mobilizācijas dēļ tiem vairs nebija darbinieku. Problēmas radīja arī alkohola tirdzniecības pārtraukšana un krogu aizvēršana, toties uz ielām vairs nebija redzami piedzērušies cilvēki. Tika slēgti varietē teātri. Sāka kāpt pārtikas cenas, Rīgā vairākas dienas bija vērojams atsevišķu produktu (vispirmām kārtām maizes) trūkums, ko radīja ierasto piegādes ceļu (piemēram, dzelzceļa) pāreja militārā resora rīcībā. JZ vairākkārt vēstīja, ka cenu celšanās ir izraisījusi pūļa dusmas un Rīgā, it īpaši nomalē, tiek dauzīti veikalu logi un demolētas telpas. Piemēram, "Miera ielā saniknotie iedzīvotāji izdauzījuši kādu bodi, kur prasīts par mārciņu baltmaizes 20 kap. Bode tagad aizsista ar dēļiem" (-js. 1914a, 3). RR stāstīja par sievieti, kura dūsmās kāda kartupeļu tirgotāja precī aplēja ar petroleju, jo cenas paaugstinājums, viņasprāt, bija pārāk liels ([S. n.] 1914b, 5). Kopumā kara ietekmes uz zemāko

sociālo slāni tēma visplašāk skarta JZ. Šī tēma nebija vienaldzīga arī citiem izdevumiem, piemēram, DzV savu Rīgas dzīves pēc mobilizācijas izsludināšanas apskatu sāka ar vārdiem: “Visur nopietnas sejas, nervozas valodas, uztraukti prāti” (-ln.- 1914, 7). Citviet laikraksts centās jokot, ka karam ir arī pozitīva ietekme uz rīdzinieku dzīvi: “Pamodies arī dzīvības instinkts masās: pēdējās dienās pašnāvības pilsētā gandrīz mitējušās. Arī karalaika zīme.” ([B. a.] 1914h, 3)

Argumentācijas diskursīvās stratēģijas izpausme aplūkotajos laikrakstos ir ļoti izteiksmīga. Publicētā informācija un ar karu saistīto tēmu plašais klāsts rada neapšaubāmu kara ainu un liecina par tā izraisīto emocionālo un sociālo kvēli.

Perspektivizācijas un diskursa reprezentācijas diskursīvā stratēģijas analīze ļauj saprast pašas preses pozīciju. Neapstrīdami, visi analizētie laikraksti savā darbībā un kara atspoguļojumā bija absolūti lojāli Krievijas impērijai un ievēroja varas iestāžu preses darbības reglamentējošos nosacījumus. Par savu uzdevumu tie uzskatīja iespējami pilnīgas informācijas sniegšanu par notiekošo pasaulē, valstī, pašu gubernā un pašu pilsētā. DzV, JZ un RR redakcijas darbojās ļoti profesionāli un bija uzticīgas savai mērķauditorijai. Laikrakstu saturs liecina, ka laikraksti savu dienaskārtību veidoja un materiālu atlasīja veica tās interesēs. Publicētie materiāli rāda, ka redakcijas vāca informāciju no dažādiem avotiem – oficiālajiem, citiem preses izdevumiem, tostarp Krievijas lielāko pilsētu, ārvalstu laikrakstiem, izmantoja speciālkorespondentus, kā arī iesūtītos materiālus. RR, kas plašāk nekā citi izdevumi aplūkoja Vācijas un Austroungārijas politiku, sniedzot ziņas par šīm valstīm, izteikti atsaucās tieši uz Krievijas laikrakstiem (piemēram, “*Peterburgskaya gazeta*”, “*Russkoe slovo*”, “*Den*”) un tā demonstrēja savu lojalitāti varai un piederību Krievijas impērijas informatīvajai telpai.

Laikrakstos piedāvātā informācijas plūsma liecina, ka tieši jaunāko ziņu sniegšanu par karu tie uzskatīja par savu absolūto prioritāti, var sacīt – arī par žurnālistisko misiju. Avīzēs samazinājās citu materiālu, piemēram, izglītojošo, pārspriedumu rakstu, kā arī beletristikas apjoms. Protams, laikraksti saglabāja arī sev ierastās tēmas, kas bija svarīgas to auditorijai. Piemēram, JZ ziņu slejās diezgan lielu vietu joprojām aizņēma kriminālā informācija. Savukārt RR – kultūras ziņas un afiša, kā arī sporta ziņas.

18. jūlija numurā JZ skaidroja, ka publikas pieprasījums pēc ziņām ir ārkārtīgi liels, “laikraksti tiek avīžniekiem, tā sakot no rokām izrauti” ([B. a.] 1914l, 4). Redakcija atzina, ka jau kara pirmajās dienās tirāžu varēja palielināt par 10 000 eksemplāru. Tā saviem lasītājiem solīja ziņas sniegt vēl ātrāk un izveidot papildus parastajam numuram ik rīta telegrammu izdevumu, kā arī piesaistīt jaunus speciālkorespondentus ([B. a.] 1914l, 4). 26. jūlijā JZ savus lasītājus informēja, ka laikraksts tiek iespiests 73 000 eksemplāru lielā tirāžā, tomēr jau iezīmējās vairākas nopietnas problēmas: samazinājies reklāmu un sludinājumu apjoms, un tādēļ pieaug avīzes izmaksas; Rīgā palielinājušās papīra un tipogrāfijas krāsas cenas, jo šo preču krājums pilsētā ir neliels. JZ norādīja, ka DzV jau ir palielinājis viena numura cenu no 3 kap. uz 5 kap. un solīja, ka vismaz pagaidām avīze saglabās iepriekšējo cenu (1 kap.) ([B. a.] 1914r, 3). Tas liecina, ka arī pašu preses izdevumu darbībā un nākotnes perspektīvā sāka iezāģties neskaidrība un nedrošība par rītdienu.

Kara pirmās nedēļas laikrakstu saturs vēsta, ka to veidotāji nonāca sava laika gūstā, viņiem nācās skriet tam pakā, cenšoties izsekot līdzī notikumam (kas jāpārvērš ziņās) plūsmā un izsijāt no jaunumu pārbagātības savai auditorijai noderīgāko un interesantāko. Kara diskursīvajā reprezentācijā aktuālie fakti dominēja pār spriedumiem un nākotnes prognozēm un lojalitāte Krievijai lielā mērā aizēnoja pasaules politikas racionālu tvērumu un izvērtējumu.

Diskursa intensifikācijas un mīkstināšanas stratēģija ietver gan satura veidošanas instrumentus, gan mākslinieciskās izteiksmes līdzekļus.

Prese kara diskursa intensifikāciju panāca ar nemitīgo un bagāto ziņu plūsmu. Turklāt vārdiski tās tika pasniegtas vienkārši, lakoniski un koncentrēti. Mediji ziņās neizmantoja īpašības vārdus, sintaktiskās un tēlainās izteiksmes līdzekļus. Diskursīvo efektu radīja paši fakti un to blīvums. Svarīguma pastiprinājumiem visi analizētie laikraksti izmantoja retinājumsrīftu un treknrīftu. Pašas nozīmīgākās ziņas (piemēram, par kara pieteikumiem, mobilizāciju, Belgradas bombardēšanu kā militāro akciju sākumu, Vācijas kreisera veikto Liepājas apšaudi) tika publicētas treknrīfrā. Tādējādi laikrakstu patērētājiem bija iespējams sākt iepazīšanos ar avīzes numuru, vadoties pēc burtu šriftiem, lasīt ziņu svarīguma secībā un tā veidot priekšstatu par aktuālo kara ainu. DzV un JZ izmantoja arī vizuālos materiālus, piemēram, karadarbības vietu kartoshēmu, serbu un austriešu karavīru zīmējumus.

Notikumu dinamikas diskursu pastiprināja arī pašu “karstāko” ziņu rubrikas laikraksta pēdējā lappusē. DzV un JZ piedāvāja sadaļu “Telegramas”, tāda bija arī RR. Tajā tika iekļautas ziņas, kas redakcijā nonāca pēc tam, kad jau bija sagatavota numura ziņu rubrika. Piemēram, JZ akcentēja, ka “Telegramās” ievietotās ziņas redakcija saņēma pēc pusnakts. Atsevišķām ziņām tika pievienots arī precīzs laiks, tā piešķirot šai informācijai vēl lielāku svarīgumu. Piemēram, 16. jūlijā ziņas “Austrija pieteikuse Serbijai karu” ievadā pievienota piezīme: “Saņemta plkst. 1.40 naktī”, 20. jūlijā ziņu “Vācija pieteikuse Krievijai karu” papildina piezīme: “Saņemta plkst. 1.50 naktī”.

Prese kara diskursam klusinājuma toni netiecās piešķirt. Mīkstināšanas diskursīvā stratēģija laikrakstos netika lietota.

ES, IENAIDNIEKA UN UPURA IDENTITĀTES DISKURSS

Latvijas teritorijā iznākošo lielāko laikrakstu izmantoto diskursīvo stratēģiju apzināšana ļauj arī izprast kara ideoloģijas kodolu veidojošo *Es, Ienaidnieka* un *Upura* identitātes diskursu radīšanu.

Es identitātes diskurss. Tā veidošanā laikrakstu starpā vērojamas atšķirības, kas sakņojas to etniski un sociāli dažādajās mērķauditorijās. Krievijas impērijas oficiālā nostādne kara sākumā paredzēja nacionālo domstarpību un pretstāvēšanas pārtraukšanas, kā arī impērijas vienotības diskursa kultivāciju medijos. Visiem valsts iedzīvotājiem vispirmām kārtām šajā situācija bija jāapzinās, ka viņi ir Krievijas pavalstnieki un tādēļ visiem arī jābūt vienam mērķim. 28. jūlijā presē lasāms Kurzemes gubernatora paziņojums, kurā nosodīta latviešu



2. attēls. Karadarbības zonas karte laikrakstā "Jaunākās Ziņas". *Jaunākās Ziņas*, piel., 1914, 19. jūl., Nr. 196. 5. lpp. *Latvijas Nacionālās bibliotēkas krājums*

naidīgā attieksme pret vāciešiem. Tajā teikts: "Šajā nopietnā brīdī, kas piemeklējis Krieviju, visi Krievijas iedzīvotāji sacēlušies, lai aizstāvētu savu tēviju. Krievijas ienaidnieki priecājas, ka dabū zināt, ka viena daļa Krievijas iedzīvotāju izturas naidīgi pret otru. Šajā nopietnā brīdī nav latviešu, leišu un vāciešu, ir tikai Krievijas pilsoņi. Kas to nespēj saprast, tas nav savas dzimtenes cienīgs" ([B. a] 1914k, 5). Neraugoties uz to, laikrakstos tika piedāvāts etniskais Es identitātes diskurss. RR jau 18. jūlijā norādīja, ka nacionālismam ir liela nozīme tālaika sabiedriskajā domā, tomēr "pilsoņa eksistence ir cieši saistīta ar tās valsts politisko labklājību, kurai viņš pieder" un ārpus nacionālās valsts dzīvojošo etnisko kopienu intereses var atšķirties no šās valsts nostājas. Arī Krievijas mazākumtautībām (tostarp vāciešiem) piemīt valstiskais patriotisms, un to nedrīkst ignorēt ne valsts politikā, ne ikdienā. (S.[chiemann] 1914, 1)

DzV vairākkārtīgi atgriezās pie tēmas – ko latviešiem nozīmē/nozīmēs šis karš. Protams, laikraksts apliecināja, ka latvieši ir uzticīgi Krievijas pavalstnieki un to jau lieliski demonstrējuši iepriekšējos karos, varonīgi cīnoties Krievijas armijas rindās. Avīze uzsvēra, ka spilgts pozitīvs piemērs ir dzejnieka Andreja Pumpura dienests Krievijas–Turcijas karā (1877–1878). Tomēr šajā militārajā konfliktā latviešiem būs jācīnās arī par sevi kā nāciju. DzV rakstīja: "… varbūt, arī latviešu zemē pirmo reizi kārtīgi vests karš, pēc tam, kad viņi sevi apzinās par tautu, kad viņi pie savas garīgas attīstības vairāk nekā cilvēka augumu paši ir strādājuši, kad viņi ir ieguvuši paši savus tpašumus, kad viņi ir izkopuši savus kopējās kultūras līdzekļus, nodibinājuši savas kopējās kultūras līdzekļus, nodibinājuši savas kopējās kulturelās iestādes.

Tagad viņiem uz spēli ne tikai viņu kailā dzīvība, bet arī tas, kas iegūts un kas cerēts, kas strādāts un dēstīts ne tikai acumirkļi priekš sevis, bet arī priekš nākamām paaudzēm, priekš tā plašāka organisma, no kura katrs latvietis ir tikai loceklis un arī vesela paaudze zināmā laikā ir tikai daļa” ([B. a.] 1914j, 1). Laikraksts arī izteica skarbu brīdinājumu, ka latviešiem viņu zemes ģeogrāfiskā novietojuma dēļ šis karš “ir dzīvības un nāves jautājums”. Vienlaikus DzV akcentēja, ka latviešu liktenis ir nešķirami saistīts ar lielo Krieviju un latvieši nešaubās par “savas lielās tēvzemes taisnās lietas uzvaru” ([B. a.] 1914g, 1).

Es identitāte oficiālajā diskursā tika konstruēta monolīti, visus iedzīvotājus saliedējot jēdzienā “Krievijas pavalstnieki”. Laikraksti, no vienas puses, to atbalstīja un popularizēja, bet, no otras puses, tomēr centās racionālāk raudzīties uz situāciju un rosināt lasītājus domāt par savu, savas sociālās un/vai etniskās grupas pozīciju šajā brīdī un nākotnē.

Ienaidnieka identitāte. Preses publikācijās *Ienaidnieka* identitāte sakrīt ar diskursīvajiem negatīvajiem aktoriem – Krievijas pretiniečiem Austroungāriju un Vāciju. Kara pirmajās dienās laikrakstu vēstījums par tām nebija ne klaji naidīgs, ne agresīvs. Šajā laikā vēl nav sākusi darboties kara propaganda, kura veiksmīgi konstruēja baidus Krievijas pretinieku tēlus (Senyavskaya 2006, 62–72). Laikrakstos ievietoti Austroungārijas un Vācijas armiju un to kaujas spēju izvērtējumi. Piemēram, JZ par Vācijas militārajiem spēkiem rakstīja: “Šī armija ir liela, labi disciplinēta un bruņota, bet tomēr ne tik liela, lai tā viena varētu sakaut ienaidnieku uz divām frontēm, pāriet uzreiz uzbrukumā uz rietumiem un austrumiem.” Un piebilda: “Ienaidnieks tāpat nav nemaz tik briesmīgs, kādu to iztēlo” ([B. a.] 1914n, 2). Vācijai tika pārņemta nostāšanās pret visu Eiropu un katastrofas izraisīšana. Prese rakstīja, ka tā nevar cerēt uz labu iznākumu “pat tādā gadījumā, ja viņas ieroči iegūtu vienu, otru ievērojamu uzvaru. Pārgalvīgā lepnumā tā izaicināja uz cīņu visu Eiropu. [...] Kas vēju sēj, tas vētru plauj.” ([B. a.] 1914i, 1)

Vācijas kā galvenā *Ienaidnieka* identitāte visspilgtāk atainojas ziņās un rakstos par Krievijas iedzīvotāju, arī latviešu attieksmi pret vāciešiem. Tā bija vērojama jau minētajās kara atbalsta manifestācijās, bet vēl spilgtāk – nākamajās dienās pēc Vācijas kara pietiekuma Krievijai. Laikraksti ievietoja izvērstus rakstus par pūļa akcijām Pēterburgā. To laikā tika demolētas vāciešiem piederošās kafējnīcas un veikali, it īpaši, ja to nosaukumā bija kas vācisks. Uzbrukumā pieredzēja Vācijas sūtniecība un arī Krievijai izteikti uzticamā laikraksta “*St. Peterburger Zeitung*” nams un izkārtne. JZ atzina, ka tā naidis pārtop darbībā ([B. a.] 1914o, 3). Laikraksts par situāciju Rīgā rakstīja: “.. tiek nomainītas izkārtnes “Berlīnes magazīna”, “Vīnes darbnīca”, “Berlīnes drēbnīca”, “Vīnes kurpnīca” u. c. pret citām, kurā nosaukumā nav ienaidnieku simbolizējošu apzīmējumu. Berlīnes un Vīnes nosaukumi pircējiem nepatīkami un atbaidoši.” ([B. a.] 1914p, 3 203) Arī lauku dzīves tēlojumos atzīts, ka “stipri sajūtams ienaidis pret karu vedējām valstīm [...] Vācu valodu ļaužu pulkā vairs reti dzird; jo zobgalības un pat naidis liek vācu mēlēm klusēt” (J. 1914, 2). DzV rezumēja: “Neviens latvietis no Vācijas šinī gadījumā priekš latviešu kultūras nesagaida laba ne par naga melnumu” (-In.- 1917, 7).

Preses publikācijas liecina, ka jau kara sākumā sabiedrībai *Ienaidnieka* identitāte bija skaidra. Nevar sacīt, ka tas bija preses nopelns. *Ienaidnieka* diskursa attīstību un nostiprināšanos

vairāk veicināja kontekstuālie faktori, jau pirmskara periodā valdošās sarežģītās Krievijas iedzīvotāju starpetniskās attiecības, seni un ne tik seni pāridarījumi, aizspriedumi un katras etniskās grupas nacionālās jūtas.

Upura identitāte. Konkrētā izteiksmē kara sākumā tā tika piešķirta Serbijai, un preses vēstījums par *Upura* identitāti pārklājas ar pozitīvā aktora diskursu. Latviešu prese viennozīmīgi atzina, ka Serbijas apvainojumi ir nepamatoti un Austrijas prasību pieņemšana būtu šīs valsts “morāliska pašslepkavība” ([B. a.] 1914a, 1).

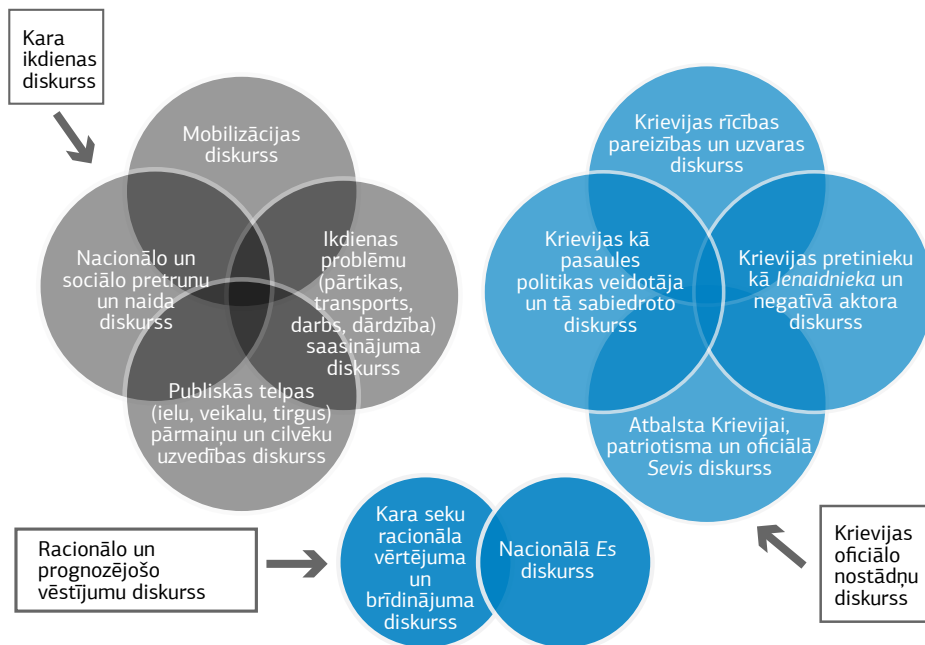
Abstraktā nozīmē *Upura* identitāte tika piešķirta mieram, ko iznīcināja Austroungārija un Vācija. Piemēram, 19. jūlijā DzV rakstīja: “Šai acumirklī arī Eiropa pārdzīvo baigus mirkļus. Liekas, ka pasaules kara aukstā ēna jau apsedz gandrīz visu apvāršni. Tomēr gaiša saules maliņa – cerība vēl nav pilnīgi zuduse. Šī cerība ir vāja, bet vēl tā ir. [...] Drīzumā zināsim, vaj miera gaisma būs uzvarējusi tumšo ēnu” ([B. a.]1914e, 5). Miera kā *Upura* identitātes mūžs preses slejās nebija ilgš, karadarbībai pieņemoties spēkā, tā pazuda no dienaskārtības.

Kara ideoloģijā tik svarīgās *Es, lenaindieka* un *Upura* identitātes un kara ideoloģija Latvijas teritorijā iznākošajos laikrakstos kara pirmajās dienās veidojās notikumu plūsmas gaitā un ne vienmēr bija mērķtiecīgi radīta.

SECINĀJUMI

Pirmā pasaules kara sākumnedēļā Latvijas teritorijā iznākošo lielāko dienas laikrakstu radītajā kopējā kara diskursā iezīmējās trīs dominējošie tematiskie diskursi: 1) Krievijas oficiālo nostādņu diskurss; 2) ikdienas dzīves diskurss; 3) racionālo un notikumu attīstības prognozējošo vēstījumu diskurss. Savukārt katru no tiem veido vairāki apakštēmu diskursi. Tos un šo diskursu savstarpējās attiecības sk. attēlā.

Latvijas teritorijā iznākošo dienas laikrakstu DzV, JZ un RR satura analīze liecina, ka cilvēkiem bija pieejama patiešām bagātīga informācija par karu jau tā pirmajās dienās. Nav arī vērojams, ka cenzūra būtiski ietekmētu preses izdevumu darbību. Avīžu piedāvātā informācija bija viegli pieejama, laikraksti – lēti, tie tika drukāti lielās tirāžās un izplatīti ne vien ar pasta starpniecību, bet arī daudzos veikalos, restorānos, kafējnīcās un uz ielām. Faktiski ikviens lasītprātējs pats varēja bez lielas piepūles patērēt medijos publicētās kara ziņas. Mediju ekoloģijā Pirmā pasaules kara dienās notika visai nelielas pārmaiņas, galvenokārt – redakcijām nācās rēķināties ar kara situācijas diktētajiem ierobežojumiem. Problemātiskāk ir ar tālaika vērtību orientieriem, rīcības ieteikumiem un nākotnes prognozēm. Laikrakstos par šīm tēmām ir maz materiālu. Izņēmums ir DzV, kuru vadīja avižniecībā ļoti pieredzējušais Matīss Ārons un kas ideoloģiski pārstāvēja Rīgas Latviešu biedrību un līdz ar to arī latviešu sabiedrības eliti. Nedaudzie DzV pārspriedumu raksti liecina, ka šīs aprindas kara izcelšanas vērtēja ļoti racionāli un saprata, pat diezgan precīzi prognozēja gaidāmo postu. To var uzskatīt arī par biedrības signāla raidījumu visai latviešu sabiedrībai. Tomēr kopējā DzV kara pirmo dienu piedāvātajā teksta kopumā šie brīdinājumi un vērtību orientieri parādās vien nedaudzās



3. attēls. Latvijas teritorijā iznākošās preses galvenie diskursi Pirmā pasaules kara sākumā

rindiņās. Visticamāk, liela daļa laikraksta auditorijas to vēl neuztvēra. Kopumā – tālaika prese, neraugoties uz piedāvāto lielo informācijas apjomu, tieši neiezīmēja kara radītās sociālās un humanitārās krīzes iespējamību un tās sekas.

LITERATŪRA

Ārons, M. (1938). *Manas dzīves atmiņu grāmata*. Rīga: A. Gulbis.

[B. a.] (1914a). Rīgā, 17. jūlijā 1914. *Dzimtenes Vēstnesis*, Nr. 161, 17. (30.) jūl., 1. lpp.

[B. a.] (1914b). Serbijas oficiēru pavadišana. *Dzimtenes Vēstnesis*, Nr. 161, 17. (30.) jūl., 2. lpp.

[B. a.] (1914c). Patriotiskas manifestācijas Rīgā. *Dzimtenes Vēstnesis*, Nr. 162, 16. (31.) jūl., 1. lpp.

[B. a.] (1914d). Noguldītāji, atstājiet naudu bankās! Vairāk prāta un aukstasinības! *Dzimtenes Vēstnesis*, Nr. 162, 16. (31.) jūl., 3. lpp.

[B. a.] (1914e). Pasaule kara ēnā. *Dzimtenes Vēstnesis*, Nr. 163, 19. jūl. (1. aug.), 5. lpp.

[B. a.] (1914f). Patriotiskās manifestācijas Rīgā. *Dzimtenes Vēstnesis*, Nr. 163, 19. jūl. (1. aug.), 6. lpp.

[B. a.] (1914g). Lielu vēsturisku notikumu priekšvakarā. *Dzimtenes Vēstnesis*, Nr. 164, 21. jūl. (3. aug.), 1. lpp.

[B. a.] (1914h). Vakardienas iespaidi Rīgā. *Dzimtenes Vēstnesis*, Nr. 167, 24. jūl. (6. aug.), 2.–3. lpp.

[B. a.] (1914i). Vācijas vientulība. *Dzimtenes Vēstnesis*, Nr. 168, 25. jūl. (7. aug.), 1. lpp.

- [B. a.] (1914j). Vēsturisks brīdis. *Dzimtenes Vēstnesis*, Nr. 169, 26. jūl. (8. aug.), 1.–2. lpp.
- [B. a.] (1914k). Kurzemes gubernatora paziņojums. *Dzimtenes Vēstnesis*, Nr. 170, 28. jūl. (10. aug.), 5. lpp.
- [B. a.] (1914l). Mūsu lasītājiem. *Jaunākās Ziņas*, Nr. 195, 18. jūl., 4. lpp.
- [B. a.] (1914m). Krievijas–Vācijas karš. *Jaunākās Ziņas*, Nr. 198, 21. jūl. 1. lpp.
- [B. a.] (1914n). “Vācu briesmas”. *Jaunākās Ziņas*, Nr. 198, 21. jūl., 2. lpp.
- [B. a.] (1914o). Demonstrācijas pret vāciešiem Pēterburgā un vācu sūtniecības izpostīšana. *Jaunākās Ziņas*, Nr. 202, 25. jūl., 3. lpp.
- [B. a.] (1914p). Nepatīkamas izkārtnes. *Jaunākās Ziņas*, Nr. 203, 26. jūl., 3. lpp.
- [B. a.] (1914r). Mūsu avīzes lasītājiem un avīzes izplatītājiem. *Jaunākās Ziņas*, Nr. 203, 26. jūl., 3. lpp.
- Bērziņš, A. G. (2015). *Latviešu skaņuplašu vēsture*. Rīga: Laika grāmata.
- Bērziņš, V. (red.). (2000). *20. gadsimta Latvijas vēsture. 1. sēj.: Latvija no gadsimta sākuma līdz neatkarības pasludināšanai*. Rīga: Latvijas vēstures institūta apgāds.
- Carpentier, N. (2015). Introduction: Strengthening Cultural War Studies. In: Carpentier, N. (ed.). *Culture, Trauma and Conflict. Cultural Studies Perspectives on War*. Cambridge: Cambridge Scholars Publishing, pp. 1–20.
- Centeno, M. A., Enriquez, E. (2016). *War & Society*. Cambridge: Polity.
- Grigulis, A., Treijs, R. (1992). *Latviešu žurnālistikas vēsture no pirmsākumiem līdz Pirmajam pasaules karam*. Rīga: Zvaigzne.
- Haidens, Dž. (2016). *Pauls Šīmanis. Minoritāšu aizstāvis*. Rīga: Laika grāmata.
- Hoyer, S., Lauk, E., Vihalemm, P. (eds). (1993). *Towards a Civic Society. The Baltic Media's Long Road to Freedom. Perspectives on History, Ethnicity and Journalism*. Tartu: Baltic Association for Media Research/Nota Baltica Ltd.
- J. (1914). Kara laiki. *Dzimtenes Vēstnesis*, Nr. 168, 25. jūl. (7. aug.), 2. lpp.
- js. (1914a). Cenu saaugstināšanās. *Jaunākās Ziņas*, Nr. 202, 25. jūl., 3. lpp.
- js. (1914b). Pilsētas krājkases šturmešana. *Jaunākās Ziņas*, Nr. 203, 26. jūl., 3. lpp.
- Karulis, K. (1990). Komentāri. No: Kārklīšs, J. *Latvijas preses karalis. Atmiņas par “Jaunāko Ziņu” laikiem*. Rīga: Karogs, 236.–256. lpp.
- In.-. (1914). Jaunāko notikumu iespaidi Rīgā. *Dzimtenes Vēstnesis*, Nr. 163, 19. jūl. (1. aug.), 7. lpp.
- S.[chiemann], P. (1914). Die Nationalitäten im Weltriede. *Rigasche Rundschau*, Nr. 162, 18. Jul., S. 1.
- Sellnow, T. L., Seeger, M. W. (2013). *Theorizing Crisis Communication*. Chichester: Wiley-Blackwell.
- Senyavskaya, E. (2006). *Protivniki Rossii v voinah XX veka. Evolutsiya “obraza vraga” v soznanii armii i obschestva*. Moskva: ROSSPEN.
- [S. n.]. (1914a). Kriegskalender. *Rigasche Rundschau*, Nr. 169, 26. Jul., S. 1.
- [S. n.]. (1914b). Zum Kapitel des Steigens der Lebensmittelpreise. *Rigasche Rundschau*, Nr. 168, 25. Jul., S. 5.
- Reisigl, M., Wodak, R. (2009). The Discourse-Historical Approach (DHA). In: Wodak, R., Meyer, M. (eds). *Methods of Critical Discourse Analysis*. Los Angeles: Sage, pp. 87–121.
- Zhilyakova, N. (2016). *Istoriya otechestvennoi zhurnalistiki kontsa XIX–nachala XX vekov. 2-e izd.* Moskva: Jurait.

25 Tautas Komisāru Padomes priekšsēdētāja liktenis un Arļietu tautas komisāru biedrs V. Molotovs nodrošina 1941. gada 22. jūnijā

PSRS Augstākās padomes prezidija DEKRETS par kareizdevības izdevīgākos atbilstīgos PSRS artilerijas...



PSRS Augstākās padomes prezidija DEKRETS par karatīstības gadījumā izdevīgākos atbilstīgos PSRS artilerijas...

OBLIGĀTS KONTROLESĒMPLĀRS
 Jūs esat obligāts kontrolēt, uzraudzēt!

DARBS

Latvijas PSR Arodizstrādes Centrālā Padomes Izdevums

171. SKATĪTĀJĀS
 15 KOP.

Disciplinētību, organizētību, pašizlīdzību!

Latvijas PSR Arodizstrādes Centrālā Padomes Izdevums

Brīvās Padomju Latvijas pilsoni un pilsoņi!



OBLIGĀTS KONTROLESĒMPLĀRS
 Jūs esat obligāts kontrolēt, uzraudzēt!

DARBS

Latvijas PSR Arodizstrādes Centrālā Padomes Izdevums

171. SKATĪTĀJĀS
 15 KOP.

PSR Savienības Tautas komisāru priekšsēdētāja vietnieka un Arļietu tautas komisāru biedra V. M. Molotova 1941. g. 22. jūnijā

JAUNAIS KOMŪNĀRS

Par Dzimteni! Par Staļinu!

Latvijas PSR Arodizstrādes Centrālā Padomes Izdevums

PSR Savienības Tautas komisāru priekšsēdētāja vietnieka un Arļietu tautas komisāru biedra V. M. Molotova 1941. g. 22. jūnijā

Latvijas PSR Arodizstrādes Centrālā Padomes Izdevums

Sarkanais Sports

74. SKATĪTĀJĀS
 15 KOP.

Centrdien, 1941. gada 26. jūnijā

Centrdienpasaules dienai kultūrai un sportam

Iznīcinājumu triecieni fašistiskajiem agresoriem!

Došim fašistiskiem barbariem patriecosu pretattienul!

Padomju informācijas biroja ziņojums)

us spēkus sociālistiskās nes aizmardībai

PSRS Augstākās Padomes Prezidija DEKRETS

INFORMĀCIJA PAR KARU UN KARA DISKURSI PRESĒ VĀCIJAS–PSRS KARA PIRMAJĀS DIENĀS

Vita Zelče

Šajā nodaļā, aplūkojot Latvijā iznākošās preses darbību Vācijas–PSRS kara pirmajās dienās, tiek turpināta iepriekšējā nodaļā aizsāktā tēma par iedzīvotāju informētību un kara diskursiem, meklējot atbildi uz jautājumiem: kāda informācija medijos cilvēkiem bija pieejama kara kā liela politiska notikuma, sociālās parādības un humanitārās katastrofas pašā sākumā? Vai tā palīdzēja orientēties notiekošajā un ļāva apjēgt norises mērogu un sekas, tās ietekmi uz sabiedrības un indivīdu turpmākajām dzīvēm? Kādus kara diskursus prese piedāvāja auditorijai tā pirmajās dienās?

Otrā pasaules kara Eiropā sākumā 1939. gada septembrī Latvijā valdīja diezgan mierīga gaisotne, prese, atainojot kara gaitu, galvenokārt izmantoja oficiālos ziņojumus (Bleiere u. c. 2008, 118). Lai arī karš atstāja negatīvu ietekmi uz Latvijas ekonomiku, tomēr tas līdz pat Padomju Savienības Īstenotajai okupācijai Latvijas iedzīvotājiem atvēlēja notikumu vērotāja pozīciju. Tā daļēji saglabājās pat 1940. gada jūnijā – valsts bojāejas dienās –, jo Latvijas Republikas autoritārais vadītājs Kārlis Ulmanis pieņēma agresorvalsts Padomju Savienības ultimātu ar prasību netraucēti ielaist padomju karaspēku un sastādīt Padomju Savienībai tīkamu valdību. Tieša karadarbība Latvijā nenotika (Bleiere u. c. 2008, 182–187). Tā sākās Vācijas–PSRS kara laikā 1941. gada jūnijā līdz ar Vācijas iebrukumu. No 23. līdz 29. jūnijam (pēc citiem datiem – līdz 28. jūnijam) norisinājās kaujas par Liepāju. Tomēr kopumā Sarkanā

armija stihiski un haotiski atkāpās, tikai dažkārt iesaistoties kaujās. 5. jūlijā karadarbība Latvijā faktiski bija beigusies, un tās teritorija pilnībā nonāca nacistiskās Vācijas okupācijā (Bleiere u. c. 2000, 244–248).

Šajā pētījumā iztirzāta preses darbība Vācijas un PSRS kara pirmajā nedēļā. Kara kursu konstatācijai un analīzei izraudzīti Rīgā iznākošie dienas laikraksti “Cīņa” (1904–1991), “Jaunais Komunārs” (1940–1941) (turpmāk – JK), “Darbs” (1940–1941) un “Sarkanais Sports” (1940–1941) (turpmāk – SS). Pētījumā izmantoti Latvijas Nacionālajā digitālajā bibliotēkā periodika.lv pieejamie avīžu teksti, sākot ar PSRS Tautas komisāru padomes priekšsēdētāja vietnieka un ārlietu tautas komisāra Vjačeslava Molotova (*Vyacheslav Molotov*) 1941. gada 22. jūnija radio runas publikāciju līdz pētilto laikrakstu darbības beigām, ko noteica Latvijas teritorijas pāriešana nacistiskās Vācijas pārvaldībā.

Īsi pirms karadarbības sākuma bija notikusi laikraksta “Cīņa” izdošanas reforma un statusa paaugstināšana kopējā Latvijas PSR mediju sistēmā. Kopš 1941. gada 1. jūnija laikraksta izdevējs bija Latvijas Komunistiskās (boļševiku) partijas Centrālā komiteja (LK(b)P CK), Rīgas komiteja un Latvijas PSR Augstākā padome, un šis laikraksts pārtapa no partijas avīzes par nozīmīgāko Padomju Latvijas preses izdevumu. Tam tika pievienots laikraksts “Padomju Latvija”, kurš līdz 1. jūnijam ieņēma centrālo vietu Latvijas PSR mediju sistēmā. “Cīņas” tirāža pieauga līdz pat 200 000 eksemplāru. Laikraksta redaktora amata pienākumus veica 20. gs. 30. gadu Latvijas komunistiskajai pagrīdei piederīgais Kārlis Ozoliņš (1905–1987). Vācijas–PSRS kara sākumposmā “Cīņa” līdz 27. jūnijam iznāca Rīgā, jūnija pašās beigās un jūlija pirmajās dienās laikraksta numurus drukāja Valkā un Valmierā (Ūdre 1974, 142–143). Laikraksts “Jaunais Komunārs” bija Latvijas PSR Ļeņina Komunistiskās jaunatnes savienības Centrālās komitejas un Rīgas komitejas izdevums, un tā mērķauditorija – jaunieši, vispirmām kārtām – komjaunieši. “Jaunā Komunāra” redaktors bija komunistiskais pagrīdnieks un komjaunatnes darbinieks Alberts Miezijs (1908–1941). Savukārt laikraksta “Darbs” izdevējs bija Latvijas PSR Arodbiedrību centrālā padome. Izdevuma redaktora pienākumus veica Rūdolfs Lapiņš (1898–1969), kurš tāpat kā “Cīņas” un JK redaktori nāca no komunistiskās pagrīdes. Avīzes SS izdevējs bija Latvijas PSR Fiziskās kultūras un sporta komiteja un Latvijas PSR Arodbiedrību savienība. Tas tika izdots trīs reizes nedēļā. Laikraksta redaktors – Rafaels Blūms (1914–1998). Vācijas–PSRS kara sākumā laikraksti JK un “Darbs” iznāca līdz 1941. gada 27. jūnijam, SS – līdz 26. jūnijam. Padomju Latvijas laikrakstu viena numura cena bija 15 kapeikas.¹

Tāpat kā iepriekšējā nodaļā, arī šajā laikrakstu teksti analizēti ar Rutas Vodakas (*Ruth Wodak*) diskursa vēsturisko pieeju (*discourse-historical approach*), kas ietver diskursīvo struktūru identifikāšanu un iztirzāšanu, kas savukārt sekmē mediju veidoto diskursu apzināšanu (Wodak 2009, 89–94). Sniegts arī tālaika mediju ekoloģijas un tās konteksta raksturojums.

¹ Pēc Padomju Savienībā 1940. gada 25. novembrī veiktā mazumtirdzniecības cenu paaugstinājuma Rīgā 1 kilograms sviesta maksāja 7 rbļ., liellopu gaļas kilograms – 2,50–3 rbļ., rudzu maizes kilograms – 0,40 rbļ. (Aizsilnieks 1968, 876)

Savukārt plašāku ieskatu par Latvijā iznākošās preses darbību padomju propagandas laukā Latvijā Vācijas–PSRS kara sākumā iespējams gūt vēsturnieka Ojāra Stepena pētījumā (Stepens 2007).

KONTEKSTS

Vācijas–PSRS kara sākumā visi Latvijas laikraksti darbojās saskaņā ar padomju mediju sistēmā valdošajiem nosacījumiem. Totalitārajā Padomju Savienībā vara pilnībā bija monopozīzējusi un unificējusi publiskajā telpā cirkulējušo informācijas plūsmu. Latvijas mediju sistēma nonāca padomju kontrolē līdz ar okupāciju 1940. gada jūnijā, lai gan tā formāli tika saglabāta: laikraksti un žurnāli iznāca ar tiem pašiem nosaukumiem, daļēji darbojās agrākie redakciju sastāvi. Tomēr dažas dienas pēc Latvijas oficiālās iekļaušanas PSRS sastāvā 1940. gada 5. augustā notika arī šī Latvijas Republikas mediju sistēmas formālā karkasa demontāža. Laikrakstu un žurnālu nosaukumi tika nomainīti ar jauniem – piemērotiem padomju iekārtai un tās ideoloģijai. Piemēram, “Brīvā Zeme” kļuva par “Brīvo Zemnieku”, “Fiziskā Kultūra un Sports” – “Sarkano Sportu”, “Latvijas Kareivis” – par “Sarkano Kareivi”, žurnāli “Zeltene”, “Sievietes Pasaule” un “Mājas Draugs” – par “Darba Sievieti”. Tie izdevumi, kuri saturiski nebija atbilstoši padomju režīma mediju sistēmai, tika slēgti vai pievienoti citiem laikrakstiem un žurnāliem (Fligere, Paeglis 1995).

1941. gada jūnijā okupētajā Latvijā tika izdoti seši republikāniskie dienas laikraksti (“Cīņa”, “Darbs”, “Brīvais Zemnieks”, “Jaunais Komunārs”, “Augstākās Padomes Prezidija Ziņotājs” un “*Proletarskaya Pravda*”), divas tematiskās avīzes (“Sarkanais Sports”, “Literatūras Avīze”), 11 reģionālie laikraksti (“Zemgales Komūnists”, “Taisneība”, “*Latgal’skaya Pravda*”, “Brīvā Venta”, “Liesma”, “Cēsu Stars”, “Brīvā Daugava”, “Strādnieks”, “Talsu Apriņķa Ziņotājs”, “Sarkanā Maliēna”) un 15 dažādas tematikas žurnāli (“Atpūta”, “Padomju Latvijas Ārsts”, “Darba Sieviete”, “Darba Zemnieks”, “Karogs”, “Sarkanā Palīdzība”, “Tehnika un Celtniecība”, “Padomju Latvijas Skola”, “Propagandists un Aģitators”, “Higiēna un Veselība”, “Pionieris”, “Modes Spogulis”, “*Rizhskii Krokodil*”, “*Sovetskaya Latvija*”, “*Ufbau*”). Darbojās arī Latvijas PSR Radiofons. 1941. gada jūnijā raidīja no plkst. 6.15 no rīta līdz plkst. 1.00 naktī. Svētdienās raidījumi sākās vēlāk – plkst. 8.00.

Padomju Latvijas prese un radio tika pakļauti PSRS pastāvošajai totālajai mediju kontroles sistēmai, kas pakāpeniski bija formējusies jau kopš šīs valsts pastāvēšanas sākumiem un 20. gs. 30. gadu beigās ieguvusi daudzpakāpju uzraudzības un represiju mašīnas veidolu. Padomju cenzūras vēsturnieks Arlens Blums (*Arlen Blyum*) norāda, ka totālo kontroli veidoja pieci hierarhiski līmeņi: 1) pašcenzūra – autora īstenoti pašierobežojumi teksta radīšanas procesā, ievērojot valsts noteiktos tabu un cenzūras prasības; 2) redakcionālā cenzūra, kuru īstenoja mediju redaktori un līdzstrādnieki; 3) Galvenās literatūras pārvaldes – PSRS nozīmīgākās cenzūras institūcijas – kontrole; 4) soda cenzūra, ko īstenoja t. s. padomju politiskā policija – 20. gs. 40. gados leikšlietu Tautas komisariāts jeb

NKVD (*Narodny komissariat vnutrennih del*); 5) ideoloģiskā cenzūra, ko realizēja Komunistiskās partijas vadība (Blyum 2000, 14–25). Latvijas PSR Galvenā literatūras pārvalde tika dibināta 1940. gada 9. augustā. Tā bija Komunistiskās partijas un padomju varas “cenzūras uzdevumu pildītāja ar oficiālu administratīvu varu” (Strods 2010, 89). Latvijas PSR Galvenajā literatūras pārvaldē strādāja tikai īpaši atlasīti un iekārtai absolūti lojāli komunistiskās partijas biedri, sākotnēji tie bija cilvēki, kuri ieradās no Padomju Savienības. 1940. gadā Latvijas PSR Galvenajā literatūras pārvaldē tika nodarbināti 18 darbinieki, no viņiem pieci veica pēccenzūru un 13 – priekšcenzūru. 1941. gadā šajā institūcijā darbojās jau 35 cenzūras speciālisti (Strods 2010, 89).

1941. gada 2. jūnijā cenzūra PSRS pārgāja uz “kara kārtību” un PSRS Tautas komisāru padomē tika izveidots īpašs galvenā kara cenzora amats. Kara cenzora darba funkcijās tika iekļauta: 1) vēl pamatīgāka valsts noslēpumu sargāšana; 2) preses, kino, radio, kartogrāfijas, teātra, muzeju u. c. politiski ideoloģiskā kontrole; 3) iekšējo un ārējo pasta un telegrāfa sūtījumu pārraudzība. Jau no kara pirmajām dienām pieauga NKVD loma un nozīme cenzūras vadībā un īstenošanā (Goryaeva 2009, 284–285). 1941. gada 2. jūnijā tika nodibināts Padomju informācijas birojs (*Sovetskoe informatsionnoe byuro*) jeb *Sovinformbyuro*, kura uzdevums bija vēl vairāk nostiprināt varas monopoli uz publiskai sniegto informāciju par visiem iekšējiem, ārējiem un militāriem notikumiem. Mediji savā saturā, vēstot par karu, drīkstēja iekļaut tikai Padomju informācijas biroja sagatavotos ziņojumus. Savukārt biroja pienākums bija ikdienas vienu vai divas reizes dienā sniegt kara notikumu kopsavilkumu “No Padomju informācijas biroja” (Berkhoff 2012, 13; Zhirkov 2016, 341).

Memuārliteratūrā rodams liecības vēsta, ka pirmo informāciju par Vācijas–PSRS sākumu Latvijas iedzīvotāji lielākoties guva ar radio starpniecību. Atmiņstāstos dominē četras versijas: 1) par karu tika uzzināts kolektīvi vai individuāli, klausoties Rīgas Radiofona raidīto paziņojumu un V. Molotova runu plkst. 12.15; 2) šo ziņu pārstāstīja kaimiņi, kolēģi vai draugi, kuri to bija dzirdējuši radio; 3) informācija par kara sākumu tika gūta no ārvalstu radio raidījumiem; 4) secinājumus par kara sākšanos cilvēki izdarīja paši, izdzirdot sprādzienus, šāvienus vai redzot gaisā vācu lidmašīnas. Piemēram, rakstnieks Zigmunds Skujiņš stāstīja: “22. jūnijā īsi pirms pusdienas kokzāģētavas [pie Krīdenera dambja] strādniekus un darbiniekus sasauca kantora priekšā noklausīties Molotova radiopaziņojumu. Bija sācies karš. Pēc dažām stundām piedzīvojām uzlidojumu.” (Skujiņš 2007, 326) Rakstnieks, bijušais leģionārs un politiski represētais Pēteris Liepiņš savās atmiņās rakstīja, ka Vācijas–PSRS kara pirmo dienu pavadījis, kopā ar draugiem makšķerējot Struņķu ezerā, un ka par tā sākšanos uzzinājis vien vakarā vietējā veikalā no tā īpašnieka, kurš šo jaunumu bija uzzinājis no radio (Liepiņš 2012, 6). Savukārt rakstnieks Alfrēds Dziļums ziņu par kara sākumu izdzirdējis Vācijas Kēnigsbergas raidītāja rīta ziņās latviešu valodā (Dziļums 1991, 251). Lai ierobežotu Vācijas, kā arī citu valstu raidstaciju informācijas par kara norisēm izplatību, Baltijas kara apgabala vadība 23. jūnijā pavēlēja noņemt radio antenas, bet 25. jūnijā PSRS Centrālās komitejas Politbirojs izdeva rīkojumu par radioaparātu nodošanu valsts glabāšanā uz laiku. Sākās radio uztvērēju konfiskācija, kas gan paguva skart nelielu daļu to īpašnieku (Radovics 2022).

Tālaika mediju ekoloģiju formēja un tās funkcionēšanu noteica totalitārās PSRS valsts vara. Tā ne tikai pilnībā noteica plašsaziņas līdzekļu darbību, bet arī deleģēja cilvēkus, kuri, atrodoties preses, radio un kino vadītāju, satura un formas veidotāju, izdevēju, kontrolieru pozīcijās, šajā jomā bezierunu režīmā īstenoja varas diktēto.

DISKURSĪVĀS STRATĒGIJAS

Vācijas-PSRS kara sākumā Latvijas teritorijā izdotajos lielākajos laikrakstos konstatējamas R. Vodakas diskursa vēsturiskās pieejas metodoloģijā piedāvātās diskursa veidošanas stratēģijas. Tomēr to radīšana nebija laikraksta redakciju ziņā, kuru darbība faktiski aprobežojās ar PSRS ideoloģiskajās institūcijās centralizēti konstruēto diskursu tiražēšanu. Diskursīvo ietvaru gan redakciju sagatavotajiem ievadrakstiem, gan arī ziņām un citām publikācijām veidoja PSRS Tautas komisāru padomes priekšsēdētāja vietnieka un ārlietu tautas komisāra Vjačeslava Molotova 1941. gada 22. jūnija radio runā izskanējušais kara vērtējums. Tās publikācija arī ievadīja vēstījumu par Vācijas-PSRS karu latviešu presē. Laikraksts "Cīņa" šo runu publicēja jau svētdien, 22. jūnijā īpašā divu lappušu speciālizdevumā, pārējās analizētās avīzes – pirmsdien, 23. jūnijā kā numura pirmo un līdz ar to galveno publikāciju. To visos aplūkotajos izdevumos pavadīja Staļina portrets. Līdzās V. Molotova runai prese publicēja Latvijas augstāko padomju varas institūciju – LK(b)P CK un Latvijas PSR Tautas komisāru padomes – uzrunu "Brīvās Padomju Latvijas pilsoņi un pilsones!".

Nominācijas diskursīvā stratēģija. Tās identificēšana ļauj saprast, kādām konkrētām tēmām preses izdevumi piešķir svarīgumu un kādus apzīmējumus lieto notikumu raksturojumam.

Vācijas-PSRS kara atspoguļojumam presē sākotnēji piemita pārsteiguma raksturs. Latvijas PSR laikraksti uzreiz, sākoties karadarbībai, nespēja pārtraukt ierasto rutīnu. Tās pirmajā dienā avīžu sleju uzmanības centrā līdzās kara informācijai bija lauku darbi, 1940. gada 21. jūnija notikumu (galvenokārt masu demonstrācijas) atcere, pārspridumi par eksāmenu norisi izglītības iestādēs, sporta sacensību rezultāti, gatavošanās Fizkultūriešu dienai, kārtējās ziņas par kara norisēm Eiropā un citos kontinentos un Sarkanās armijas gatavības karam slavinājumi. Jau minēju, ka tikai "Cīņa" svētdien, 22. jūnijā, speciālizdevumā informēja par kara sākšanos. Domājams, ka tās parādījās vakarā un pie lielas daļas lasītāju nonāca vien nākamajā dienā. Tomēr nevar sacīt, ka kara sākšanās bija absolūti pārsteidzoša. Tā gaidas atainojās arī vēl pirmskara gaisotnē sagatavotajos 22. jūnija "Darba", JK, SS numuros. Piemēram, JK lasāms raksts "Jaunietes, gatavojaties dzimtenes aizstāvēšanai!", kurā komjaunietes tiek mudinātas iesaistīties sanitārajos pulciņos, kā arī pretgaisa un ķīmiskās aizsardzības pulciņos. Laikraksts ieteica iedvesmoties no Rīgas kinoteātros izrādītās padomju filmas "Frontes draudzene", kas atainoja sieviešu varonību Ziemas karā, un uzsvēra: "Pašreizējā sasprindzinātajā atmosfērā, kur draud ar visādām nejausībām, Padomju Savienība uzmanīgi seko notikumiem aiz robežas un dienu no dienas nostiprina savu saimniecisko un militāro varenību. Katram

mūsu zemes darba cilvēkam jābūt gatavam jebkurā brīdī ar ieročiem rokā nostāties aizsargāt mūsu padomju valsti. [...] Stiprināt PSRS aizsardzību un militāro varenību – katras padomju patriotes svēts pienākums.” (Odincovs 1941, 4) SS publicēja militāro speciālistu demonstrētos tuvcīņas ilustrētus padomus ([B. a.] 1941a, 2).

Kopš 23. jūnija kara tēma dominēja Latvijas PSR laikrakstos, tomēr apmēram 10–30 % publicēto materiālu neskāra ar karu un Sarkanu armiju saistītās norises. Karam veltītās publikācijas iedalāmas vairākās grupās: 1) oficiālie paziņojumi, dekrēti par kara stāvokļa izsludināšanu, karaklausībai pakļauto mobilizāciju, kara tribunāliem, Baltijas atsevišķā kara apgabala pavēles, 2) pamācības, kā jārikojas kara situācijā, piemēram, gaisa trauksmē; 3) oficiālās ziņas par notikumiem frontē; 4) raksti par iedzīvotāju mobilizāciju karam un darbam, kā arī dažādu rūpnīcu, uzņēmumu, darba kolektīvu un profesionālo grupu paziņojumi par atbalstu Padomju Savienībai un Sarkanajai armijai; 5) raksti par padomju karavīru varonību; 6) publikācijas par sieviešu atbalstu Sarkanajai armijai, gatavību iesaistīties militārās vienībās un aizstāt vīriešus viņu darbavietās. Praktiski (lai gan tikai daļēji) lietojama bija vien pirmajai un otrajai grupai piederīgā informācija. Kara stāvokļa definējumi lasītājiem ļāva uzzināt, kādu iedzīvotāju uzvedību vara pieprasa un kādas rīcības tiek uzskatītas par sodāmām. Savukārt Baltijas atsevišķā kara apgabala pavēles saturēja varas redzējumu uz kara norisēm un kara spēka darbībām. 23. jūnijā “Cīņā” sniegtā instrukcija par gaisa trauksmi iepazīstināja ar Rīgā noteiktajiem pretgaisa aizsardzības signāliem, rekomendējamo uzvedību uz ielas, darbavietās, mājokļos, teātros un sabiedriskā transporta darbības noteikumiem, kā arī postījumu rajonos veicamajām darbībām.

Vienlaikus jāatzīst, ka liela daļa auditorijas padomju okupācijas gadā bija pārliecinājusies, ka padomju presē nav atrodama pilnīgi patiesa informācija, un, domājams, ar šo atziņu rēķinājās, lasot oficiālās vēstis par karu. Oficiālās ziņas par kara norisi pirmajās dienās sniedza Sarkanās armijas virspavēlniecība. Tajās tika akcentēts, ka pretinieka panākumi ir nenozīmīgi, ka padomju militārie spēki sekmīgi atvairā uzbrukumus, aviācija gūst panākumus gaisa kaujās, gūstā nonāk daudz vācu karavīru un virsnieku, tādējādi veidojot nenozīmīgu zaudējumu un nelielas atkāpšanās diskursu. Sākot ar 26. jūniju, virspavēlniecības vēstījumus aizstāja Padomju informācijas biroja ziņojumi. To diskursa pamatlīnijas palika nemainīgas. Notikumu apraksti gan kļuva detalizētāki. Piemēram, tika vēstīts par atsevišķu virsnieku (minot viņu uzvārdus) varonību un karotprasmī, kā arī par motivācijas trūkumu vācu militārajos spēkos un alkohola lietošanu pirms kaujas, kas rezultējās lielā kritušo un ievainoto skaitā ([B. a.] 1941c, 1–2).

Rakstus par iedzīvotāju mobilizēšanos karam un atbalstu Padomju Savienībai mediji intensīvi publicēja kopš 24. jūnija. Piemēram, “Cīņā” vēstīja par vairāku rūpnīcu – 1. Maija kombināta, “Sarkanā Oktobra”, Rīgas piena kombināta, “Metēora”, “Lentas”, “Sarkanās Baltijas”, “Sarkanā Kvadrāta”, “Sarkanā Metālista”, Rīgas vagonu fabrikas – strādnieku vienbalsīgo atbalstu Sarkanajai armijai (LTA 1941, 5). Satura ziņā radniecīgas publikācijas parādījās arī nākamajos “Cīņās” numuros un itin visos pārējos aplūkotajos laikrakstos. Atšķirības to vēstījumu piedāvājumā noteica avīžu dažādās mērķauditorijas. JK akcentēja jauniešu atbalstu un

Kadēdija ar karotņu Rīgu, Cīņnieku Nr. 57, Tālrūpa 30091.
Kadēdija atvērta darbot, no plkst. 10-14 beidzoties no 10-12
Kadēdija runas stunda bēdā, pēdēt, un atvērta no plkst. 17
Abonētāras maksa: ar pabalstiem Rīgā un vārd lēmējās PSE par 1 mēn., — 1 rub. 95 kop. 3 mēn. — 5 rub. 85 kop. 6 mēn. — 11,70, 9 mēn. — 17,35

Maksa 13 kop.

Pirmdien, 1941. gada 23. jūnijā

Centrālorgans fiziskai kultūrai un sportam

Par dzimteni! Par godu! Par brīvību!

PSRS Augstākās padomes prezidija DEKRĒTS

par kara atbaidīšanas izsludināšanu atsevišķās PSRS apvidos

Uz PSRS Konstitūcijas 49. panta izpaušties pamata izsludināt kara atbaidīšanu Arhangeļskas apgabalā, Belokomūnijas PSR, Vologdas apgabalā, Voronežas apgabalā, Irkutskas apgabalā, Krasnojarskas PSR, Kalmiņa apgabalā, Krasnodaras novadā, Krievijas PSR, Krievijas apgabalā, Līvoniņu PSR, Latvijas PSR, Leņģingradas pilsētā un Leņģingradas apgabalā, Molotova PSR, Nižņevolžskas apgabalā, Maskavas pilsētā un Maskavas apgabalā, Orijas apgabalā, Rostovas apgabalā, Ruzickas apgabalā, Sverdlovskas apgabalā, Tulas apgabalā, Ukrainas PSR, Igarkaņas PSR un Jermakovas apgabalā.

PSRS Augstākās padomes prezidija priekšsēdētāja
M. Kallijeva,
PSRS Augstākās padomes prezidija sekretārs
A. Gorkhins.

Maskavē, Krievijā,
1941. gada 22. jūnijā.

PSRS Augstākās padomes prezidija DEKRĒTS

par kara klausībai padoto mobilizāciju Leņģingradas, Baltijas atsevišķā, Rietumu atsevišķā, Krievijas atsevišķā, Odesas, Harkovas, Orijas, Maskavas, Arhangeļskas, Uraļas, Sibīrijas, Fjeļvoļgas, Ziemeļkaukaza un Aizkaukaza kara apgabalos

Uz PSRS Konstitūcijas 49. panta izpaušties pamata PSRS Augstākās padomes prezidija izsludināt mobilizāciju Leņģingradas, Baltijas atsevišķā, Rietumu atsevišķā, Krievijas atsevišķā, Odesas, Harkovas, Orijas, Maskavas, Arhangeļskas, Uraļas, Sibīrijas, Fjeļvoļgas, Ziemeļkaukaza un Aizkaukaza kara apgabalos.

PSRS Augstākās padomes prezidija priekšsēdētāja
M. Kallijeva,
PSRS Augstākās padomes prezidija sekretārs
A. Gorkhins.

Maskavē, Krievijā,
1941. gada 22. jūnijā.

Rīgas garnizonam Pavēle Nr. 27

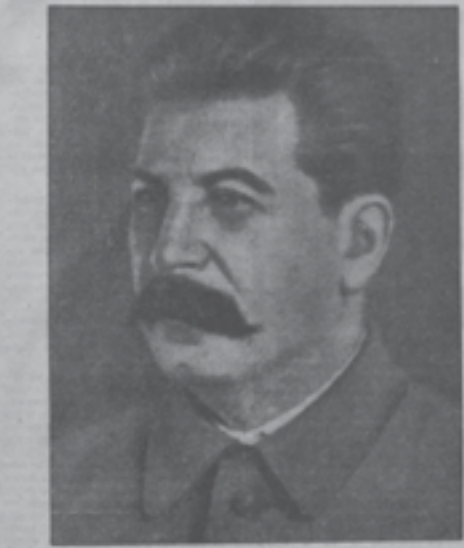
1. Ar 1941. gada 22. jūnija Rīgu pilsētā izsludināt kara atbaidīšanu.
2. Pilsētu un autotransporta kustības pilsētā, kā arī ielās, iestādēs un iedzīvotāju darbības rajonos šobrīd, 20.00.
3. Autotransportam atļauts kustības traseņiem ielās ar Rīgas pilsētas VPGA zīdās norādījumiem.
4. Pēc plkst. 20.00 līdz 3.00 atkārtoti virsma virsma kustības pilsētā, iestādēs un rajonos dienēt evakuācijai un citiem nolūkiem, kam ir ieviesta Rīgas garnizona komandantā ieviešana ieviešana. Prasības šajā sakarā, kam parādās, jānosūta plkst. 20.00, atkārtoti un atkārtoti uz Rīgu.

Darbe ļaudis atbaidīs Sarkanā armija līdz galīgi uzvarai

Takar vārds Rīga būs darbe un atbaidīšana un darbe līdz galīgi uzvarai. Šobrīd mēs pēdējās reizes izsludinām atbaidīšanu un darbe līdz galīgi uzvarai. Šobrīd mēs pēdējās reizes izsludinām atbaidīšanu un darbe līdz galīgi uzvarai. Šobrīd mēs pēdējās reizes izsludinām atbaidīšanu un darbe līdz galīgi uzvarai.

VALDĪBAS KĀRTĪBĀS

1. Informācija par Vācijas-PSRS kara sākumu laikrakstā "Sarkanais Sports" titullapp.



PSRS Tautas komisāru padomes priekšsēdētāja vietnieka un Ārlietu tautas komisāra B. Molotova radiatoru 1941. gada 22. jūnijā

Padomju valdība un tās galvas biedrs B. Molotovs uzaudzināt mūs pašus atbaidīšanu un darbe līdz galīgi uzvarai. Šobrīd mēs pēdējās reizes izsludinām atbaidīšanu un darbe līdz galīgi uzvarai. Šobrīd mēs pēdējās reizes izsludinām atbaidīšanu un darbe līdz galīgi uzvarai.

Šobrīd mēs pēdējās reizes izsludinām atbaidīšanu un darbe līdz galīgi uzvarai. Šobrīd mēs pēdējās reizes izsludinām atbaidīšanu un darbe līdz galīgi uzvarai. Šobrīd mēs pēdējās reizes izsludinām atbaidīšanu un darbe līdz galīgi uzvarai.

1. Informācija par Vācijas-PSRS kara sākumu laikrakstā "Sarkanais Sports" titullapp.

Par dzimteni, par godu, par brīvību.

Padomju Savienības valdība izsludināt atbaidīšanu un darbe līdz galīgi uzvarai. Šobrīd mēs pēdējās reizes izsludinām atbaidīšanu un darbe līdz galīgi uzvarai. Šobrīd mēs pēdējās reizes izsludinām atbaidīšanu un darbe līdz galīgi uzvarai.

Brīvās Padomju Latvijas pilsoņi un pilsones!

Pēc PSRS Savienības Tautas komisāru padomes priekšsēdētāja vietnieka un Ārlietu tautas komisāra biedra Molotova runas jūs esat, kas katrs agrāk rīta "vici karavīru atbaidīšanu un darbe līdz galīgi uzvarai".

Viss pasaulē darbe ļaudis ir mēs, kas Vācijas, Itālijas, Japānas, Francijas valdības noraidīšanu, un ka tas ir mēs ar mūsu savas valdības atbaidīšanu un darbe līdz galīgi uzvarai.

Padomju Savienība atbaidīs un darbe līdz galīgi uzvarai. Šobrīd mēs pēdējās reizes izsludinām atbaidīšanu un darbe līdz galīgi uzvarai.

Padomju Savienība atbaidīs un darbe līdz galīgi uzvarai. Šobrīd mēs pēdējās reizes izsludinām atbaidīšanu un darbe līdz galīgi uzvarai.

Ka mēs atbaidīsim un darbe līdz galīgi uzvarai. Šobrīd mēs pēdējās reizes izsludinām atbaidīšanu un darbe līdz galīgi uzvarai.

Padomju Latvijas darbe ļaudis ir mēs, kas Vācijas, Itālijas, Japānas, Francijas valdības noraidīšanu, un ka tas ir mēs ar mūsu savas valdības atbaidīšanu un darbe līdz galīgi uzvarai.

Padomju Latvijas darbe ļaudis ir mēs, kas Vācijas, Itālijas, Japānas, Francijas valdības noraidīšanu, un ka tas ir mēs ar mūsu savas valdības atbaidīšanu un darbe līdz galīgi uzvarai.

Padomju Latvijas darbe ļaudis ir mēs, kas Vācijas, Itālijas, Japānas, Francijas valdības noraidīšanu, un ka tas ir mēs ar mūsu savas valdības atbaidīšanu un darbe līdz galīgi uzvarai.

Padomju Latvijas darbe ļaudis ir mēs, kas Vācijas, Itālijas, Japānas, Francijas valdības noraidīšanu, un ka tas ir mēs ar mūsu savas valdības atbaidīšanu un darbe līdz galīgi uzvarai.

Padomju Latvijas darbe ļaudis ir mēs, kas Vācijas, Itālijas, Japānas, Francijas valdības noraidīšanu, un ka tas ir mēs ar mūsu savas valdības atbaidīšanu un darbe līdz galīgi uzvarai.

Padomju Latvijas darbe ļaudis ir mēs, kas Vācijas, Itālijas, Japānas, Francijas valdības noraidīšanu, un ka tas ir mēs ar mūsu savas valdības atbaidīšanu un darbe līdz galīgi uzvarai.

Padomju Latvijas darbe ļaudis ir mēs, kas Vācijas, Itālijas, Japānas, Francijas valdības noraidīšanu, un ka tas ir mēs ar mūsu savas valdības atbaidīšanu un darbe līdz galīgi uzvarai.

Padomju Latvijas darbe ļaudis ir mēs, kas Vācijas, Itālijas, Japānas, Francijas valdības noraidīšanu, un ka tas ir mēs ar mūsu savas valdības atbaidīšanu un darbe līdz galīgi uzvarai.

lojalitāti varai, savukārt SS – sportistu. Piemēram, laikraksts ievietoja Burtnieku nometnes fizikultūriešu mītiņa rezolūciju, kurā teikts: “.. absolāmies visiem spēkiem cīnīties pret fašistisko agresoru bandām, upurējot visus savus spēkus mūsu sociālistiskās dzimtenes aizstāvēšanai. Mēs visi jau pēc pirmā sauciena esam gatavi stāties Sarkanās armijas rindās, lai ar godu izpildītu savu pienākumu un pierādītu, ka esam īsti Padomju Savienības fizikultūrieši.” ([B. a.] 1941b, 2) Padomju prese kopumā veidoja Latvijas iedzīvotāju nesatricināma un monumentāla atbalsta PSRS un tās armijai diskursu.

Laikrakstos publicētos padomju karavīru varonības aprakstus pārsvarā veidoja centralizēti sagatavotie materiāli. Tajos saturiski tika piedāvāts atsevišķu cilvēku vai vienību rīcības cildinājums. Faktoloģiski tie bija nekonkrēti, attēlotajām kauju epizodēm trūka sakņojuma laiktelpā. Diskursīvi šie apraksti apliecināja varas un iedzīvotāju saliedētību un vienotību.

Sākot ar 26. jūniju, laikraksti aktīvi publicēja rakstus par sieviešu gatavību iesaistīties karā – gan stājoties karot aizgājušo vīriešu darbvietās, gan pašām kļūstot par kareivēm, gan apgūstot medicīniskās palīdzības sniegšanas prasmes. Piemēram, JK lappusēs lasāms komjaunietes Gustes Jākobsones apņēmīgais paziņojums: “Kopā ar daudzām citām komjauņietēm un darba jauniešiem es došos uz fronti drošā pārliecībā par mūsu uzvaru, par to, ka ienaidnieku satrieksim un nodibināsim laimīgu dzīvi. Mani nebaida nekādas grūtības, ne dzīvības briesmas. Pret tām mani rūdījuši daudzie gadi pagrīdes darbā, cietumos un nežēlīgais fašistu terors. Esmu laimīga, ka varu palīdzēt šajā pēdējā taisnības kaujai.” (Jākobsonē 1941, 3) Sieviešu varonības un apņēmības pastiprināta tēlojuma izmantojums propagandā signalizēja, ka Padomju Savienība pret karu un tā realitātēm izturas ļoti nopietni un satraukti. Kara propagandā, kuras pamatmērķauditorija allaž ir vīrieši, ierasti izmantot sieviešu gatavības karot vēstījumu, lai radītu kauna sajūtu tajos vīriešos, kuri vēl nav iesaistījušies karā vai izvairās no iesaukšanas (Reed 2015, 81). Tādējādi jāsecina, ka publikācijas par sieviešu varonību un atbalstu Sarkanajai armijai iekļāvās ne tikai jau minētajā varas un iedzīvotāju saliedētības un vienotības diskursā, bet arī netieši sāka iezīmēt varas bažu par kara realitāti un iznākumu diskursu.

Oficiālie paziņojumi un PSRS vadošā laikraksta “*Pravda*” ievadrakstu pārpublicējumi piedāvāja notiekošā kara apzīmējumus, kas tad arī latviešu presē tika tīrāzēti un attīstīti, lietojot sinonīmus, radniecīgas metaforas un citus mākslinieciskās izteiksmes līdzekļus. Karam piešķirto nozīmju definīcijas rodamas jau V. Molotova 1941. gada 22. jūnija radio runā. Tajā karš tika dēvēts: “nedzirdēts uzbrukums”, “līdz šim nepiedzīvota vārda laušana”, “uzvarām vainagots tēvijas karš par dzimteni, par godu, par brīvību” ([Molotovs] 1941, 1). Kara pirmajās nedēļās vērojama arī dominējošā apzīmējuma “padomju tautas Lielais tēvijas karš pret vācu fašismu” vai “Lielais tēvijas karš” akceptēšana visu mediju tekstos (Pravda 1941a, 1). Preses lietotie kara apzīmējumi kalpoja Vācijas nodevības (jo uzbrūkot tika lauzti noslēgtie līgumi) diskursa un Padomju Savienības kā karotāja tainīgā karā diskursa veidošanā.

Apgalvojuma diskursīvā stratēģija. Tās lietojuma analīze ļauj saprast, kādus pozitīvos un/vai negatīvos marķējumus prese piešķir galvenajiem notikumu aktoriem un kā tos stereotipizē.

Padomju presē nepārprotami valdīja melnbaltais pasaulredzējums. Kara situācijā tas arī citāds nemaz nevarēja būt. Padomju Savienība, tās armija un iedzīvotāji masu medijos tika pozicionēti kā absolūti pozitīvie varoņi. Nemitīgi tika atgādināts, ka PSRS ir pildījusi visus noslēgtos līgumus ar Vāciju, ka karš ir taisnīgs, ka tas ir par savu brīvību un ir karš pret fašismu. Tāpat nemitīgi tika akcentēta padomju tautas ticība komunistiskajai partijai un Staļinam. Tādējādi galvenais diskursīvais apgalvojums balstījās taisnīga kara, varas un tautas saliedētības un vadonisma koncepcijā. Piemēram, latviešu laikrakstu pārpublicētais “*Pravdas*” ievadraksts beidzas: “Saliedēta, kā vēl nekad, apvienota ap mīļoto boļševistisko partiju, ap lielo laužu vadoni biedru Staļinu, padomju tauta desmitkārsšos, simtkārsšos pūliņus, lai ar visu krūti aizstāvētu savu dzimteni, lai samītu un iznīcinātu nekrietno ienaidnieku. Padomju tauta cēlusies lielajam tēvijas karam. Mūsu karogā ierakstīti vārdi: Par dzimteni, par godu, par brīvību, par Staļinu! Zem šī karoga mēs uzvarēsim, jo mūsu lieta ir taisnīga.” (Pravda 1941b, 1)

Pozitīvu marķējumu sāka iegūt arī valstis, kuras nosodīja Vācijas uzbrukumu PSRS un izteica gatavību tai palīdzēt, kā arī pašas cieta no nacistu okupācijas. Piemēram, 24. jūnijā prese rakstīja par Vinstona Čērčila (*Winston Churchill*) radiatoru, 26. jūnijā laikraksti īsi pavēstīja par ASV iespējamo palīdzību Padomju Savienībai un Francijas iedzīvotāju naidu pret iebrucējiem un pretestības demonstrācijām, bet 27. jūnijā laikraksti detalizēti atspoguļoja Anglijas ārlietu ministra Entonija Īdena (*Anthony Eden*) runu parlamentā, kurā tika uzsvērts, ka Vācijas nacionālsociālisms ir drauds visu tautu drošībai ([B. a.] 1941d, 5; [B. a.] 1941e, 5; [B. a.] 1941f, 5; [B. a.] 1941k, 6).

Pretnieka – nacistiskās Vācijas – marķējums bija absolūti negatīvs. Tajā dominēja šis valsts nelietīguma krāsojums. Vācijai pirmām kārtām tika pārņemts nodevīgums un laupīt-kāre, kā arī Padomju Savienības militārā un valstiskā stipruma nenovērtēšana. “Fašistiskā Vācija pēkšņi uzbrukusi mums, nodevīgi laužot viņas parakstīto neuzbrukšanas paktu. Sekojot savai parastajai zaglīgai paražai, fašistiskie laupītāji, nepieteicot karu, iebrukuši mūsu zemē,” lasāms pārpublicētajā “*Pravda*” ievadrakstā (Pravda 1941a, 1). Padomju prese arī atkātoja, ka kara izraisītājs ir Ādolfs Hitlers (*Adolf Hitler*) un viņa kliķe. Jau Molotova radiatorū tika uzsvērts: “Šo karu mums uzspieduši ne vācu tauta, ne vācu strādnieki, zemnieki un inteliģence, kuru ciešanas mēs labi saprotam, bet Vācijas asinskāro fašistisko vadītāju kliķe” ([Molotovs] 1941, 1).

Negatīvā griezumā tika atainoti ļaudis, kuri neiekļāvās PSRS uzvaras kaldinātāju rindās. Laikraksts “*Darbs*” nosodīja veikalu “sturmētājus”, kuri savus spēkus velta nevis darbam vai armijas atbalstam, bet gan meklē veikalos kādas iekārotas preces ([B. a.] 1941g, 2). Prese arī atgādināja: “Katrs baumu izplatītājs, katrs ražošanas traucētājs, katrs mutes palaidējs un stāstītājs par kara lietām tagadējos kara laikos ir tāds pats ienaidnieks kā hitlerieši, kas mums šo kari uzspieduši” ([B. a.] 1941h, 1). Šie cilvēki medijos ieguva “tautas ienaidnieku” raksturojumu, tādējādi viņi arī tika izslēgti no pozitīvā padomju tautas diskursa.

Pretnieka – nacistiskās Vācijas un tās atbalstītāju – negatīvajā raksturojumā balstījās arī medijos lietotā **argumentācijas diskursīvā stratēģija**, kas tiek izmantota, piedāvājot auditorijai diskursus veidojošās tēmas un faktus. Presē tematiski dominēja kara

ideoloģijas – šī kara kā Padomju Savienības tēvijas kara, kā taisnīga kara un kā kara, kurā PSRS uzvarēs, – vēstījums. Tā izvērsumā netika lietoti fakti, bet gan deklaratīvi apgalvojumi. “Mūsu lieta – taisnīga lieta. To zina ikviens Sarkanās armijas cīnītājs. Viņam skaidri kara mērķi un uzdevumi. Viņam aiz muguras izplešas mūsu dzimtene, lielā valsts, kas negribēja piedalīties karā. Sarkanās armijas cīnītājs aizstāv dzimteni, mīļotās tautas brīvību un godu, savas ģimenes dzīvību un darbu. Viņš izpilda Padomju Savienības pilsoņa svēto pienākumu,” lasāms “Cīņā” (Pravda 1941c, 1). Tikpat deklaratīvi tika apgalvots, ka Vācija par savu nelietīgo uzbrukumu ir pelnījusi sakāvi. Prese uzsvēra: “Bet pretī mūsu Sarkanai armijai – pulki, ko fašistiskie iebrocēji ved uz bandītismu, uz laupīšanām, uz nekrietnu varmācību. Noziedzīgā Hitlera banda slēpj vācu tautai sava plēsonīgā uzbrukuma mērķus un uzdevumus. To atmaskos, un fašismu – šo prātu zaudējušās kapitālistiskās reakcijas riebīgo izdzimumu – Sarkanās armijas triecieni sasītīs lupatās.” (Pravda 1941c, 1)

Taisnīgā kara diskursa argumentācijā iekļāvās ne vien jau minētās tēmas par masveidīgo iedzīvotāju mobilizāciju karam un karavīru varonību, bet arī Padomju Savienības uzvaras apsolījums. “Cīņa” rakstīja: “Karš mums uzspiests. Kauliņi krituši. Sarkanā armija nonākusi saskarē ar vācu armiju, kas līdz šim kara laukā vēl nav sastapusies ar nopietnu pretinieku. Apgādāta ar pirmklasīgu tehniku, iedvesmota karstā mīlestībā uz savu dzimteni, savu partiju, savu vadoni un skolotāju biedru Staļinu, pārliecināta par savas lietas taisnīgumu, pārliecināta par uzvaru, mūsu varonīgā Sarkanā armija sakaus satracināto fašistisko plēsoņu.” ([B. a.] 1941i, 5)

Perspektivizācijas un diskursa reprezentācijas diskursīvā stratēģijas analīze ļauj saprast pašas preses pozīciju. Raksturojot totalitāras valsts medijus, nav iespējas runāt par to pašu nostāju, pašu veidotām reprezentācijām, kā arī avīžu redakciju piedāvāto viedokļu dažādību. Mediji tikai translēja varas pozīciju, klonēja un tiražēja tās ideoloģijā balstītus vēstījumus. Tā tas notika arī Vācijas–PSRS kara pirmajā nedēļā. Latvijā iznākošajos padomju laikrakstos vērojama kara perspektivizācijas un diskursa reprezentācijas diskursīvās stratēģijas lietojums spilgti demonstrēja totalitārā režīma tipisku mediju darbības praksi.

Diskursa intensifikācijas un mīkstināšanas stratēģija ietver gan satura veidošanas instrumentus, gan mākslinieciskās izteiksmes līdzekļus. Diskursa mīkstināšanas stratēģija Vācijas–PSRS kara pirmajā nedēļā iznākušajos latviešu laikrakstos nav vērojama. Diskursa intensifikācijas stratēģiju raksturo: 1) vienveidīgā satura izsēšana visos padomju medijos; 2) tēlaino izteiksmes līdzekļu lietošana; 3) vēsturiskās pieredzes izmantošana kara ideoloģijā; 4) dzejoļu publikācijas kā iedzīvotāju mobilizācijas karam instruments.

Visu četrus aplūkoto laikrakstu – “Cīņa”, JK, “Darbs” un SS – lappusēs parādījās viens un tas pats materiāls – oficiālie paziņojumi, dekrēti, pavēles, virspavēlniecības un Padomju informācijas biroja ziņojumi, kā arī “Pravdas” ievadrakstu un citu rakstu pārpublicējumi. Tādējādi faktoģiskais informatīvais lauks sašaurinājās, bet padomju varas piedāvātie vēstījumi intensificējās, tos nemitīgi multiplicējot itin visos preses izdevumos.

Tēlainie izteiksmes līdzekļi galvenokārt tika lietoti, spilgtinot padomju tautas un valsts, Sarkanās armijas un ienaidnieka – nacistiskās Vācijas – raksturojumu. Piemēram, padomju tautas raksturojumā ietverti salīdzinājumi (“kā viens vīrs”), simboli (“lielā tautu sadraudzība”)



2. attēls. Padomju propagandas materiāla publikācija laikrakstā "Cīņa" kara pirmajās dienās. Cīņa, 1941, 24. jūn., Nr. 151, 3. lpp. *Latvijas Nacionālās bibliotēkas krājums*

([B. a.] 1941h, 1; Jaroslavskis 1941, 2). Savukārt PSRS piešķirti simboli "svētā zeme", "brīvā un varenā dzimtene" (Pravda (1941c). Sarkanās armijas raksturojumā izmantoti epitēti ("varonīgā Sarkanarmija", "nesakaujamā armija", simboli ("tautas armija", "nesatricamais spēks") un metaforas ("padomju tautas lolojums", "strādnieku un zemnieku varas ierocis"); padomju kara aviācija personificēta kā "Staļina ērgļi" un "Staļina vanagi" ([B. a.] 1941l, 2; [B. a.] 1941m, 2; [B. a.] 1941n, 2; Pravda 1941c; Jaroslavskis 1941, 2).

Bagātāks tēlainās izteiksmes līdzekļu krājums lietots pretiniekā – nacistiskās Vācijas, tās armijas un karavīru – aprakstos. Tajos sastopami epitēti ("satrakotie agresori", "iedomīgais Hitlers", "neķītrais un viltīgais ienaidnieks", "nekrietnais ienaidnieks"), metaforas ("fašistiskie laupītāji", "mežonīgie uzbrucēji", "fašistiskie riebekļi", "netīrie fašistiskie slepkavas"), personifikācijas ("fašistiskie asinssuņi", "hitleriskais suņu bars"), alegorijas ("melnie bruņinieki", "bendes", "fašistiskie verdzinātāji") u. c. ([B. a.] 1941h, 1; [B. a.] 1941j, 3; Jaroslavskis 1941, 2; Pravda 1941a, 1; Pravda 1941b, 1; Pravda 1941c, 1; TASS 1941, 5).

Mediju materiālos vairākkārt tika atgādināts par Krievijas militāro panākumu vēsturi – Napoleona un ķeizarišķās Vācijas sakāvi Krievijā, kā arī par Aleksandra Ņevska uzvaru cīņās ar krustnešiem ([B. a.] 1941j, 3). Nedaudzajos Latvijas PSR tapušajos karam veltītajos oriģināltekstos arī parādījās atsauces uz Vācijas centieniem pakļaut Baltiju 20. gadsimta

otrās desmitgades nogalē, piemēram, mēģinājumu dibināt Baltijas hercogisti un fon der Golca militāro vienību darbību. Tika pieminēta arī latviešu gadsimtiem ilgā pakļautība vāciešiem. “Latvijas darba tauta nekad neatļaus bradāt pa savu brīvo zemi neieredzētā, asinskārā vācu barona zābakam, kurš ilgus gadsimtus mīdījis daudzas mūsu tautas paaudzes,” lasāms laikrakstos (Latvijas K(b)P Centrālā komiteja, Latvijas PSR Tautas komisāru padome 1941, 1). Vāciešu senseno pāridarījumu latviešiem tēma tika akcentēta vairākos rakstos. Tajos tika vēstīts, ka senie iekarotāji “melnie bruņinieki” ir pārvērtušies par “fašistiem” un vēlas atgūt savu “kakla kungu” vietu. “Cīņa” uzsvēra: “Vēstures tiesai par mūsu apspiedējiem, kuri atdzi- muši fašisma veidā ka viduslaiku spoki, ir pienācis pēdējais vārds – vēsture tagad taisa savu spriedumu, un darba ļaudis būs tie, kas šo spriedumu noteiks, kas panāks galīgu uzvaru” ([B. a.] 1941h, 1). Vēstures piemēri pastiprināja gan Vācijas kā pretinieka izteikti negatīvo diskursu, kā arī uzvaras apsollījuma diskursu.

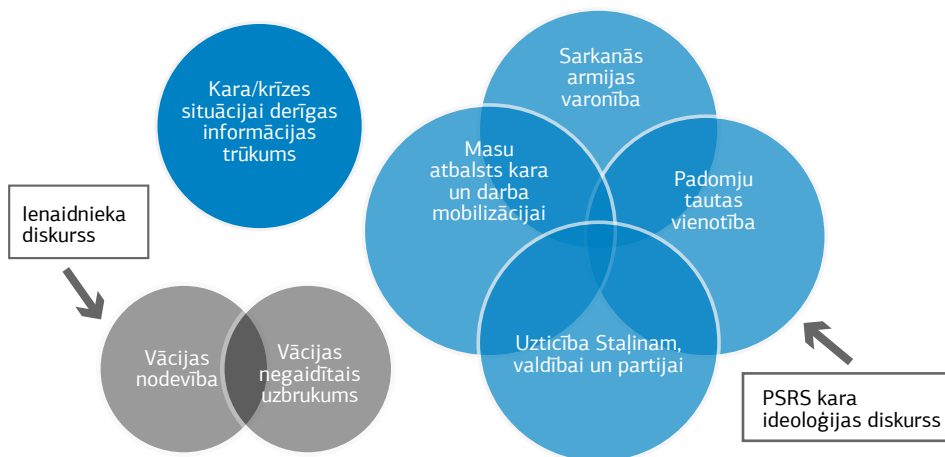
Latvijas iedzīvotāju lojalitātes un cīņas spara diskursa pastiprinājumam kalpoja arī presē ievietotie dzejoļi. Tās bija vienas no retajām publikācijām, kurām tika norādīti autori. Daudzi no šiem dzejniekiem bija populāras personības latviešu kultūras telpā, tāpēc viņu izteiktais atklā- tais atbalsts Padomju Savienībai un tās armijai kalpoja masu mobilizācijas diskursa akcen- tēšanai. Piemēram, “Cīņā” ievietoti Annas Sakses (Sakse 1941, 3), Friča Rokpeļņa (Rokpelnis 1941, 4) un Jāņa Sudrabkalna (Sudrabkalns 1941, 4) dzejoļi, savukārt JK saviem lasītājiem piedāvāja Raiņa dzeju publikācijā ar nosaukumu “Rainis – cīņā saucējs” ([Rainis] 1941, 5). Tādējādi arī Rainis kā latviešu kultūras simboliskā personība tika pārvērsts par padomju kara ideoloģijas diskursīvo instrumentu.

ES, IENAIDNIEKA UN UPURA IDENTITĀTES DISKURSS

Kara ideoloģijas kodolu allaž veido *Es*, *Ienaidnieka* un *Upura* identitātes diskursīvās konstrukcijas.

Es identitātes un Upura identitātes diskursi. Vācijas–PSRS kara sākumā Latvijas PSR preses izdevumi auditorijai piedāvāja monumentālu *Es* identitāti. Tā ietvēra vienoto padomju tautu, kura tic Sarkanajai armijai un Staļinam un kura ir gatava sevi pilnībā ziedot Padomju Savienības uzvarai šajā karā. Padomju tautas raksturojumos tika sākti ar vietniekvārdiem “mēs” vai “mums”, tā postulējot, ka identitāte ir kolektīvs lielums un tajā nav vietas nekam individuālam. *Upura* identitāte ieplūda *Es* identitātes konstrukcijās. Mediju tekstos nemi- tīgi tika atkārtots, ka nacistiskā Vācija, pārkāpjot noslēgto līgumu, ir uzbrukusi Padomju Savienībai. Šis arguments tika likts *Upura* identitātes konstrukcijas pamatā, tomēr kopumā šī identitāte netika plašāk izvērsta vai komentēta. Mediju tekstos tika turpināts uzturēt Padomju Savienības kā militāri spēcīgas valsts *Es* identitāti.

Ienaidnieka identitāte. Nacistiskās Vācijas kā ienaidnieka diskursīvajās konstrukcijās, kā jau rakstīju, bagātīgi tika lietoti tēlainās izteiksmes līdzekļi, kā arī nosodījums par noslēgto līgumu neievērošanu un pēkšņo uzbrukumu. Kopumā *Ienaidnieka* identitātes konstrukcijā



3. attēls. Latvijas PSR preses galvenie diskursi Vācijas–PSRS kara sākumā

dominēja deklaratīvi apgalvojumi, tajā trūka konkrētības un faktu. Domājams, ka šīs situācijas iemesls bija padomju preses darbības nosacījumi, ka pēc 1939. gada augustā noslēgtā PSRS un Vācijas neuzbrukšanas līguma jeb Molotova–Ribentropa pakta no padomju medijiem bija jānozūd visai fašisma un nacistiskās Vācijas kritikai (Ovsepyan 2005, 132). Sākoties karam starp agrākajiem “draugiem”, laikrakstu redakciju rīcībā nebija centralizēti sagatavotu un varas akceptētu tekstu, kas ietvertu Vācijas un tās valdības negatīvu raksturojumu, tā faktoloģisku un ideoloģisku pamatojumu.

SECINĀJUMI

Vācijas–PSRS kara sākumnedēļā Latvijas teritorijā iznākošo lielāko dienas laikrakstu radītajā kopējā kara diskursā iezīmējās trīs dominējošie diskursi: 1) Padomju Savienības kara ideoloģijas diskurss; 2) ienaidnieka diskurss un 3) kara/krīzes situācijai derīgas informācijas trūkums. Pirmos divus veido vairāki apakštēmu diskursi. Tos un šo diskursu savstarpējās attiecības sk. 3. attēlā.

Latvijas PSR iznākošajos laikrakstos nebija rodama informācija un instrukcijas, kā rīkoties reālas karadarbības situācijā. Prese arī nepiedāvāja evakuācijas/došanās bēgļu gaitās scenārijus, tā nebrīdināja nacistiskās Vācijas okupācijas apdraudētās iedzīvotāju grupas un nemudināja tām piederīgos glābt savu dzīvību. Tā nekādā veidā reāli nebija noderīga saviem lasītājiem. Prese turpināja darboties kā padomju režīma ideoloģisko diskursu atrāžotājs un izplatītājs.

Latvijā iznākošās preses Pirmā pasaules kara un Vācijas–PSRS kara pirmajā nedēļā saturs atspoguļojums un tajā rodams diskursu salīdzinājums šajā un grāmatas iepriekšējā nodaļā liek ieraudzīt divas pilnīgi atšķirīgas situācijas. Neraugoties uz Krievijas impērijā pastāvošajiem mediju darbības ierobežojumiem un cenzūru, 1914. gada vasaras nogalē prese savai auditorijai piedāvāja plašu un samērā daudzpusīgu informāciju par karu un starptautisko situāciju, kā arī vēstīja par kara ikdienu, ar kuru tolaik nācās sastapties itin visiem. Saglabājot lojalitāti savai valstij – Krievijas impērijai –, laikrakstu redakcijas komentēja kara notikumus un pat samērā patiesi prognozēja notikumu tālāko gaitu. Nekas tāds nav vērojams padomju presē. Tās ekoloģija uzbūvēta vienīgi padomju režīma apkalpošanai. Totalitārās Padomju Savienības plašsaziņas līdzekļi kara, tās radītās krīzes situācijā un humanitārajā katastrofā nespēja/nevēlējās jēgpilni darboties sabiedrības labā. Totalitārās varas pārvaldībā pilnībā esoša mediju ekoloģija funkcionē vienīgi tās interesēs.

LITERATŪRA

- Aizsilnieks, A. (1968). *Latvijas saimniecības vēsture. 1914–1945*. [B. v.]: Daugava.
- [B. a.] (1941a). Tuvciņa. Pulkvedis T. Kļimovs un vec. leitnants P. Šatrovs. *Sarkanais Sports*, Nr. 72, 21. jūn., 2. lpp.; Nr. 73, 23. jūn., 2. lpp.
- [B. a.] (1941b). Mēs esam gatavi. *Sarkanais Sports*, Nr. 74, 26. jūn., 2. lpp.
- [B. a.] (1941c). Padomju informācijas biroja ziņojums. *Jaunais Komunārs*, Nr. 153, 27. jūn., 1.–2. lpp.
- [B. a.] (1941d). Ruzvelta deklarācija par palīdzību Padomju Savienībai. *Cīņa*, Nr. 1543, 26. jūn., 5. lpp.
- [B. a.] (1941e). Franču tautas naidis pret iebrucējiem. *Cīņa*, Nr. 1543, 26. jūn., 5. lpp.
- [B. a.] (1941f). Īdena runa apakšnamā. *Cīņa*, Nr. 154, 27. jūn., 5. lpp.
- [B. a.] (1941g). Pārkartojot ikdienas dzīvi, sniegsim atbalstu cīnītājiem. *Darbs*, Nr. 174, 26. jūn., 2. lpp.
- [B. a.] (1941h). Tēvijas karā. *Cīņa*, Nr. 151, 24. jūn., 1. lpp.
- [B. a.] (1941i). Hitlera armija nav neuzvarama. *Cīņa*, Nr. 154, 27. jūn., 5. lpp.
- [B. a.] (1941j). Fašistiskie laupītāji dārgi samaksās. *Cīņa*, Nr. 151, 24. jūn., 3. lpp.
- [B. a.] (1941k). Čerčila runa radiofonā. *Jaunais Komunārs*, Nr. 150, 24. jūn., 6. lpp.
- [B. a.] (1941l). Staļina vanagi. *Darbs*, Nr. 175, 27. jūn., 2. lpp.
- [B. a.] (1941m). Fizkultūrieši, nepārtrauciet regulāras fizikultūras nodarbes! *Sarkanais Sports*, Nr. 74, 26. jūn., 2. lpp.
- [B. a.] (1941n). Sarkanā armija – mūsu robežu sargātāja. *Sarkanais Sports*, Nr. 73, 23. jūn., 2. lpp.
- Berkhoff, K. C. (2012). *Motherland in Danger. Soviet Propaganda During World War II*. Cambridge; London: Harvard University Press.
- Bleiere, D., Butulis, I., Feldmanis, I., Stranga, A., Zunda, A. (2000). *Latvija Otrajā pasaules karā (1939–1945)*. Rīga: Jumava.
- Blyum, A. (2000). *Sovetskaya tsenzura v epohu total'nogo terora. 1929–1953*. Sanktpeterburg: Akademicheskii projekt.
- Dziļums, A. (1991). *Pēdas rīta rasā*. Rīga: Avots.
- Flīgere, Ē. (sast.), Paeglis, J. (atb. red.). (1995). *Latviešu periodika. Bibliogrāfiskais rādītājs. 4. sēj.: 1940–1945*. Rīga: Latvijas Akadēmiskā bibliotēka.
- Goryaeva, T. (2009). *Politicheskaya tsenzura v SSSR 1917–1991 gg*. Moskva: ROSSPEN.

- Jaroslavskis, E. (1941). Padomju tautas lielais tēvzemes karš. *Cīņa*, Nr. 153, 26. jūn. 2.–3. lpp.
- Jākobsons, G. (1941). Uz fronti! *Jaunais Komunārs*, Nr. 152, 26. jūn. 3. lpp.
- Latvijas K(b)P Centrālā komiteja, Latvijas PSR Tautas komisāru padome. (1941). Brīvās Padomju Latvijas pilsoņi un pilsoņes! *Cīņa*, Nr. 150, 23. jūn. 1. lpp.1
- Liepiņš, P. (2012). *Dzimtenē – draugu pulkā*. Rēzekne: Latgales kultūras centra izdevniecība.
- LTA (1941). Neatļaidīgā darbā stiprināsim armiju, palīdzēsīm tai uzvarēt. *Cīņa*, Nr. 151, 24. jūn. 5. lpp.
- [Molotovs, V.] (1941). PSRS Tautas Komisāru Padomes priekšsēdētāja vietnieka un Ārlietu tautas komisāra biedra V. Molotova radioruna 1941. gada 22. jūnijā. *Cīņa*, Nr. 14, 22. jūn. 1. lpp.
- Odicovs, A. (1941). Jaunietes, gatavojaties dzimtenes aizstāvēšanai! *Jaunais Komunārs*, Nr. 148, 22. jūn. 4. lpp.
- Ovsepjan, R. (2005). *Istoriya noveoshei otechstvennoi zhurnalistiki*. Moskva: Izdatel'stvo Moskovskogo universiteta; Nauka.
- Pravda (1941a). Dosim fašistiskiem barbariem satriecēju pretsitienu. *Cīņa*, Nr. 152, 25. jūn.1. lpp.
- Pravda (1941b). Mūsu lieta ir taisnīga. Ienaidnieku sakaus. *Cīņa*, Nr. 154, 27. jūn. 1. lpp.
- Pravda (1941c). Sarkanā armija – padomju tautas lolojums. *Cīņa*, Nr. 153, 26. jūn.1. lpp.
- [Rainis]. (1941) Rainis – cīņā saucējs. *Jaunais Komunārs*, Nr. 150, 24. jūn. 5. lpp.
- Radovics, V. (2022). Atņemt radioaparātus un sodīt baumotājus – vai Krievija nonāks līdz PSRS metodēm? *Delfi.lv Plus*. 13. marts. Izgūts no: <https://www.delfi.lv/news/arzemes/atnem-radioaparatus-un-sodit-baumotajus-vai-krievija-nonaks-lidz-psrs-metodem.d?id=54140688>
- Reed, S. (2015). Victims or Vital: Contrasting Portrayals of Women in WWI British Propaganda. *Hohonu. Academic Journal*, 13, 81–92.
- Reisigl, M., Wodak, R. (2009). The Discourse-Historical Approach (DHA). In: Wodak, R., Meyer, M. (eds). *Methods of Critical Discourse Analysis*. Los Angeles: Sage, pp. 87–121.
- Rokpelnis, F. (1941). Uz kauju! *Cīņa*, Nr. 153, 26. jūn. 3. lpp.
- Sakse, A. (1941). Mēs mīlam Dzimteni. *Cīņa*, Nr. 151, 24. jūn. 3. lpp.
- Skujiņš, Z. (2007). *Raksti. 5. sējums*. Rīga: Mansards.
- Stepens, O. (2007). Padomju propaganda Latvijā Vācijas un PSRS kara sākumā: 1941. gada 22. jūnijs–8. jūlijs. No: Ērglis, Dz. (sast.). *Latvijas Vēsturnieku komisijas raksti. 19. sēj.: Okupētā Latvija. 1940–1990. Latvijas Vēsturnieku komisijas 2005. gada pētījumi*. Rīga: Latvijas vēstures institūta apgāds, 99.–118. lpp.
- Strods, H. (2010). *PSRS politiskā cenzūra Latvijā. 1940–1990. 1. daļa*. Rīga: Jumava.
- Sudrabkalns, J. (1941). Tiem, kas šaubās. *Cīņa*, Nr. 154, 27. jūn. 4. lpp.
- TASS (1941). Padomju rakstnieku mītiņā. *Jaunais Komunārs*, Nr. 150, 24. jūn. 5. lpp.
- Ūdre, A. (1974). “Cīņa” Lielā Tēvijas kara laikā. No: Heniņš, A. (sast.). *“Cīņas” slavenās gaitas: Sakarā ar 70. gadadienu kopš laikraksta pirmā numura iznākšanas*. Rīga: Liesma, 142.–153. lpp.
- Zhirkov, G. (2016). *Zhurnalistika stalinskoj epohi. 1928–1950-e gody*. Moskva: Flinta; Nauka.

ingrada deg

142 gaisa uzvars



Vācu spēki pie Grūzijas robežām

Operācija izvērtās atšķirīgi no gaidītajas

Bratislava, 24. janvāris. — Vācu spēki, kas pēdējās dienās ir pārvietojušies uz Grūzijas robežām, šobrīd ir pietuvinājušies grūzijas robežām. Operācija izvērtās atšķirīgi no gaidītajas. Vācu spēki, kas pēdējās dienās ir pārvietojušies uz Grūzijas robežām, šobrīd ir pietuvinājušies grūzijas robežām. Operācija izvērtās atšķirīgi no gaidītajas.

Pie Medinas un Rēvas iznīcināti vairāki desmiti bolševīku tanku

Bratislava, 24. janvāris

Grīb ieraut karā ar Irānu un Iraku

Bratislava, 24. janvāris



Hiršens lauku sētā

Lauku sētā hiršens ir kļuvis par nopietnu draudu. Hiršens ir kļuvis par nopietnu draudu. Lauku sētā hiršens ir kļuvis par nopietnu draudu.

Spānijas pārliecība

Spānijas pārliecība ir kļuvis par nopietnu draudu. Spānijas pārliecība ir kļuvis par nopietnu draudu.

Rēzeknes Zinātniskā un Literatūras Vēstnesis

Nr. 7. SEŠTĀDINĀ, 24. janvāris.

1942. gada 24. janvāris

KURZEMES VĀRDĀS

IZNĀK CETURTDIENĀŠ

Tirību, kārtību, laipnību

Tirību, kārtību, laipnību. Šis ir pirmais numurs, kas iznāk ceturtdienā. Šis ir pirmais numurs, kas iznāk ceturtdienā.

Verfügung

Verfügung. Šis ir pirmais numurs, kas iznāk ceturtdienā. Šis ir pirmais numurs, kas iznāk ceturtdienā.

Tirība — galvenais cēlonis pret izstrāni tēlā

Tirība — galvenais cēlonis pret izstrāni tēlā. Šis ir pirmais numurs, kas iznāk ceturtdienā. Šis ir pirmais numurs, kas iznāk ceturtdienā.

RIGA

RIGA. Šis ir pirmais numurs, kas iznāk ceturtdienā. Šis ir pirmais numurs, kas iznāk ceturtdienā.

DAUGAVAS VESTNESIS

SEŠTĀDINĀŠ, 24. JANVĀRIS, Nr. 50

Lielā talkā jūs aicina. Rīt dziedojiet Tautas Palīdzībai

Eiropa tiecas pēc vienības

Jaunas valstis antikominternā paktā

Eiropa tiecas pēc vienības. Jaunas valstis antikominternā paktā. Šis ir pirmais numurs, kas iznāk ceturtdienā. Šis ir pirmais numurs, kas iznāk ceturtdienā.

Kurzemes Vārds

Kurzemes jaunieki! Tevi sauc Vārds dienei. Kādej Tu vēl kavēlies pietiekies?

Jaunietim, kas dzimis 1920. — 22. g. jāpabeidz pamatskola termiņā 6. g. 30. janvārī.

Neerfolge deutscher Unterseeboote

Neerfolge deutscher Unterseeboote. Šis ir pirmais numurs, kas iznāk ceturtdienā. Šis ir pirmais numurs, kas iznāk ceturtdienā.

Janni vācu zemī

Janni vācu zemī. Šis ir pirmais numurs, kas iznāk ceturtdienā. Šis ir pirmais numurs, kas iznāk ceturtdienā.

KRĪZE KRĪZĒ – VESELĪBA UN MEDIJI LATVIJĀ NACISTU OKUPĀCIJAS GADOS

Kaspars Zellis

Otrais pasaules karš līdz šim bija vislielākā humānā katastrofa civilizācijas vēsturē, kuras aspekti ir plaši vērtēti un pārvērtēti. Īpaši nežēlīgs tas bija Vācijas–PSRS kara laikā, ko Ādolfs Hitlers pasludināja par iznīcināšanas karu (*Vernichtungskrieg*). Smagas kaujas, civiliedzīvotāju slepkavības, rasu genocīds ir tikai daži no šī kara raksturojumiem. Padomju puse kara laikā vidēji zaudēja 14 tūkstošus savu iedzīvotāju dienas laikā. Savukārt arī vācu karavīriem šis karš no līdz tam ierastajiem karagājieniem prasīja nepārtrauktus upurus. Līdzās artilērijas apšaudēm, uzlidojumiem, snaiperiem un ienaidnieka izlūkgrupu uzbrukumiem karavīri Austrumu frontē cieta no dubļiem, līķiem, odiem, utīm, žurkām, tīfa, ienaidnieka propagandas, karstuma un lietavām (Hartmann 2009, 409–410). Tomēr karš norisinājās ne tikai frontē, bet arī tās aizmugurē, kur okupēto zemju iedzīvotājiem nācās piedzīvot gan nacistu teroru, gan arī izjust dažādas kara laika grūtības. Veselības aprūpes krīzes un slimības, kas nereti uzplaiksnīja epidēmiskos apjomos, bija šī laika ikdienu okupētajos Austrumu apgabalos, arī Latvijā.

Veselības krīžu laikā laikraksti ir nozīmīgi avoti, sniedzot ziņas gan par sabiedrībai sniegto informāciju un padomiem, gan arī par varas iestāžu veiktajiem sanitārajiem pasākumiem. Būtiski ir palūkoties, kā veselības krīzes tika atspoguļotas Latvijā nacistu okupācijas gados, kas līdz šim ir maz skatīts jautājums. Par veselības jautājumiem kara laikā Latvijā ir rakstījuši gan vēsturnieki (Evarts, Pavlovičs 2016, 213–235), gan žurnālisti (Radovics 2000). Nodaļas

uzdevums nav rekonstruēt veselības krīzes Latvijā, bet parādīt to, kādā veidā uz šīm krīzēm reaģēja nacistu kontrolētie mediji. Lai to parādītu, nodaļā ir sniegts ieskats tālaika politiskajā un mediju vidē, analizēts jautājums par nacistu rasisma ietekmi uz veselības politiku, kas nepieciešama, lai izprastu gan problēmas, gan to manipulatīvo atainojumu. Noslēgumā skatīts jautājums par mediju reakciju uz slimībām un epidēmijām, kas pārņēma Latviju nacistu okupācijas gados.

POLITISKĀ UN MEDIJU VIDE

Nacistu okupētā Latvija tika uzskatīta par PSRS okupēto teritoriju, un tās pārvalde tika uzticēta Okupēto austrumu apgabalu ministrijai, kas ieņemtajās teritorijās izveidoja divus reihskomisariātus – Ukrainā un Ostlandē. Latvijas teritorija tika pakļauta Ostlandes reihskomisariātam, kurš izveidoja savus ģenerālkomisariātus Rīgā, Kauņā, Tallinā un Minskā. Ģenerālkomisariātam Rīgā bija pakļauti seši novadu komisariāti. Katrā no šīm iestādēm, izņemot pēdējo, bija izveidotas struktūras, kurām vajadzēja vadīt un koordinēt veselības darbu sev pakļautajā teritorijā. Uz vietām par veselības jautājumiem atbildēja apgabalu vecākie un viņiem pakļautie apgabalu ārsti.

Respektīvi, veselības politiku noteica šajās iestādēs, tomēr praktiskais darbs gūlās uz vietējo zemju pārvaldīšanai izveidoto pašpārvalžu pleciem. Jau 1941. gada jūlijā okupētajā Latvijā tika izveidots Veselības departaments, kuru sākotnēji vadīja Dr. Erihs Bušs, bet 1942. gada beigās viņa pienākumus pārņēma Dr. Teodors Vankins. Departamenta politiskā uzraudzība atradās ģenerālkomisāra Rīgā Veselības un tautas labklājības nodaļas pārraudzībā, ko vadīja vācbaltietis Dr. Harijs Marnics (*Harry Marnitz*). Šajā varas vertikālē, līdzīgi kā citās nacistu okupācijas politikas jomās, savas intereses bija arī vācu armijai, SS un pat nacistu partijai, kā to savās atmiņās labi parādījis Marnics (Marnics 1958).

Otrā pasaules kara laikā divu totalitāru valstu okupācijas Latvijā radīja lielas pārmaiņas Latvijas mediju vidē. Kardināli mainījās starpkaru periodā veidojusies mediju vide, tās darbinieki un, protams, arī saturs. Padomju okupācijas gadā daudzi tradicionālie mediji tika slēgti vai pārveidoti par padomju ideoloģijas paudējiem. Žurnālistus, kas bija aktīvi darbojušies Latvijas medijos, atbrīvoja no darba vai arī represēja. Ierastos medijus – “Jaunākās Ziņas”, “Brīvā Zeme”, “Rīts” u. c. – nomainīja “Cīņa”, “Brīvais Zemnieks”, “Darbs”, tāpat savas redkolēģijas un arī nosaukumus mainīja arī lokālie mediji.

Līdzīgi politiskajai videi tika organizēta arī mediju vide. Ostlandes reihskomisariāta preses daļa izdeva laikrakstu “*Deutsche Zeitung im Ostland*” un ilustrēto žurnālu “*Ostland*”, kuru lasīja visā reihskomisariātā. Latvijā par okupācijas varas oficiozu kļuva dienas laikraksts “Tēvija”, savi laikraksti bija arī Latvijas novados un pilsētās, kas informēja gan par vispārējiem, gan lokāliem jautājumiem. Sākotnēji laikraksti ne tikai publicēja ziņas, bet arī vācu un vietējo iestāžu rīkojumus un noteikumus. Sākot ar 1942. gadu, šīs funkcijas sāka pildīt ģenerālkomisāra Rīgā izdots “*Amtsblatt des Generalkommissars in Riga*” un “Rīkojumu Vēstnesis”, ko izdeva

Latviešu pašpārvalde. Svarīgākos rīkojumus, protams, pārpublicēja arī "Tēvija" un provinces izdevumi. Jāmin, ka izdevumi tika cenzēti, ja "Tēvijai" veica priekšcenzūru, tad provinces medijiem – pēccenzūru. Piedevām visiem izdevumiem tika piesūtīti arī materiāli publikācijai, ko noteica gan ģenerālkomisāra Rīgā Propagandas daļa, gan arī citas okupācijas varas struktūras, kuru sagatavoto informāciju vajadzēja novadīt līdz sabiedrībai.

Jau okupācijas sākumposmā Latvijā iznāca 15 dažādas avīzes un četri žurnāli latviešu valodā, un laika gaitā tiem pievienojās vēl daži jauni (Zellis 2012, 103–131). Tieši veselības jautājumiem, sākot ar 1942. gada novembri, Latviešu pašpārvaldes Veselības departaments (vēlāk – Veselības kamera) sāka izdot žurnālu "Ārstniecības Žurnāls" (no 1944. gada "Latvijas Ārstu Žurnāls"), kurā reizi divos mēnešos publicēja gan jautājumus par ārstniecības problēmām, gan arī pārpublicēja rīkojumus, kas tieši attiecās uz mediķu darbu. Žurnāla visumā pieticīgā tirāža (ap 1500 eksemplāriem) bija paredzēta tikai speciālistu lietošanai.

Lieki meklēt ir šādos apstākļos funkcionējošā propagandas sistēmā viedokļu un reakciju rakstus par okupācijas politikas reālijām. Tā parādās tikai netieši, fiksējot un nosodot režīma politikai neatbilstošas rīcības.

RASE, EIGĒNIKA UN LATVIEŠI

Tiekšanās pēc "veselības" ir bijusi Rietumu kultūras modernās identitātes veidošanās galvenā sastāvdaļa, kas kļuva par veidu, kā iztēloties un iemiesot integritāti un vienlaikus – viendabīgumu vai tīrību attiecībā pret sevi un kopienu, radot priekšstatu par sabiedrību un nāciju kā "sociālu ķermeni" (Bashford 2004, 4). Pirms Otrā pasaules kara eigēnikas teorijas un prakses bija ierastas lielākajai daļai Eiropas sabiedrību (Weindling, Turda 2007), pat Padomju Savienībā totalitārā sistēma strādājošo veselības un higiēnas jautājumus izvirzīja priekšplānā un plaši izmantoja kā iekšējās, tā ārzemju propagandas nolūkos (Starks 2008). Eigēnikas projekti tika īstenoti arī starpkaru Latvijas sabiedrībā, kuri, pēc vācu vēsturnieka Bjorna Feldera (*Bjorn Felder*) domām, bija tuvi nacistu rasu higiēnai, izņemot to, ka tajos neesot bijusi vieta sterilizācijai un eitanāzijai (Felder 2013, 136).

Nacistu varas gados eigēnikas un rasistiskās konspiroloģijas teorijas izveidoja savdabīgu simbiozi starp cilvēka iedzimtību un plašo nacisma politisko kontekstu, ļaujot abām radikalizēties un novedot pie "zinātniski pamatotas" un šķietami racionāli pamatotas sabiedrību traucējošo iznīcināšanas politikas (Weiss 2010). Gan holokausts, gan garīgi slimo pacientu iznīcināšana bija šādas politikas rezultāts.

Tajā pašā laikā apsēstība ar eigēnikas un rasu idejām noveda pie savdabīga veselības kulta vāciešiem. Daudzi jaunievedumi pārtikas uzlabošanā, cīņa pret kaitīgiem ieradumiem un slimībām nacistu veselības politikā gāja roku rokā ar eitanāzijas un sterilizācijas politiku, ētiski apšaubāmiem medicīniskiem eksperimentiem (Proctor 2002; Jütte 2011).

Kara gados, kā atzīmē britu medicīnas vēsturnieks Pols Veindlings (*Pol Weindling*), nacistiskajā Vācijā nebija ortodoksālas attieksmes pret rasi, šis jautājums vienmēr bija strīdīgs un

diskutabls dažādās nacistu varas struktūrās. Baltijas gadījums īpaši parāda rasu neskaidrību. Austrumbaltijas reģions bija rasu savārstījums, pēc būtības ļoti sarežģīts, daudznacionāls un politiski un kulturāli neviennozīmīgs. Baltija viņu uzskatos bija gan būtiska robeža starp "ģermāņu" un "aziātu" rasēm, gan arī savdabīgs reģions (Weindling 2013, 43). Kara sākumā nacisti daļu latviešu atzina par ģermanizējamu, kā sekmējošu faktoru minot to, ka tauta nav bijusi pakļauta ilgam boļševiku iespaidam. 1942. gadā latvieši netika ieskaitīti austrumu strādnieku kategorijā, kā rezultātā pret tiem netika vērsta t. s. spaidu darba (*Zwangsarbeit*) politika. 1943. gadā, mainoties stāvoklim frontē un sākoties mobilizācijai Latviešu leģionā, latviešus pielīdzināja ģermāņu tautām, bet 1944. gadā noteica statusu kā āriešu rases radnieciskai tautai, savukārt kara izskaņā tautu rasistiski pielīdzināja valsts vāciešiem (Kangeris 1990, 35). Daudz sarežģītāks bija nacistu skatījums uz latgaliešiem, kurus sākotnēji atzina par ģermanizācijai nederīgiem, rasiski nepilnvērtīgiem, atšķeljamiem no latviešiem. Kaut plānus attiecībā pret latgaliešiem nacisti atcēla 1943. gadā, tomēr rasu politika šo reģionu skāra pastarpināti (Kangeris 2005). Jāpiekrīt vēsturniekam Andrievam Ezerģailim, kurš atzīmēja, ka "Latvijas un latviešu pārvācošana, kas gan ne vienmēr bija klaji redzama, sākās vienlaikus ar okupāciju" (Ezerģailis 1999, 144).

Rases un eigēnikas problēmas publiskajā komunikācijā tika aktualizētas gan ar rakstu, gan publisku priekšlasījumu palīdzību. Tie balstījās uz jau pirmskara eigēnikas atzinumiem, kurus visai veiksmīgi izdevās papildināt ar nacionālsociālistisku rasismu. Nacisti nepublicēja savus rasistiskos plānus un ļāva sludināt idejas par latviešu piederību "ziemeļnieciskajai rasei", par tās "radniecību ar vāciešiem" u. c., kas ļāva ar sabiedrību manipulēt, sekmējot sadarbību ar okupācijas režīmu, kā arī sagatavojot augsni provizoriskajiem nacistu plāniem par ģermanizāciju. Tomēr visi jautājumi, kas saistījās ar ebrejiem, atradās nacistu kompetencē. Tā 1942. gada februārī sākās to ebreju sieviešu reģistrācija, kas bija izbēgušas no iznīcināšanas, jo bija precējušās ar "āriešiem" (Tēvija 1942). Reģistrācijas mērķis bija pakļaut viņas sterilizācijai, kas arī tika īstenota Rīgas slimnīcās (GARF, P7021, 93,11).

Nacistu okupācijas politikas īstenotais holokausts Latvijas teritorijā izrietēja no Vācijas iznīcināšanas kara mērķiem, savukārt garīgi slimo iznīcināšanu noteica galvenokārt praktiski, nevis rases tīrības apsvērumi.¹ Pēc nacionālsociālistu rasu politikas Austrumeiropas tautas netika uzskatītas par līdzvērtīgām vācu tautai, tāpēc nevajadzēja rūpēties par to rases tīrību. Toties nacistiem bija svarīgi, lai nebūtu jāizlieto līdzekļi psihiatrisko slimnīcu pacientu ārstēšanai un uzturēšanai, arī akūts bija jautājums par kara lazarešu ierīkošanu šo slimnīcu vietā (Vīksne 2003). Arī vēršanās pret Latvijas romiem notika, pamatojoties uz sanitāriem iemesliem. 1941. gada 4. decembra Ostlandes reihskomisāra dekrētā kā pirmais, kas

¹ Latviešu rases problēmas tika atstātas vietējās pašpārvaldes lemšanā, kur Veselības departamentā tika radīta arī Tautas dzīvā spēka pētīšanas nodaļa. Latviešu rasistiskās problēmas nacistus nenodarbināja, tāpēc jautājumi, kas radās, piemēram, par krievu karagūstekņu laulībām ar latviešu sievietēm vai krievu bērnu adopcija, tika atstāti pašpārvaldes izlemšanā. (LNA LVA, 1986. f., 2. apr., P6831. I.)

apliecināja romu "bīstamību", bija minēts tas, ka viņi pārnēsā lipīgas slimības, īpaši tīfu, un tikai pēc tam viņu sociālā un politiskā bīstamība režīmam (Garda-Rozenberga, Zellis 2015, 70).

Attiecībā pret ebrejiem nacistu propaganda un politika nereti tiek saistīta ar nacistu izpratni par vāciešiem kā veselīgu sabiedrību, kuras galvenā "slimība" un "netīrība" ir ebreji. Apkarojot ebrejus, nacisti centās izveidot utopisku pasauli, kuras pamatā ir tīrība un veselība. Zigmunds Baumans (*Zygmunt Bauman*) raksta, ka Hitlera valoda un retorika bija pārpildīta ar slimību, infekciju, invāziju, higiēnas un epidēmiju tēliem. Kristietību un boļševismu viņš salīdzināja ar sifilisu vai mēri, viņš runāja par ebrejiem kā baciļiem, ļaundabīgām baktērijām vai parazitātiem. Savukārt ebreju iznīcinātāji savus noziegumus dēvēja par Eiropas atveseļošanu, pašattīrīšanos vai "ebreju tīrīšanu" (Bauman 2008, 70–71). Bezgalīgā tīrības definīcija, kā norādīja amerikāņu vēsturnieks Omers Bartovs (*Omer Bartov*), radīja nebeidzamu daudzumu potenciālo upuru, kas baroja nacisma nihilistisko dinamiku tās pašiznīcināšanās laikā (Bartov 2000, 111). Būtiski norādīt, ka arī Latvijā 1941. gada vasarā ebreju un padomju aktīvistu vajāšanas propagandā tika pasniegtas kā zemes "tīrīšanas/attīrīšanas" process (Zellis, 2004).

Tīrības jautājums tika bieži saistīts ar nekur nepamatotu priekšstatu par ebreju netīrību, par košera kaušanas praksi un pat gaļas patēriņu (Buscemi, 2016), kas labi parādās arī nacistu ieviestajos pretebreju ierobežojumos 1941. gada vasarā Latvijā, aizliedzot arī košera kautuves (DZimO, 1941), tāpat arī latviešu valodā iznākošajā presē parādot košera kaušanu kā ebreju "sadistiskās asinskāres" piemēru, kas propagandā medijos tika ekspluatēts līdz pat kara beigām, saistot to arī ar antisemitisma mītiem par ebreju "rituālajām slepkavībām" (Tālavietis 1941, Donis 1943, Lūdums 1944 u. c.). Tā arī pirmajos pretebreju rīkojumos tika noteikts, ka "vienīgi pārtikas rūpniecībā pazīstamas žīdu netīrības dēļ žīdu darba spēku nedrīkst izlietot", tūlīt pēc tam norādot, ka "arī žīdu ārstiem aizliegts praktizēties starp kristīgajiem" (TV 1941).

Antisemitisma propaganda okupētajā Latvijā aptvēra teju vai visas tematikas, tajā skaitā arī medicīnu un ārstēšanu. Aktualizējās jautājums par ebreju ārstiem kā indētājiem, kaitniekiem vai maigākā gadījumā – neprofesionāļiem. Rakstnieks Teodors Zeltiņš rakstīja, ka "žīds kā krāpnieks tēloja ārstu tikai peļņas nolūkā", ka bez spekulācijām ebreju ārsti esot darījuši visu, lai iznīcinātu kristīgo dzīvības. Kā "pierādījumu" tam Zeltiņš minēja gan "kādu Auces ārstu", kuram esot bijis pavēlēts noslepkavot 3000 latviešu, gan jau 30. gados rakstnieka Viktora Eglīša radīto mistifikāciju, ka ārsts Boriss Lifšics esot noindējis Jāni Raini, ģenerāli Pēteri Radziņu un tautsaimieku Kārli Balodi. Beigās viņš apmierināti rezumēja, ka "tagad viņu maskas ir norautas un viņu indīgās rokas padarītas nekaitīgas" (Zeltiņš 1941). Kārlis Štrauhs, savukārt, centās parādīt, ka visa iepriekšējā tautas veselības sistēma esot patiesībā atradusies ebreju rokās. Štrauhs rakstīja, ka "ļoti plašos apmēros žīdi bija izvēlējušies ārstu, zobārstu, provizoru un drogistu arodus. Šeit viņi vislabāk varēja realizēt savus nodomus – kaitēt goju veselībai, dažreiz to pat iznīcinot un reizē arī iegūt bagātību." (K. Št. 1941)

Ebreju negatīvo lomu Latvijas veselības sistēmā propaganda izvērsa gan kopējo antisemitisko uzskatu stiprināšanai, gan lai pamatotu tās grūtības, ar ko saskārās sabiedrība ārstu trūkuma dēļ. Ebreju procentuālais īpatsvars veselības un higiēnas sfērā pirmskara Latvijā bija procentuāli liels – 3,4 % no ebreju skaita, tomēr skaitliski tas tikai nedaudz pārsniedza

tīris tūkstošus (Skujenieks 1938, 19). 1940. gadā Latvijā bija 1584 ārsti, no kuriem 418 bija ebreji, zobārstniecībā no 856 ārstiem gandrīz puse bija ebreji (Evarts, Pavlovičs 2016, 216). Problēmas ar ārstnieciskā personāla trūkumu radīja apstākļu kopums, starp kuriem jāmin gan vācbaltiešu repatriācija, gan padomju 1941. gada 14. jūnija deportācijas, gan nacistu realizētais holokausts, kā arī latviešu ārstu nozīmēšana darbā vācu armijas lazaretēs, kas radīja būtiskus traucējumus medicīniskās palīdzības sniegšanai Latvijas sabiedrībai.

Ārstu trūkums propagandā tika pamatots gan ar padomju režīma realizētajām deportācijām, gan ar veselības sistēmas “židiskošanu” pirmskara laikā un pirmajā padomju okupācijas gadā. Padomju varas politika, kurā ebreju ārsti, kas bija ieguvuši izglītību ārzemēs, bet Latvijā nebija ieguvuši tiesības praktizēt un tās saņēma no jaunās varas, tika pasludināta par katastrofālu, “jo nepilnā pusgadā saradās 117 svešu sproggalvaino ārstu, un šī [1941.] gada sākumā ārstu žīdu skaits sasniedza 429” (Tēvija 1941a). Savukārt tas, ka “poliklīniskas atbrīvojušās kā no žīdu ārstiem, tā arī no žīdu ārstēšanas”, viennozīmīgi tika pasniegts kā jaunā režīma uzlabojums veselības aprūpē (Tēvija 1941b; KV 1941). Uz ārstu trūkumu Daugavpilī vietējais laikraksts norādīja, “ja arī Daugavpilī acumirkļi trūktu attiecīgu speciālistu āriešu ārstu, tomēr ārsti ir citās pilsētās. Vai jūs, latvieši, žīdam varat uzticēt savas veselības kopšanu? Nē!” (DV 1941)

Jau 1941. gada 30. augustā ģenerālkomisārs Rīgā Oto Drekslers (*Otto Drechsler*) savā rīkojumā noteica, ka “žīdu ārsti un zobārsti drīkst ārstēt un sniegt padomus tikai žīdu pacientiem. Žīdu aptiekariem un veterinārārstiem prakse aizliegta” (DZimO, 1941). 1941. gada 18. oktobrī reihskomisāra veselības vadības pilnvarotais Dr. Ernsts Vegners (*Wegner*) svinīgajā runā bijušajā Rīgas Latviešu biedrības namā, atklājot Ostlandes Veselības kameru, kur tika pulcināti visi ārstniecisko iestāžu darbinieki, cita starpā norādīja, ka “žīdiem izsniegtie diplomi un apliecības zaudē spēku un viņi varēs geto ārstēt savus tautas brāļus pēc žīdiski-boļševistiskās metodes – bez maksas” (Tēvija, 1941c).

Lieki ir atgādināt, kāds liktenis piemeklēja ebreju kopienu un ebreju ārstus, tomēr 1941. gada nogalē vācu pārvaldi sāka nodarbināt arī jautājums, kas noticis ar nogalināto ārstu profesionālo inventāru. Tā 28. novembrī ģenerālkomisāra Rīgā Veselības un labklājības nodaļas vadītājs Harijs Marnics, atsaucoties uz Ostlandes reihskomisāra 13. oktobra rīkojumu par žīdu īpašumu kārtošanu, noteica, ka personām, kuru rīcībā atrodas ārstniecības, zobārstniecības vai kādi citi ārstniecībai piemēroti piederumi un inventārs no agrākām žīdu mantām, jāpieteic minētie priekšmeti ģenerālkomisāram Rīgā, Veselības un tautas kopšanas nodaļā (Amtsblatt 1942). Arī fakts, ka bijušā ebreju slimnīca “*Bikur holim*” Latgales (Maskavas) ielā, kas bija viena no modernākajām slimnīcām Latvijā, tika nodota SS pārziņā, kas tur iekārtoja savu lazareti, notikušā traģisko absurdumu tikai papildina.

SLIMĪBAS UN TO APKAROŠANA

Propaganda slimību, tāpat kā citu negāciju klātbūtni okupētajā Latvijā nekad neuzsvēra, jo šāda informācija aizēnotu tās galvenās tēmas, tas varēja apdraudēt gan jau tā nestabilo uzticēšanos varai, gan arī to, ka slimību izplatīšanos ienaidnieka armijā un aizmugurē nereti izmantoja kā ziņu kategoriju, lai uzsvērtu pretinieka vājumu. Šo metodi izmantoja gan nacisti, ziņojot par slimību uzplaiksnījumiem pretinieku aizmugurē, gan arī sabiedrotie pret Vāciju. 1943. gada janvārī nacistu partijas valsts veselības lietu vadītājs (*Reichsgesundheitsführer*) Leonardo Conti rakstīja: “Mums nav svarīgi, kad pretinieks katru dienu izdomā jaunus melus par “vācu tautas katastrofālo veselības stāvokli”, tāpēc mums, galu galā, nav svarīgi, vai viņš tic mūsu apgalvojumiem un skaitļiem vai nē”, norādot uz to, ka Vācija ir bijusi sagatavota un sekmīgi atvairījusi epidēmiju briesmas (Conti 1943).

Vienlaikus tomēr realitāte neļāva ignorēt esošo situāciju, jo tā apdraudēja ne tikai pašus Latvijas iedzīvotājus un to darba spējas, bet arī okupantus. “Aizsardzībai pret epidēmiju ir svarīga loma steidzami nepieciešamā darbaspēka nodrošināšanā, taču ar to mēs arī aizsargājam Reihu un kaujas karaspēku,” par veselības politikas uzdevumiem rakstīja reihskomisariāta žurnāls “*Ostland*” (Bernsdorff 1944, 5). Tomēr ziņas par epidēmijām, slimībām netika izceltas kā vadošās propagandā, kur turpināja dominēt kara propaganda un sabiedrības sociālo rīcības modeļu konstrukcijas. Lai neiedvesmotu pretinieka kontrpropagandu, neaizēnotu valdošos propagandas naratīvus, kā arī nerađītu sabiedrībā lieku stresu, ziņas un rīkojumi par veselības jautājumiem netika publicēti laikrakstu pirmajās lappusēs.

Kara apstākļi, cilvēku pārvietošanās, nepietiekams uzturs, kā arī virkne citu problēmu radīja vidi slimību izplatīšanai arī okupētās Latvijas teritorijā. Retorika, ar kādu tika pasniegta cīņa pret infekcijām, ļoti atgādināja kara propagandas akumulēto stāstu par Latviju kā robežu/cieņtoksni starp ārisko pasauli un “aziātiski/žīdiski boļševistisko” Padomju Savienību. Tā Veselības departamenta direktors Erihs Bušs “Tēvijai” skaidroja: “Cīņā ar infekcijas slimībām Latvija līdz šim bija kā liels valnis starp austrumu un rietumu tautām un ar savu augsti nostādīto veselības aizsardzības sistēmu sargāja rietumus no dažādu slimību dīglu un epidēmiju ievazāšanas no padomijas. Tagad šis valnis sabrucis, un mēs esam pakļauti visām saslimšanas iespējām.” (Tēvija 1942c) Izsitumu tīfū, kā norādīja ārsts un Jelgavas pilsētas veselības pārvaldes priekšnieks Augusts Dargēvics, pamatoti esot saukt par “krievu slimību”², kas “Eiropas ļaudīm, tātad arī mums, [...] ir dzīvībai ļoti bīstama” (Dargēvics, 1942).

Vācu propaganda arī uzsvēra, ka ieņemtie padomju apgabali veido lielas briesmas, jo tur ik uz soļa esot sastopami dažādu lipīgu slimību dīgli, pret kuriem vācu vadībā esot sāka “atvairēt cīņā” – tiekot būvētas un darbu sākot atušošanas iestādes un pētnieciskie institūti, tiekot nodrošinātas vakcīnas. Savukārt slimnīcu sistēmas reforma, kā rakstīja Okupēto austrumu

² Vācu ārstus okupētajā Latvijā nodarbināja jautājumi, kādi bioloģiskie cēloņi ir tam, ka izsitumu tīfū baltkrievi pārslimojot vieglākā formā nekā vācieši, latvieši vai igauņi (Bernsdorff 1944, 5).

apgabalu ministrijas Veselības daļas vadītājs Eduards Haralds Vēgners, būšot tikai pēc kara, jo pašreiz visas slimnīcas tiek izmantotas kā lazaretas (Waegner 1943).

Okupētajās Austrumu teritorijās tiešām tika radīta vesela institūtu sistēma. Kā vienu no šādiem pētniecības institūtiem var uzskatīt arī Kleistu muižā, Latvijas Universitātes bijušās seruma stacijas ēkā, izveidoto Medicīniskās zooloģijas institūtu, kur tika veikti pētījumi ar tīfa patogēniem, mēģinot izstrādāt iedarbīgākas vakcīnas pret slimību. Bet par eksperimentu “jūrascūciņām” šajā iestādē tika izmantoti Rīgas geto ieslodzītie ebreji (Weindling 2000, 322–373; Arnim 2021).

Būtiski, ka arī okupēto teritoriju zinātniskajā darbībā pētījumi par tīfa baciļu nesējiem tika atzīti par vienu no, kā šodien teiktu, prioritārajām tēmām – tiesa, aiz pienlopu barošanas, karstupeļu ražības palielināšanas un ūdens resursu izmantošanas kuģniecībā un enerģētikā jautājumiem. Šo tēmu svarīguma secību bija izstrādājusi Okupēto Austrumu apgabalu ministrijas Zinātniskā padome, kas izsludināja arī naudas balvas par šo pētījumu veikšanu (Tēvija 1942e).

Cīņa pret epidēmijām tika parādīta kā viena no misijām, ko veic nacistu karaspēks okupētajās teritorijās. Veselības uzraudzības sistēma, ko kontrolēja vācieši, bet izpildīja vietējās pašpārvaldes, tika atzīta par efektīvu līdzekli cīņai pret slimībām, tāpat kā masveida vakcinācija un higiēnas kontroles pasākumi, kā arī jau minētā institūta darbība. Tāpat tika norādīts, ka pārāk liberālā attieksme pret potenciālajiem epidēmijas izplatītājiem, jo īpaši tuberkulozes jomā, nevēlēšanās pret kādu skarbi izturēties ir novedusi pie pārmērīga kaitējuma sabiedrības veselībai (DZimO 1942).

Nacistu propagandas tēze, ka epidēmijas un slimības nāca no okupētajiem apgabaliem, visumā saskanēja ar ideoloģisko nostāju, kurā “žīdiski boļševistiskais” tika saistīts ar infekcijām un netīrību. Šo tēzi pieņēma arī pētnieki, norādot, ka no okupētajiem Krievijas apgabaliem dažādas slimības tika iznēsātas gan Latvijā, gan izplatījās tālāk uz Eiropu (Evarts, Pavlovičs 2016, 228). Tomēr fakti, ka epidēmijas sākās jau pirmajā kara rudenī, kad vēl nekāda iedzīvotāju piespiedu vai brīvprātīgā migrācija no Krievijas nenotika, kad pirmie saslimšanas gadījumi tika konstatēti karagūstekņu nometnēs, liek uzdot jautājumu – vai epidēmiju cēlonis nav jāmeklē nacistu realizētajā okupācijas politikā, nevis padomju veselības sistēmas vājumā? Latviešu drošības palīgpolicijas Jēkabpils punkta stāvokļa pārskatā par 1942. gada jūlija otro pusi minēts, ka “lipīgas slimības izplata krievu karagūstekņi, it sevišķi tais gadījumos, ja tie nedzīvo pietiekami tīri. Pēdējā laikā parādījies izsitumu tīfs pie Krustpils cukurfabrikas gūstekņiem, kas ilgāku laiku neesot bijuši pirtī” (LNA LVVA, P-252, 1, 43, 56).

1941. gada rudenī izsitumu un vēdera tīfs parādījās Latgalē. Šīs slimības izplatīšanās radikālai ierobežošanai Daugavpils apriņķa priekšnieks Jānis Kamaldnieks 1941. gada 28. novembrī visiem iedzīvotājiem noteica par katru saslimšanas gadījumu ar augstu temperatūru ziņot ārstam; mājā, kurā ir saslimušais, noteikta stingra karantīna; slimības konstatācijas gadījumā saimniekam pie mājas bija jāpieliek plāksne ar uzrakstu “Šajā mājā slimo ar tīfu” latviešu, krievu un vācu valodā. Apriņķī tika aizliegts dot naktsmājas svešām personām, ar piebildi, ka tie “bieži vien ir kara gūstekņi un ir īstie tīfa izplatītāji”. Tika aizliegti visi pasākumi, ieskaitot – kāzas, kristības un bērnu svinības, ar viesu ielūgšanu. Iedzīvotājiem

tika noteikts bez iebildēm klausīt ārstu norādījumus, sekot līdzi laikrakstos publicētajiem norādījumiem. Iedzīvotāji tika brīdināti, ka šo noteikumu neievērotāji saņems bargu sodu (DV 1941a). Policijas darbiniekiem bija noteikts, ka ar rajoniem, kur konstatēti saslimšanas gadījumi, jāpārtrauc jebkāda satiksme. Publiskās vietās pilnīgi jāizvairās no katras drūzmēšanās un saskaršanās ar blakus esošajiem cilvēkiem, savukārt higiēnai jāpievērš vislielākā uzmanība (DV 1941b).

Lai aizkavētu slimības izplatīšanos, satiksme ar Latgali tika ierobežota, dzelzeļa vai autobusa biļetes varēja nopirkt, uzrādot zīmi par personīgu atutošanos (Marnics 1958, 92). 1941. gada 28. novembrī Ostlandes reihskomisariāts izdeva rīkojumu pret tīfa ievazāšanu Vācijā, kas noliedza civiliedzīvotāju ieceļošanu Vācijā un Ģenerālgubernatūrā (t. i., okupētās Polijas teritorijās). Ieceļot Vācijā varēja tikai ar vācu ārsta (!) izdotu apliecību par utu neesamību, vai pārejas punktos bija jāveic atutošanās. Par noteikumu pārkāpšanu draudēja cietums vai smagākos gadījumos – pārmācības nams (Tēvija 1941d).

Karantīnas pasākumi un cīņa pret tīfu apgabalā noritēja vairākus mēnešus, tikai 1942. gada augustā "Tēvija" varēja pasludināt, ka "Latgali tīfs vairs neapdraud", ar ko visā apriņķī izsitumu tīfs pilnīgi likvidēts (Tēvija 1942a). Tomēr, neskatoties uz to, tajā pašā mēnesī pēc ģenerālkomisāra Rīgā rīkojuma notika visu nodarbināto Daugavpils un Rēzeknes iedzīvotāju vakcinācija pret tīfu un paratīfu. "Rēzeknes Ziņas" rakstīja, ka "civiliedzīvotājiem jāizprot, ka potēšanās notiek viņu pašu labā, un jāparāda lielāka aktivitāte, ierodoties uz potēšanos pašiem bez spaidu līdzekļiem. Diemžēl iedzīvotāju daļā valda nepareizs ieskaits par potēšanas vajadzību un nepieciešamību un nepamatotas bailes no potes iedarbības." (RZ 1942)

Ja šajās divās Latgales pilsētās notika visu strādājošo vakcinācija, tad citur pret tīfu, paratīfu un dizentēriju potes varēja saņemt tikai ar ārsta nosūtījumu. Vakcinācija bija bezmaksas, tomēr to skaitu, lai izskaustu tīfa epidēmiju pilnībā, režīms nespēja nodrošināt visiem. Būtiski ir tas, ka vakcinēti tika tikai strādājošie, kuru darbaspēks bija nepieciešams okupācijas režīmam. Arī vēlāk noteica tās iedzīvotāju kategorijas, kuras bija tiesīgas saņemt vakcīnu – piemēram, 1944. gadā Rīgā tas bija medicīniskais personāls vai darbinieki, kuriem "pēc sava aroda ir darīšana ar utu aplaistām personām vai priekšmetiem" (RV, 1944).

Tīfa apkarošanai pagastos un pilsētās tika izveidotas dezinfekcijas kameras, kuras sabiedrībā dēvēja vienkārši par atutošanas iestādēm vai "utu pirtīm". "Rēzeknes Ziņas" norādīja, ka "dažās vietās rajona ārsti žēlojas, ka iedzīvotāji uzskata par kauna lietu apmeklēt atutošanas iestādi. Jāaizrāda, ka tā ir obligāta. Utainie nedrīkst staigāt ar utīm un apdraudēt citus. Nepaklausīgos atutošanas iestādē nogādās piespiedu kārtā." (RZ 1942a) Dezinfekcijas kameru izbūve Latvijā notika plašos apmēros, uzceļot pēc noteiktiem standartiem vairākus simtus šāda veida būvju (Tauriņš 1942). Tāpat tika veiktas arī preventīvās atutošanas kampaņas, primāri nosakot dezinficēt nespējnieku patversmju, kopmītņu iedzīvotājus un ieslodzītos. Ārstniecības personālam obligāti bija "jāpieteic utainas personas, izpildot utainu personu pieņemšanu". Noteikumu nepildīšanas gadījumā bija jāiesaista policija (RV 1942).

Atutošanas pasākumi ar jaunu vērienu aizsākās 1943. gada beigās, kad Latvijā ieradās tūkstošiem bēgļu no armiju grupas *Nord* ieņemtajiem apgabaliem, kas līdzi atnesa arī bažas

ne tikai par Sarkanās armijas tuvošanos, bet arī tīfa izplatīšanos. Lai arī prese ziņoja, ka militārās un civilās iestādes ir darījušas visu, lai evakuētos atutotu, tomēr to lielā skaita dēļ tas neesot iespējams (KV 1944). Padomos par krievu bēgļu uzņemšanu tika uzsvērtā nepieciešamība ievērot sanitāro piesardzību, pirmajā laikā izvairoties no saskarsmes ar tiem, lietojot atsevišķus traukus un ievērojot higiēnu (MM 1943). Iedzīvotājiem tāpat tika ieteikts ne tikai paļauties uz dezinfekcijas iestādēm, bet arī savas pirtis pielāgot atutošanas vajadzībām (Trauberga 1943). Tekstus papildināja arī vizuālās propagandas materiāli – “Mēs ejam katru sestdienu pirtī!”, “Utis izplata izsitumu tīfu. Kur nav utu – nav arī izsitumu tīfa!” – vēstīja Egīla Hermanovska zīmētie un Latvijā izplatītie plakāti (Hermanovskis 1943; Hermanovskis 1944).

Tīfa apkarošanai izmantoja arī ekstrēmas metodes. H. Marnics savās atmiņās raksta, ka kāds apgabala komisārs karagūstekņu darba grupu, kurā bija gadījusies saslimšana ar izsitumu tīfu, esot licis visu vienkārši likvidēt. “Sarunā ar mani par sērgu apkarošanu tas pats komisārs palielījās, ka viņš gan esot vienmēr pratis aizkavēt sērgas uzliesmošanu savā apgabalā” (Marnics 1958, 95). Te jāatceras, ka arī “romu jautājumu” okupācijas varas iestādes aktualizēja tieši tīfa epidēmijas laikā.

1942. gada 29. septembrī Ostlandes reihs komisārs Hinrihs Loze (*Hinrich Lohse*) izdeva noteikumus par vispārbīstamo un pārnesamo slimību apkarošanu, kurā ne tikai tika veikta šo slimību klasifikācija, bet arī noteikti varas iestāžu rīcības algoritmi, nosakot arī sanitārās varas vertikāli – aprīņķa vecākais (aprīņķa ārsts) – novada komisārs – ģenerālkomisārs. Šis rīkojums papildināja jau tā paša gada 7. janvārī izdotos noteikumus par sērgu pieteikšanas kārtību. Par vispārbīstamām slimībām tika atzītas spītālība, izsitumu tīfs, bakas, mēris un holera, ko papildināja pārnēsājamo slimību uzskaitījums, kuru saasināšanās gadījumā bija noteiktas katras amatpersonas rīcības robežas (Amtsblatt 1942a).

Lai arī tīfs, cīņa ar to un profilakse pret to nepazuda no laikrakstu slejām līdz pat kara beigām, tomēr Latviju skāra arī citas slimības. 1942. gadā saasinājās difterijas saslimšanas gadījumi, kas nereti beidzās letāli. Lai to novērstu, Latvijas ģenerālkomisariātā tika veikta bērnu vakcinācija pret šo slimību. Presē parādījās aicinājumi vakcinēt bērnus, kā arī tika publicēti raksti par difterijas bīstamību un vakcinācijas nepieciešamību. 1942. gadā, lai izvairītos no inficēšanās, Rīgā tika atceltas Ziemassvētku eglītes bērniem, kā arī aizliedza bērniem apmeklēt publiskos pasākumus – kino, cirku (Neimane 1942; Evarts, Pavlovičs 2016, 228). Tomēr slimība uzliesmoja periodiski dažādās Latvijas vietās arī turpmākos kara gadus. 1944. gada sākumā, kad difterijas epidēmijas briesmas skāra Kurzemi, Liepājā tika noteikts obligāti pret difteriju potēt 1–8 gadus vecus bērnus – rīkojuma nepildītājus draudēja sodīt ar naudas sodu un bērnu aizsargpotēšanu veiks spaidu kārtā (Tēvija, 1943a; RV, 1944a).

Līdzīgā kārtā Latviju skāra arī vairāki dizentērijas uzplaisnījumi, kurus arī centās ierobežot gan ar higiēnas propagandu, gan potēšanās palīdzību. Tāpat Latvijā pieauga cilvēku skaits, kas bija inficējušies ar acu trahomu, kas varēja beigties ar aklumu. Bez tā uzmanību centās pievērst arī tuberkulozes slimniekiem, nosakot to reģistrāciju un ārstēšanu veidotajās aprūpes stacijās. Lielākoties cīņa pret tuberkulozi izpaudās, nepieļaujot slimībai izplatīties tālāk, nekā slimo ārstēšanai, ko laikrakstos definēja jau kā pēckara uzdevumu. Ostlandes reihs komisāra



1. attēls. Egīla Hermanovska plakāts "Mēs ejam katru sestdienu pirtī!". 1943. gads.
Latvijas Nacionālās bibliotēkas plakātu kolekcija, IPTL1-61/5

laikraksts norādīja, ka “slimot – tā nav privāta lieta”, norādot, ka pašreizējos apstākļos ir iespējas sabiedrību aizsargāt no indivīdu bezjēdzīgās rīcības, egoisma un “pārprastā sentimentālisma” (Lilienfeld-Toal 1942). Liels izaicinājums gan okupantiem, gan vietējai sabiedrībai bija venerisko slimību izplatīšanās, tomēr šis jautājums būtu pelnījis atsevišķu stāstu.

Aizsardzībai pret slimībām izmantoja arī aizliegumus sasirgušajiem strādāt noteiktās profesijās. Ar 1942. gada 1. maiju Rīgā, piemēram, noteica, ka pārtikas ražošanā, pārvadāšanā, tirdzniecībā, frizētavās, pirtīs, viesnīcās, traktieros ir aizliegts strādāt personām, kas slimo ar atklātu plaušu un balsenes tuberkulozi, vēdera tīfu, paratīfu, dizentēriju un citām lipīgām zarnu slimībām kā akūtā, tā arī baciļu nesēju stadijā; veneriskām slimībām lipīgā stadijā; lepru, lipīgām ādas un matu slimībām vai arī strutojošiem ievainojumiem un vātīm uz atklātām ķermeņa daļām vai kas aplipušas utīm; lipīgām acu slimībām; smirdošām iesnām un smirdošo bronhītu; mīzalu un izkārnījumu nesaturēšanu u. c. lipīgām slimībām. Tāpat aizliedza šajos darbos nodarbināt cilvēkus, kas dzīvoja kopā ar slimajiem. Šajās profesijās tika ieviestas veselības pārbaūžu grāmatīņas, un veselības pārbaudes jāiziet ne retāk kā pusgadā. Sekot noteikumu ievērošanai tika uzdots Veselības pārvaldes sanitārārstiem (Tēvija 1942b).

Aizliegumus strādāt papildināja arī aizliegums studēt. Tā cilvēkiem, kuri slimoja ar hroniskām infekcijas slimībām lipīgā stadijā – tuberkulozi, lepru, sifilisu, trahomu, strutojošo bronhītu, astmu un vēl virkni slimību –, bija noliegts stāties Rīgas Universitātē. Tāpat studijas bija liegtas arī cilvēkiem, kas slimoja ar smagām asinsvadu, nieru, gara slimībām, epilepsiju, kā arī ar kaulu tuberkulozi (Tēvija 1942d). Šķiet, pēdējo minēto slimību ieviešana sarakstā ir notikusi, balstoties vairāk uz eigēnikas nekā sanitāriem apsvērumiem.

Epidēmijas, kas izplatījās Latvijā nacistu okupācijas gados, bija arī veterināras. Pirmā, kas Latvijā “pieņēma draudīgus apmērus”, bija trakumsērga, kas parādījās jau 1941. gada augustā. Tās apkarošanai 1941. gada septembrī tika pieņemts arī ģenerālkomisāra rīkojums, kas noteica, ka ar trakumsērgu piemeklētajos apgabalos iznīcināmi ne tikai visi inficētie dzīvnieki, bet arī visi suņi un kaķi. Tika aizliegta dzīvnieku kaušana un piena vai citu ražojumu lietošana vai pārdošana (Amtsblatt 1942, 178). Trakumsērgas uzliesmojumi samērā regulāri parādījās arī turpmākajos kara gados, izsludinot arvien jaunus sērgas skartos apgabalus, tāpat parādoties arī ziņām par sodītajiem par noteikumu neievērošanu. Trakumsērga prasīja arī cilvēku upurus, tomēr to skaits nebija liels (Dārziņš 1943, 329–330).

1942. un 1943. gadā Latvijā periodiski dažādās vietās uzliesmoja lopu mutes un nagu sērga, cīņai pret kuru arī tika ieviesti karantīnas pasākumi, kas ietvēra pilnīgu izolēšanos no saskarsmes ar slimības piemeklēto saimniecību iedzīvotājiem. Uz sērgas laiku slēdza skolas, pienotavas un krejotavas, iedzīvotājiem tika noteikts bez liekas vajadzības nepulcēties un nepārvietoties (TV 1942). Lai arī 1943. gada janvārī prese līksmi ziņoja, ka “pateicoties veterinārārstu labai sadarbībai ar policiju un vietējām pārvaldes iestādēm, kā arī zemnieku disciplīnai” šī slimība esot uzveikta (Tālavietis 1943), tomēr rīkojumi par jaunu sērgas vai tās apdraudēto rajonu izsludināšanu turpināja iznākt arī vēlāk.

Portugāļu pētniece Marija de Almeda (*Maria de Almeda*), pētot mediju lomu epidēmijās 19. un 20. gadsimtā, secinājusi, ka visu epidēmiju laikā higiēna bija vissvarīgākais jautājums



2. attēls. Egīla Hermanovska plakāts "Utis izplata izsītumu tīfu. Kur nav utu – nav arī izsītumu tīfa". 1944. gads. Latvijas Nacionālās bibliotēkas plakātu kolekcija, IPTL1-61/10

ziņās, neatkarīgi no sava laika medicīnas un farmācijas zinātņu attīstības līmeņa (Almeda 2013, 900). Tas raksturīgs arī medijiem, kas iznāca Latvijā nacistu okupācijas laikā. Higiēnas jautājumi, piemēram, pasākumi, lai izvairītos no slimībām, bieži tika aktualizēti presē. Īpaši tos akcentēja sievietēm domātajā izdevumā "Mana Māja", kur ne tikai regulāri parādījās jautājumi par tīrības un kārtības nozīmi veselības uzturēšanā, bet publicēti arī praktiski padomi, piemēram, par to, kā vārīt ziepes vai to aizstājējus, kuru trūkumu kara laikā izjuta Latvijas sabiedrība. Tāpat izdevumā bieži publicēti arī ārstu norādījumi gan par slimību izraisītājiem, gan soļiem, kā pret tām cīnīties, kas sievieti zināmā mērā novietoja ne tikai mājas dzīves, bet arī sanitārās frontes priekšpostenī.

Higiēnas jautājumus aktualizēja arī dažādas varas iestāžu organizētas kampaņas, tā 1942. gada oktobrī pēc ģenerālkomisāra Rīgā iniciatīvas visos Latvijas uzņēmumos tika izsludināta tīrības, kārtības un drošības sacensība. Tā paša gada maijā Tautas Palīdzība rīkoja tīrības un spodrības nedēļu, kuras organizēšanu nākamajā gadā pārņēma Veselības departaments. Tās laikā sabiedrība tika aicināta sakopt savu mītnu apkārtni. Īpašu vērību pievēršot kūtmēsli un ateju satura ātrai aprakšanai vai iearšanai, lai nevairotos mušas, kas pārnēsā lipīgās slimības. Tāpat iedzīvotājiem tika ieteikts iznīcināt kaitīgos putņus – žagatas, vārnas un kraukļus, kas varot kļūt par infekciju pārnēsātājiem. Īpašu uzmanību departaments lika veltīt iekštelpu un drēbju sakopšanai, aicinot pieteikt karu visiem insektiem: utīm, blusām, blaktīm, prusakiem (Tēvija 1943). Šo pasākumu nodrošināšanai un organizācijai uz vietām tika radītas rīcības komitejas, kas sekoja kampaņas norisēm, fiksējot pārkāpējus, kurus solīja bargi sodīt. 1942. gadā Daugavpilī šīs nedēļas laikā vien tika izteikti 332 brīdinājumi un sastādīti 55 protokoli (DV, 1942).

NOBEIGUMAM

Nacistu okupācijas gados Latvijas iedzīvotājiem nācās saskarties ar dažādām grūtībām, no kurām ne pēdējo lomu spēlēja veselības jautājumi. Kara propagandas valoda bija caur-austa ar ideju, ka notiek cīņa pret "židiskā boļševisma sērgu", ka šis karš nesīs "vēsturisko atveseļošanu", kas bija cieši saistīta ar nacionālsociālistu rasistisko ideoloģiju. Attieksmē pret pakļautajām tautām nacisti centās savus plānus neaifšēt, lai saglabātu sabiedrībā iluzoras cerības uz politiskā stāvokļa izmaiņām un nodrošinātu potenciālu sadarbībai ar okupācijas režīmu.

Sabiedrības veselība bija svarīga okupācijas režīmam, jo tā gan nodrošināja cilvēku spēju strādāt jaunās varas labā, gan neapdraudēja vāciešu veselību. Nacistu veselības politika okupētajā Latvijā izrietēja gan no viņu rasistiskā pasaules skatījuma, gan no apstākļiem, ar kuriem viņiem nācās saskarties okupētajās teritorijās, gan pašu politikas rezultātiem. Iznīcinot teju vienu trešdaļu Latvijas ārstu ebreju, radot antisanitārus apstākļus karagūstekņu nometnēs, negādājot par sabiedrības nodrošināšanu ar higiēnas līdzekļiem, kā arī ar pārtikas apgādi, rezultātus ilgi nevajadzēja gaidīt.

Mediji, kas bija pakļauti okupācijas varai, iesaistījās dažādu slimību un epidēmiju apkarošanā, publicējot kā rīkojumus un noteikumus, tā arī veicot izglītošanas darbu, skaidrojot slimību izcelšanos, preventīvo darbību nepieciešamību un higiēnas ievērošanu. Tomēr komunikācijā dominēja rīkojumu publikācijas un ziņas par šo rīkojumu pildīšanu. Kara laikā un okupācijas apstākļos gaidīt uz izglītošanas sekām, lai sabiedrību iekustinātu veikt vajadzīgos soļus, nebija laika, tādēļ rezultātus vairāk centās sagaidīt ar autoritārām un represīvām metodēm – nosakot karantīnas pasākumus, vakcinējot iedzīvotājus, pieprasot higiēnas normu ievērošanu.

Medijos ziņas par slimībām nekad neparādījās pirmajās lappusēs, lai neaizēnotu citas nacistiem aktuālākas propagandas tēmas, neradītu spriedzi sabiedrībā un nedotu tēmas ienaidnieka propagandai. Līdzīgi kā frontē kritušo, tā arī no epidēmijām mirušo skaitu presē neatrast. Kara laikā un okupācijas režīma apstākļos veselības krīze pazuda daudzu citu problēmu jūrā, neatstājot nospiedumus arī komunikatīvajā atmiņā³.

LITERATŪRA

- Almeda de, M. A. P. (2013). Epidemics in the news: Health and hygiene in the press in periods of crisis. *Public Understanding of Science*, 22(7), 886–902. DOI: 10.1177/0963662512473212
- Amtsblatt (1942). Rīkojums attiecībā uz bij. žīdu īpašumā atrodošo ārstniecības un zobārstniecības piederumu pieteikšanu. *Amtsblatt des Generalkommissars in Riga. Sammelnummer 1941*. Nr. 1, 8. Juni, S. 227.
- Amtsblatt (1942a). Noteikumi par vispārbīstamo un pārnesamo slimību apkarošanu. *Amtsblatt des Generalkommissars in Riga*, Nr. 13, 13. Nov., S. 285–288.
- Arnim von, J. (2021). *Das Institut in Riga. Die Geschichte eines NS-Arzttes und seiner Forschung*. München: Nagel und Kimche.
- Bartov, O. (2000). *Mirrors of Destruction: War, Genocide, and Modern Identity*. Oxford, Oxford University Press.
- Bashford, A. (2004). *Imperial Hygiene: A Critical History of Colonialism, Nationalism and Public Health*. New York: Palgrave Macmillan.
- Bauman, Z. (2008). *Modernity and the Holocaust*. Cambridge: Polity Press.
- Bernsdorff, H. (1944). Gesundheitsdienst im Ostland. *Ostland*, Nr. 12, Juni, S. 5–8.
- Buscemi, F. (2016). Edible lies: How Nazi propaganda represented meat to demonise the Jews. *Media, War & Conflict*, 9(2), 180–197. DOI: 10.1177/1750635215618619
- Conti, L. (1943). Sieg über Kriegskrankheiten. *Deutsche Zeitung im Ostland*, Nr. 27, 27. Jan., S. 3.
- Dargēvics, A. (1942). Izsituma tīfs un cīņa ar šo sērgu. *Darbs un Zeme*, Nr. 22, 15. nov., 1.–3. lpp.
- Dārziņš, E. (1943). Universitātes Seruminstitūta Pastēra nodaļas darbība 1940., 1941. un 1942. gadā. *Ārstniecības Žurnāls*, Nr. 5, jūl./aug., 326.–330. lpp.
- Donis, M. (1943). Žīdu rituālās slepkavības. *Daugavas Vēstnesis*, Nr. 59–63, 11.–16. marts, 2. lpp.
- DV (1941). Skaties un brīnies. *Daugavas Vēstnesis*, Nr. 12, 14. okt., 4. lpp.
- DV (1941a). Rīkojums. *Daugavas Vēstnesis*, Nr. 50, 29. nov., 4. lpp.

³ Latvijas Nacionālās mutvārdu vēstures kolekcijas dzīvesstāstos slimošana un slimības nacistu okupācijas laikā parādās tikai individuālās pieredzes stāstos par savu vai tuvinieku saslimšanu, nāvi. Šīm pieredzēm nav metanaratīvā vēstījuma, uz kuru balstīties, iekļaujot personīgo pārdzīvojumu laikmeta ainā.

- DV (1941b). Tīrība – galvenais cīņas līdzeklis pret izsitumu tīfu. *Daugavas Vēstnesis*, Nr. 50, 29. nov., 4. lpp.
- DV (1942). Tīrības neievērotājus bargi sodīs. *Daugavas Vēstnesis*, Nr. 293, 17. dec., 3. lpp.
- DZimO (1941). Judenstern auf dem Rücken. Anordnungen des Generalkommissars in Riga. *Deutsche Zeitung im Ostland*, Nr. 28, 1. Sept., S. 4.
- DZimO (1942). Der Segen straffer Seuchenbekämpfung. *Deutsche Zeitung im Ostland*, Nr. 340, 11. Dec., S. 5.
- Evarts, E., Pavlovičs, J. (2016). *Ikdienas dzīve Latvijā nacistiskās Vācijas okupācijas laikā. 1941–1945*. Rīga: Zinātne.
- Ezergailis, A. (1999). *Holokausts vācu okupētajā Latvijā 1941–1944*. Rīga: Latvijas Vēstures institūta apgāds.
- Felder, B. M. (2013). “God forgives – but nature never will” – racial identity, racial anthropology, and eugenics in Latvia. 1918–1940. In: Felder, B. M., Weindling, P. J. (eds). *Baltic Eugenics. Bio-politics, Race and Nation in Interwar Estonia, Latvia and Lithuania. 1918–1940*. Amsterdam: Rodopi, 115–146.
- Garda-Rozenberga, I., Zellis, K. (2015). Atceroties genocīdu: romu iznīcināšana nacistu okupācijas laikā Latvijas romu kolektīvajā atmiņā. *Latvijas Vēstures Institūta Žurnāls*, 2, 64–95.
- GARF (Gosudarstvennyi arhiv Rossiiskoi Federatsii), P 7021, 93, 11. (PSRS Ārkārtas komisija vācu fašistisko iebrucēju un to līdzdalībnieku pastrādāto noziegumu konstatācijai un izmeklēšanai. Izmeklēšanas materiāli par sieviešu sterilizāciju Rīgā. (2.12.–16.12.1944.))
- Hartmann, C. (2009). *Wehrmacht im Ostkrieg. Front und militärisches Hinterland 1941/42*. München: R. Oldenbourg Verlag.
- Hermanovskis, E. (1943). Mēs ejam katru sestdienu pirtī! (Plakāts). LNB plakātu kolekcija, IPTL1-61/5.
- Hermanovskis, E. (1944). Utis izplata izsitumu tīfu. Kur nav utu – nav arī izsitumu tīfa. (Plakāts). LNB plakātu kolekcija, IPTL1-61/10.
- Jütte, R. (2011). *Medizin und Nationalsozialismus: Bilanz und Perspektiven der Forschung*. Göttingen: Wallstein Verlag.
- K. Št. [Štrauhs, K.] (1941). Tautas veselība žīdu rokās. *Tēvija*, Nr. 114, 11. nov., 4. lpp.
- Kangeris, K. (1990). “Nodeva reiham” – Latvijas ģenerālapgabala iedzīvotāji darbos Lielvācijā. *Latvijas Zinātņu Akadēmijas Vēstis*, 12, 34–48.
- Kangeris, K. (2005). “Latgales jautājums” vācu okupācijas laikā 1941–1944: nacionālsociālistiskās rases politikas aspekti. Grām.: Strods, H. (zin. red.). *Cīņa par Baltiju. Latvijas Okupācijas muzeja gadagrāmata*. Rīga: Latvijas 50 gadu okupācijas muzeja fonds, 89.–108.lpp.
- KV (1941). Kā žīdi vadīja Liepājas poliklīniku. *Kurzemes Vārds*, Nr. 24, 29. jūl., 2. lpp.
- KV (1944). Atutošana palīdz apkarot izsituma tīfu. *Kurzemes Vārds*, Nr. 67, 19. marts, 2. lpp.
- Lilienfeld-Toal von, O. (1942). Kranksein – keine Privatsache. *Deutsche Zeitung im Ostland*, Nr. 277, 9. Okt., S. 5.
- Lūdums (1944). Žīdi un viņu darbi. *Lūdums*. Nr. 23–27, 19. aug.–14. sept., 3. lpp.
- LNA LVA (Latvijas Nacionālais arhīvs, Latvijas Valsts arhīvs), 1986, 2, P-6831. (Teodora Upnera kriminālieta (1948)).
- LNA LVVA (Latvijas Nacionālais arhīvs, Latvijas Valsts vēstures arhīvs), P-252, 1, 43. (Drošības policijas un SD komandieris. Atbalsta punkta vadītāja ziņojumi Jelgavas nodaļas priekšniekam un uzraugu ziņojumi par politisko stāvokli punktam pakļautajā teritorijā, 1942)
- Marnics, H. (1958). *Kāvi par Daugavu. Atceres un apceres par Latvijas likteņiem no 1941. līdz 1943. gadam*. Weilheim: Apgāds “Latvija”.
- MM (1943). Par evakuēto padomju iedzīvotāju uzņemšanu. *Mana Māja* (lauku izdevums), Nr. 22, novembris, 350. lpp.
- Neimane, M. (1942). Difterija. *Mana Māja*, Nr. 21, 10. nov., 475. lpp.
- Proctor, R. N. (2002). *Blitzkrieg Gegen Den Krebs: Gesundheit Und Propaganda Im Dritten Reich*. Stuttgart: Klett-Cotta.
- Radovics, V. (2020). Tīfa epidēmija Latgalē 1942. gadā: slēgtas skolas un baznīcas, karantīnas neievērotājus piekauj. *Delfi.lv*. 4. apr. Izgūts no: <https://www.delfi.lv/news/national/politics/tifa-epidemija-latgale-1942-gada-slegtas-skolas-un-baznिकास-neieieverotajus-piekauj.d?id=52024053>

- RV (1942). Rīkojums par preventīvu atutošanu un utainu personu pieteikšanu. *Rīkojumu Vēstnesis*, Nr. 218, 22. okt., 1164. lpp.
- RV (1944). Paziņojums par tīfa apdraudēto ārstu, māsu un pārējā apkopēju personāla aizsargpotēšanu pret izsitumu tīfu Rīgas pilsētā. *Rīkojumu Vēstnesis*, Nr. 124, 28. aug., 517. lpp.
- RV (1944a). Rīkojums par aizsargpotēšanu pret difteriju Liepājas pilsētā. *Rīkojumu Vēstnesis*, Nr. 23, 28. janv., 74. lpp.
- RZ (1942). Prettīfa potēšanas gaita Rēzeknē. *Rēzeknes Ziņas*, 1942, Nr. 62, 15. aug., 5. lpp.
- RZ (1942a). Rēzeknes apriņķī lipīgās slimības neapdraud. *Rēzeknes Ziņas*, 1942, Nr. 92, 28. nov., 3. lpp.
- Skujenieks, M. (1938). *Latvijas statistikas atlases*. Rīga: Valsts statistiskā pārvalde.
- Starks, T. (2008). *Body Soviet: Propaganda, Hygiene, and the Revolutionary State*. Wisconsin: University of Wisconsin Press.
- Tālavietis (1941). Kā žīdi apmierināja savu zadistisko asins kāri. *Tālavietis*, Nr. 21, 2. sept., 4. lpp.
- Tālavietis (1943). Lopu mutes un nagu sērga Latvijā izskausta. *Tālavietis*, Nr. 9, 21. janv., 4. lpp.
- Tauriņš, Ž. (1942). Būves sērgu apkarošanai. *Satiksmes un Tehnika*, Nr. 9, sept., 8.–9. lpp.
- Tēvija (1941a). Nāvei nolemtā paaudze. *Tēvija*, Nr. 51, 28. aug., 3. lpp.
- Tēvija (1941b). Pārkartojumi Rīgas poliklīnikās. *Tēvija*, Nr. 74, 24. sept., 5. lpp.
- Tēvija (1941c). Nodibināta Veselības kamera Austrumu apgabaliem. *Tēvija*, Nr. 96, 20. okt., 3. lpp.
- Tēvija (1941d). Rīkojums izsituma tīfa ievazāšanas novēršanai Vācijā. *Tēvija*, Nr. 137, 8. dec., 2. lpp.
- Tēvija (1942). Jāpieteicas ar žīdiem laulātiem āriešiem. *Tēvija*, Nr. 32, 7. febr., 3. lpp.
- Tēvija (1942a). Latgali tīfs vairs neapdraud. *Tēvija*, Nr. 197, 27. aug., 4. lpp.
- Tēvija (1942b). Rīkojums par veselības uzraudzību. *Tēvija*, Nr. 97, 28. apr., 3. lpp.
- Tēvija (1942c). Jaunas atziņas tautas veselības aizsardzībā. *Tēvija*, Nr. 140, 19. jūn., 3. lpp.
- Tēvija (1942d). Uzņemšanas noteikumi Universitātē. *Tēvija*, Nr. 204, 4. sept., 3. lpp.
- Tēvija (1942e). Godalgos zinātniskos pētījumus. *Tēvija*, Nr. 214, 16. sept., 3. lpp.
- Tēvija (1943). Tīriba tautas veselības pamatā. Veselības departamenta aicinājums. *Tēvija*, Nr. 98, 27. apr., 3. lpp.
- Tēvija (1943a). Bērni jāpotē pret difteriju. *Tēvija*, Nr. 239, 12. okt., 4. lpp.
- Trauberga, O. (1943). Atutošana lauku pirtīs. *Tēvija*, Nr. 246, 20. okt., 3. lpp.
- TV (1941). Žīdu jautājuma nokārtošana Talsu apriņķī. *Talsu Vārds*, Nr. 3, 24. jūl., 4. lpp.
- TV (1942). Kas jāzina par lopu mutes un nagu sērgu Talsu apriņķī. *Talsu Vārds*, Nr. 46, 19. nov. 4. lpp.
- Vīksne, R. (2003). Garīgi slimo iznīcināšana Latvijā nacistiskās okupācijas laikā. Grām.: Ērglis, Dz. (sast.). *Holokausta izpētes jautājumi Latvijā. Latvijas Vēsturnieku komisijas raksti. 8. sēj.* Rīga: Latvijas Vēstures institūta apgāds, 324–350.
- Wegner (1943). Cīņa pret austrumu sērgām. *Laika Balsis*, Nr. 13, 18. aug., 2. lpp.
- Weindling, P. J. (2000). *Epidemics and Genocide in Eastern Europe, 1890–1945*. Oxford: Oxford University Press.
- Weindling, P. J. (2013). Race, Eugenics and National Identity in the Eastern Baltic: From Racial Surveys to Racial States. In: Felder, B. M., Weindling, P. J. (eds). *Baltic Eugenic. Bio-politics, Race and Nation in Interwar Estonia, Latvia and Lithuania. 1918–1940*. Amsterdam: Rodopi, 33–48.
- Weindling, P. J., Turda, M. (eds). (2007). *“Blood and Homeland”: Eugenics and Racial Nationalism in Central and Southeast Europe, 1900–1940*. Budapest: Central European University Press.
- Weiss, S. F. (2010). *The Nazi Symbiosis: Human Genetics and Politics in the Third Reich*. Chicago: University of Chicago Press.
- Zellis, K. (2004). “Zemes tīrīšanas” propaganda nacistu kontrolētajā latviešu presē 1941. g. jūlijā–septembrī. Grām.: Soms, H. (red.). *DU Humanitārās fakultātes XIV starptautisko zinātnisko lasījumu materiāli. Vēsture VIII*. Daugavpils: Saule, 192.–198. lpp.
- Zellis, K. (2012). *Ilūziju un baiļu mašīnērija. Propaganda nacistu okupētajā Latvijā: vara, mediji un sabiedrība (1941–1945)*. Rīga: Mansards.
- Zeltiņš, T. (1941). Krāpnieki tēlo ārstus. *Daugavas Vēstnesis*, Nr. 71, 24. dec., 1. lpp.



LIELIE PLŪDI BALTINAVĀ: KOMUNIKĀCIJA LOKĀLAJĀ KRĪZĒ

Klinta Ločmele

Tas sākās pēkšņi – 2017. gada 23. augusta vakarā Baltinavā, Latvijas mazākajā novadā Krievijas pierobežā, upes izgāja no krastiem, ūdens straumes spēks salauza tiltus un caurtekas. Nākamā rīta agrumā cilvēki secināja, ka netiek uz darbu, veikalu vai citās vajadzībās uz Baltinavas centru vai Balviem. Dažiem tika nogriezts vienīgais pieejamais ceļš uz ārpusi, nebija iespējams piebraukt arī neatliekamajai medicīniskajai palīdzībai, piena mašīnai pēc piena kannām. Tā kā tika pārrauts P45 autoceļš pie Baltinavas, nekursēja arī sabiedriskais transports. Pirmie paziņojumi, ka netiks izpildīti vairāki autobusu reisi, parādījās tikai pusotru dienu vēlāk.

Šāds ikdienas traucējums ceļu un tiltu pārrāvuma dēļ bija arī citviet Latgalē – blakus pagastos. Apokaliptisko noskaņu pastiprināja lietusgāzes, kas, iespējams, bija arī viens no iemesliem dabas katastrofai. Lietus lija tik ilgi un intensīvi, ka pārplūda ne tikai upes, bet applūda māju pagrabi, pagalmi un pastāvēja risks, ka pierobežā līdz ar ūdens straumi govīs no ganībām aizpeldēs pāri robežai uz Krieviju. Kāda bija un kā notika komunikācija šajā lokālajā krīzes situācijā?

Piemēri pārsvarā ir no Baltinavas novada, taču, komunikācijai aptverot jau nacionālo mērogu un masu medijus, aplūkoti arī komunikācijas aspekti no blakus novadiem. Analīze balstās daļēji strukturētajās intervijās ar Baltinavas novada iedzīvotājiem, kas veiktas lauka ekspedīcijā 2019. gada 28.–30. augustā. Baltinavā dzīvo mani vecāki. Pati ierados laukos divas dienas pēc lielo plūdu sākuma, tāpēc pie informācijas ieguves metodēm var ierindot arī iekļauto novērojumu. Aplūkotā komunikācija aptver interpersonālo un arī masu mediju komunikāciju.

SEPTIŅI KOMUNIKĀCIJAS POSMI

Intervijas ar novada iedzīvotājiem un mediju satura analīze liecina par vairākiem komunikācijas posmiem dažu dienu laikā. Iedzīvotājiem tie gan atšķirās atkarībā no tā, cik nopietni plūdos bija cietis pašu īpašums. Vispirms aplūkosim interpersonālo komunikāciju – krīzes sākumā tā bija vienīgais informācijas apmaiņas veids līdz brīdim, kad parādījās ieraksti arī sociālajos medijos. Tiem, kuriem īpašums bija cietis plūdos, komunikācijas vietā bija **aizņem-tība** ar problēmu risināšanu. Sieviete (56) stāsta: “Kādi bija informācijas avoti? Es nezinu. Bija diezgan daudz savas problēmas [plūdu dēļ], diez vai es tā skatījos, kas notiek citur. [...] Māja ūdenī, pagrabstāvs ūdenī, visapkārt deviņi tilti izrauti, graudi applūduši ūdenī, nekulti. Tas brīdis bija tāds, ka citu problēmas laikam kādu brīdi bija tiešām... [nesvarīgas] (intervija Nr. 1).” Zīmīgi, ka cilvēki **paši kļuva par informācijas avotiem** citiem savas – aculiecinieka – pieredzes dēļ. Vīrietis (59) norāda: “Man nevajadzēja informācijas avotus, jo mēs paši plūdu centrā bijām un paši cīnījāmies ar plūdiem. Sējumi visi applūduši bija, māju sargājām, lai apakšstāvs [neapplūst – K. L.]. Sūkņi bija ieslēgti. Trīs diennaktis strādājām dienu un nakti, kamēr...[...] Te viss pludoja. Gotiņas vedām uz kūti, jo viss pludoja ūdenī. Mēs paši bijām ziņi... Mēs bijām liecinieki tam notikumam. [...] Citi prasīja, kas jums tur notiek (intervija Nr. 2).”

Cilvēku personīgo pieredzi – novērojumu, piemēram, ieraugot applūdušo pagalmu vai pagrabu, papildināja **interpersonālā komunikācija**. Jaunākās informācijas apmaiņa vispirms notika ar fiziski tuvākajiem kaimiņiem, pēc tam komunikācijas loks paplašinājās. “Izgāju ārā un skatos, ka viss vienā ūdenī – visi kaimiņi. Skaidra lieta. Kāda vēl informācija [no medijiem]! Kaimiņš bija pienācis un stāstīja par tiltu. Pašai lapene bija applūdusi,” stāsta baltinaviete (76) (intervija Nr. 3). Par informācijas apmaiņas un komunikācijas vietu kļuva sabiedriskās ēkas novada centrā, kur pulcējas cilvēki. Sieviete (56) atceras: “Visa Baltinava – veikalos, iestādēs, pastā – visi par to vien runāja!” (intervija Nr. 1) Informāciju cilvēki nodeva cits citam, sakot, piemēram – es jau braucu pāri tiltam, ir salabots. Daudziem bija arī svarīgi **redzēt notikušo savām acīm** jeb gūt tieši aculiecinieka pieredzi, iespējams, arī lai būtu līdzdalīgi sarunās, tāpēc speciāli devās apskatīt postījumus. Sieviete (27) norāda: “Kad sākās plūdu traukums, braucām ekskursijā pa Baltinavu skatīties.” Līdzīgi stāsta arī jaunie (17): “Par plūdiem Baltinavā man pateica mamma un tētis. [...] Mēs ar mammu nākamajā dienā braucām visu apskatīt Baltinavā – kuri ceļi jau norauti” (intervija Nr. 4).

Nākamais komunikācijas etaps bija **personīgās pieredzes izpaušana sociālajos medijos**. Aculiecinieku fotogrāfijas parādījās sociālajos medijos “Facebook”, “Twitter”, “Instagram”. Sociālo mediju informācijas nozīmi akcentē arī novada cilvēki. “Labi strādāja “Facebook” bildes. Bet tomēr svarīgāks bija cilvēka apstiprinājums,” norāda sieviete (53), stāstot, ka no sociālajiem medijiem uzzināja, kas noticis citā novada pusē (intervija Nr. 6). **Sociālajos medijos publicētās personīgās pieredzes tika popularizētas** – ar tām dalījās sociālo mediju lietotāji ar lielu sekotāju skaitu arī nacionālā mērogā. Piemēram, plašākas sabiedrības uzmanību uz plūdiem Baltinavā un visā Latgalē, pārpublicējot attēlus no notikumu vietām, vērsa tviterkonta @meteoziņas veidotājs Jānis Trallis (Trallis 2017) (profilam 2020. gada novembrī ir vairāk nekā



1. attēls. Vietējie ļaudis aplūko upes pārrauto ceļu lietavu radīto plūdu Baltinavā rezultātā. 2015. gada 25. augusts. *Ināras Ločmeles foto*

10 000 sekotāju sociālajā medijā “Twitter”). Meteorologs Toms Bricis, kuram raksta tapšanas laikā bija vairāk nekā 7000 sekotāju “Twitter”, ar ierakstu “Ceļš Kārsava–Rēzekne iegruvis. Viens no lielākajiem ūdenskritumiem šobrīd valstī” “Twitter” sakrāja 188 retvītus, kas nozīmē, ka šo ierakstu potenciāli redzēja vēl vismaz 188 tviterprofilu sekotāji (Bricis 2017). Popularitāti ieguva arī kāda Latgales pagasta jauna vīrieša (domājams – zemnieka) sociālajos medijos publicētais optimistiski ironiskais video ar peldi applūdušajā sējumu laukā. Video ir 509 tūkstoši skatījumu, ar to ir dalījušies 11 tūkstoši lietotāju, 4,5 tūkstoši ir reaģējuši ar kādām emocijikonām, video kopumā ir 488 komentāri, kas norāda uz plašu sasniegto auditoriju (Gobiņa 2017).

Visticamāk, tieši sociālajos medijos publicētie aculiecinieku iespaidi (foto, video) bija viens no iemesliem, kas pievērsa **mediju uzmanību** plūdiem Baltinavā un blakus pagastos. Laikraksti un interneta portāli sāka pārpublicēt aculiecinieku ievāktās foto un video liecības. Baltinavas iedzīvotāju fotouzņēmumi ar skatu uz sagrautajiem tiltiem nokļuva nacionālo ziņu mediju publikācijās (*Diena.lv* 2017). Bija arī mediji, kuru žurnālisti un fotogrāfi Baltinavā ieradās paši. Ziņu portāls “TvNet” 25. augustā to izveidoja mediju notikumu ar teksta un video fragmentu tiešraidi, to nosaucot “Simtgades plūdi” Latgalē” (TvNet 2017). Portāls “*skaties.lv*” situācijas raksturošanai nosaukumā bija izvēlējis vārdus “gadsimta plūdi Latgalē” (Āboliņš 2017). Lokālais notikums kļuva par ziņu jau nacionālā mērogā. To paspīlgtināja arī izraudzītais plūdu apzīmējums “gadsimta”, “simtgades”, kas norāda uz ko vienreizēju, ievērojamu, nebijušu. “Kārsavā plūdus gājuši bojā truši un vistas; Baltinavā govīs gandrīz aizpeldējušas uz Krieviju – uzmanību piesaistošu virsrakstu izvēlējis arī portāls “*jauns.lv*” (*Kasjauns.lv*, LETA 2017).

Kopumā komunikācijas secību un interpersonālās komunikācijas nozīmi labi uzsver un apkopo vietējie iedzīvotāji. “Par plūdiem Baltinavā [sākumā – K. L.] neviens laikraksts nerakstīja, to mēs paši redzējām. Pēc tam jau laikrakstā lasi vai televīzijā redzēji, “Panorāmā” vai



2. attēls. Publikācija portālā “ ” par plūdu nodarītajiem postījumiem. 2017. gada 25. augusts. Ekrānizgriezums

“Degpunktā” stāstīja, kas notiek Baltinavā. Uzzinājām mēs īstenībā cits caur citu (intervija Nr. 8),” intervijā norāda Baltinavas iedzīvotāja (30). Taču arī nacionālajiem medijiem informēšanā par plūdiem vietējie iedzīvotāji piešķir lielu lomu – intervijās vērojams uzskats: ja applūdušo lauku problēmu neparādītu ziņu raidījumos, tad zemnieki nesaņemtu kompensācijas. Baltinavas iedzīvotāji stāsta, ka paši organizēja mediju klātbūtni un zemkopības ministra vizīti, kas, iespējams, bija viens no iemesliem, kāpēc vēlāk plūdu skartajās teritorijās tika izsludināta ārkārtējā situācija, kas savukārt bija svarīgs priekšnoteikums, lai zemnieki varētu pretendēt uz kompensācijām un arī pašvaldības, piemēram, veikt iepirkumus pēc citiem nosacījumiem nekā ierastā kārtībā.

KOMUNIKĀCIJA KOPIENĀ

Atgriežoties pie interpersonālās komunikācijas, jāmin būtisks tās aspekts – vietējās kopienas palīdzība. Uz to norāda intervētā vietējās pašvaldības darbiniece, stāstot, ka krīzes situācijā visvairāk uzticētos LTV1, radio un arī savai pašvaldībai: “Tajā situācijā – plūdu



Aculiecinieks

28.08.2017 17:18

Applūdušais labības lauks un plūdu pārrautais ceļš Baltinavas novadā

3. attēls. Delfi TV "Aculiecinieka" videomateriāls "Applūdušais labības lauks un plūdu pārrautais ceļš Baltinavas novadā". 2017. gada 26. augusts. *Ekrānizgriezums*

laikā – bija momentā reakcija. Mums bija pat grupa izveidota, dežūrējām pie telefoniem visu laiku. Tikām visi sasaukti un sadalījām konkrētas stundas, kad jābūt pie telefona [...] Panikas nebija, cilvēki viens otram ļoti daudz palīdzēja. Jaunieši ļoti daudz palīdzēja vecākiem cilvēkiem – no pagribiem ūdeni sūknēja.” (intervija Nr. 7)

Iespējams, šeit ir vietā runāt arī par uzticēšanos cilvēkiem, kopienai un sociālo saišu nozīmību kopumā. “Eurostat” 2015. gadā apkopotais pētījums par Eiropas valstīm rāda, ka, atbildot uz jautājumu “Vai jūs teiktu, ka lielākajai daļai cilvēku var uzticēties?”, Latvijas rādītājs skalā no 0 līdz 10 bija 6,5, Lietuvai – 6,1, Igaunijai – 5,8. Tāds pats kā Igaunijai ir arī vidējais rādītājs Eiropas Savienībā (Ortiz-Ospina, Roser 2016). Tādējādi var teikt, ka Latvijas iedzīvotāji bija labticīgāk noskaņoti nekā vidēji Eiropas Savienībā.

NOSLĒGUMĀ

Lielie plūdi Baltinavā un citos Latgales novados 2017. gada augustā ir tikai viens salīdzinoši neliels krīzes piemērs. Tieši tāpēc tas ļauj skaidrāk saskatīt ar to saistītos komunikatīvos procesus un to attīstību dažu dienu laikā.

Sākotnēji primārie informācijas avoti ir tie, kuri ir tuvāk notikuma vietai. Vissvarīgākā ir aculiecinieku pieredze, kas tiek nodota starppersonu komunikācijā klātienē vai ar saziņas līdzekļu starpniecību. Sociālajos medijos publicētie foto un video “tiek pavairoti” un, iespējams, ir par pamatu tam, ka par lokālo krīzi interesi sāk izrādīt nacionālā mēroga radio, TV, dienas laikraksti un ziņu portāli. Vietējie Latgales laikraksti, kuri iznāk salīdzinoši reti, objektīvu iemeslu dēļ nevarēja būt operatīvākais informācijas līdzeklis, savukārt nacionālā mēroga medijiem šī situācija sāka interesēt tad, kad tai jau bija izveidojusies ziņas vērtība un tā bija “iesildīta” ar cilvēku sociālo mediju ierakstiem. Tādējādi mediji komunikācijas ķēdē iestājās vēlāk – vēstot par notikušo plašākai sabiedrības daļai (kuriem nav aculiecinieka pieredzes), tostarp teksta un video tiešraides veidā, lai radītu klātbūtnes efektu un akcentētu notikušā ziņas vērtību. Vietējiem iedzīvotājiem informācija nacionālā mēroga medijos kļuva sevišķi svarīga tad, kad lēmumi tika pieņemti ārpus vietējās kopienas – Rīgā, piemēram, par kompensācijām zemniekiem. Sākotnēji situācijas apjēgsmi, pieredzes apmaiņai (kā labāk atbrīvot pagrabu no ūdens) vai vienkārši ziņkārības apmierināšanai pietika ar paša novērojumu un interpersonālo komunikāciju. Taču brīdī, kad radās jautājums “kā dzīvot tālāk?”, un neskaidrības par to, vai tiks izsludināta ārkārtējā situācija, vai zemnieki saņems kompensācijas par applūdušajiem sējumiem, par galveno komunikācijas avotu kļuva nacionālā mēroga mediji – pārsvarā ziņu pārraides.

Lielajās pilsētās, iespējams, ātrāk tiktu pievērsta mediju uzmanība nekā novadā, kas atrodas 250 km attālumā no Rīgas. Taču Baltinavas novadā cilvēki vairāk vai mazāk viens otru pazīst, zina tālruņa numurus tiem, kuriem varētu būt līdzīgas problēmas (piemēram, applūdis pagrabs), un zina, pie kā vērsties pēc palīdzības. Visticamāk, kopienās, kurās nav tik ciešas sociālās saites, komunikācija notiktu atšķirīgi.

Lai gan lokālās plūdu krīzes apmēru nav iespējams un nevajag salīdzināt ar Covid-19 izraisīto globālo krīzi, tomēr abos gadījumos var saskatīt dažas paralēles. Viena no tām – kopienas nozīme. Gan mediķi publikācijās uzsver kopienu savstarpējās palīdzības nozīmi pandēmijas laikā (Lo *et al.* 2020), gan arī Latvijā 2020. gada pavasara ārkārtējās situācijas laikā sabiedriskā labuma organizācija “Biedrība “Paliec mājās”” un citi izpalīdzīgi cilvēki brīvprātīgi palīdzēja līdz namdurvīm sagādāt pārtikas produktus un citu ikdienai vajadzīgo tiem, kuri bija pieteikuši palīdzības nepieciešamību (Biedrība “Paliec mājās” 2020).

Savukārt nepieciešamība pēc aculiecinieku pieredzes vai pierādījumiem no paziņu loka vērojama arī tajos sociālo mediju komentāros, kuros Covid-19 eksistence tiek noliegta, jo cilvēks nepazīst nevienu inficēto personīgi. Liela nozīme ir arī interpersonālajai komunikācijai par to, kā Covid ietekmē dzīvi lokālajā kopienā – gan iedzīvotājiem savstarpēji skaidrojot jaunus ierobežojumus, gan vēloties uzzināt pēc iespējas detalizētāk par saslimšanas gadījumiem

savā vai blakus pagastos, tostarp, kuri ir inficētie un vai viņi ievēro pašizolāciju un neapmeklē sabiedriskas vietas. Lai arī šāda ziņkārība nesaskan ar datu aizsardzības labo praksi, vietējā kopienā interpersonālās komunikācijas rezultātā uzzinātā uzticamā vai reizēm – maldinošā – informācija rada lielāku drošības izjūtu un mazina neskaidrību par Covid-19 attīstību.

INTERVIJAS

Daļēji strukturētā intervija Nr. 1 ar Baltinavas novada iedzīvotāju (2019. gada 28.–30. augusts).
Daļēji strukturētā intervija Nr. 2 ar Baltinavas novada iedzīvotāju (2019. gada 28.–30. augusts).
Daļēji strukturētā intervija Nr. 3 ar Baltinavas novada iedzīvotāju (2019. gada 28.–30. augusts).
Daļēji strukturētā intervija Nr. 1 ar Baltinavas novada iedzīvotāju (2019. gada 28.–30. augusts).
Daļēji strukturētā intervija Nr. 4 ar Baltinavas novada iedzīvotāju (2019. gada 28.–30. augusts).
Daļēji strukturētā intervija Nr. 5 ar Baltinavas novada iedzīvotāju (2019. gada 28.–30. augusts).
Daļēji strukturētā intervija Nr. 6 ar Baltinavas novada iedzīvotāju (2019. gada 28.–30. augusts).
Daļēji strukturētā intervija Nr. 7 ar Baltinavas novada iedzīvotāju (2019. gada 28.–30. augusts).
Daļēji strukturētā intervija Nr. 8 ar Baltinavas novada iedzīvotāju (2019. gada 28.–30. augusts).

LITERATŪRA

Āboliņš, U. (2017). Gadsimta plūdi Latgalē! Slēgti 13 autoceļi, ūdenī peld lopu barība. *Skaties.lv*. 25. aug. Izgūts no: <https://skaties.lv/zinas/latvija/gadsimta-pludi-latgale-slegti-13-autoceli-udeni-peld-lop-bariba/>

Biedrība "Paliēc mājās". (2020). Pieejams <https://paliiec-majas.lv/>

Bricis, T. (2017). Ceļš Kārsava–Rēzekne iegrūvis.. *Twitter*. Izgūts no: https://twitter.com/boms_tricis/status/900742046205566976?s=20

Diena.lv. (2017). Latgalē slēgti trīspadsmit autoceļi. *Diena.lv*. 25. aug. Izgūts no: <https://www.diena.lv/raksts/latvija/zinas/latgale-slegti-trispadsmit-autoceli-14179086>

Gobiņa, A. (2017). Rains in Harvest Season, a Young Farmer in Latgale Takes a Swim in His Wheat Field (author: Lauris). *Facebook*. 25 Aug. Retrieved from: <https://www.facebook.com/agobina/videos/10212750777017113/?t=2>

Kasjauns.lv, LETA. (2017). Kārsavā plūdos gājuši bojā truši un vistas; Baltinavā govīs gandrīz aizpeldējušas uz Krieviju. *Jauns.lv*. 28. aug. Izgūts no: <https://jauns.lv/raksts/zinas/251971-karsava-pludos-gajusi-boja-trusi-un-vistas-baltinava-govis-gandriz-aizpeldejusas-uz-krieviju>

Lo, H. A., Huang, J. J., Chen, C. C., Tsai, D., Chou, F. H., Shieh, V. (2020). Community-Based Epidemic Prevention in Taiwan: Combating the Coronavirus Disease-2019 Crisis. *Disaster Medicine and Public Health Preparedness*, 14(3), e15–e16. DOI: 10.1017/dmp.2020.146

Ortiz-Ospina, E., Roser, M. (2016). Trust. *OurWorldInData.org*. Retrieved from: <https://ourworldindata.org/trust>

Trallis, J. (2017). Plūdi Baltinavas un Malnavas pusē. *Twitter*. 24. aug. Izgūts no: <https://twitter.com/meteozinas/status/900632555388641282?s=20>

TVNET. (2017). "Simtgades plūdi" Latgalē. *TVNet.lv*. 25. aug. Izgūts no: <https://www.tvnet.lv/4559647/simtgades-pludi-latgale>

6#

Rolanda Tjarves piemiņai

445 Rolands Tjarve (20.03.1966.–11.04.2020.).
“Žurnālistikā ir vajadzīgi brīvi domājoši cilvēki”

459 Publiskās sfēras teorētiskais koncepts: pamata izpratnes un to
izmantojums sabiedrisko mediju novērtējumā un analizē



“ŽURNĀLISTIKĀ IR VAJADZĪGI BRĪVI DOMĀJOŠI CILVĒKI”

Rolands Tjarve (20.03.1966.–11.04.2020.)

2020. gada 11. aprīļa rītā mūžībā devās Latvijas Universitātes (LU) Sociālo zinātņu fakultātes (SZF) mācībspēks un Multimediju studijas vadītājs Rolands Tjarve. Viņam neizdevās uzvarēt cīņā ar elpceļu infekciju Covid-19. Rolands bija kolēģis, draugs un/vai skolotājs itin visiem šīs grāmatas autoriem. Mums šīs slimības baisms saistās tieši ar Rolandu. Tas ir pat pašsaprotami, ka mūsu kopīgi veidotā monogrāfija par Latvijas mediju ekoloģiju pandēmijas radītās krīzes laikā ir veltījums viņa piemiņai, draudzības un cieņas apliecinājums.

Rolands Tjarve LU SZF Komunikācijas studiju nodaļas docētājiem pievienojās 2002. gadā, tomēr viņa dzīve ar LU bija saistīta jau daudz agrāk. 1984. gada rudenī Rolands uzsāka studijas toreizējās Pēteru Stučka vārdā nosauktās Latvijas Valsts universitātes Filoloģijas fakultātes Žurnālistikas nodaļā. Tās gan uzreiz pārtrauca obligātais dienests padomju armijā, kas bija tālaika Latvijas jauniešu dzīves neatņemama skarbā piespiedu realitāte. No dienesta bija iespējams izvairīties vien komunistiskās partijas un padomju valsts nomenklatūrai piederīgo bērniem vai cilvēkiem, kurus patiesi sliktā veselības stāvokļa vai mākslīgi radītu saslimšanu dēļ atzina par nepiemērotiem obligātajam militārajam dienestam padomju armijas rindās. LU Rolands atgriezās pēc diviem gadiem un turpināja žurnālistikas studijas. Viņš piederēja pie sava kursa līderiem. Par tādu viņu darīja prasme komunicēt, labvēlība pret līdzcilvēkiem, iejūtība, intelekts un labā humora izjūta. Tā ka arī uzdrīkstēšanās un brīvības alkas bija pamatā pret padomju augstskolas dzīveskārtību vērstajām studenta pretošanās izpausmēm. Par vienu no tām visiem studentiem obligātajā Padomju Savienības Komunistiskās partijas vēstures kursā Rolands stāstīja: “.. es nolasīju referātu par kādu partijas vēstures grāmatu, kuras

nemaz nebija. Gluži vienkārši runāju visādas lietas un beigās piebildu, ka otrais sējums ir vēl interesantāks. Pasniedzēja [...] teica: “Protams, protams.” Tas vien pierāda, cik daudz idiotisku grāmatu bija radīts šajā iekārtā, ka pat pasniedzēji un partijas biedri tajās neorientējās.”¹ Uzdriestēšanās bija arī darbošanās universitātes Teikas kopmītņu radiomezglā un populāras Rietumu un latviešu trimdas ansambļu mūzikas translēšana vietējā radiotīklā. Tā padomju periodā neskanēja ne radio, ne televīzijā, ne arī bija legāli nopērkama skaņu ierakstu veikalos, tālab šī mūzika bija tik iecienīta studentu auditorijā. Nedaudz vēlāk, kad Latvijā jau valdīja lielāka brīvības gaisotne, Teikas kopmītņu radiomezglis Rolanda un viņa domubiedru, kuri kopīgi pildīja tā dīdžeja lomu, vadībā bija kļuvis par “sabiedriskās, kultūras un intīmās dzīves centru”, kas spēlēja kopmītņu iemītnieku izvēlētas dziesmas, savukārt mūzikas pauzēs tika apspriesti Latvijas un pasaules politikas jaunumi, kā arī universitātes un studentu dzīves aktualitātes.² Ar laiku par leģendām ir kļuvis Rolanda kursa rudens toreizējā Stučkas rajona kolhoza “Komjaunietis” kartupeļu laukos un pūliņi atmodināt klusā Kurmenes ciema dzīvi, tāpat arī studentu pārgājieni, laivu braucieni un vasaras darbs studentu celtnieku vienībās.

Vienlaikus Rolands bija arī labs students. Viņa studiju laika darbi žurnālistikā ir saņēmuši atzinības³ un eksāmenu vērtējumi rezultējās augstās atzīmēs. Rolands darbojās arī žurnālistikas laukā, publicējās Cēsu rajona laikrakstā “Padomju Druva” (no 1990. gada – “Druva”) un jauniešiem adresētajā žurnālā “Liesma”, veidoja sižetus Latvijas Televīzijas raidījumiem “Apvārsnis” un “Mozaīka”. No 1989. gada līdz 1991. gadam viņš bija rūpnīcas VEF laikraksta “Vefietis” galvenais redaktors. Šim laikrakstam bija veltīts arī 1991. gadā aizstāvētais studiju noslēguma diplomdarbs “Laikraksts “Vefietis”: No darba kolektīva izdevuma līdz patstāvīgam uzņēmumam”. Tajā aplūkota laikraksta reforma, tam pārtopot no rūpnīcas VEF administrācijas rupora par neatkarīgu un demokrātisku izdevumu ar savā darbībā patstāvīgu redakciju. Diplomdarbā tiek piedāvāts jauns laikraksta “Vefietis” funkcionēšanas modelis. R. Tjarve par redakcijas veidošanu raksta: “[...] vēl nevaru izteikt noteiktus secinājumus, kuras īpašības “Vefieša” žurnālistiem būtu svarīgākas un kuras ne tik vajadzīgas. Vienu, protams, gan zinu – tās jāmēģina salīdzināt, lai, valdot veselīgai konkurencei, līdzstrādnieki apzinātos kopīgos mērķus, kuru dēļ jāvienojas. Redakcija nevar būt futbola laukums, kur sacenšas pretinieku komandas. Tāpēc svarīgi panākt, lai redakcijā būtu visai strikta pienākumu sadale, lai katram līdzstrādniekam pienākumi atbilstu viņa spējām un interesēm. Lai cilvēks būtu apmierināts ar savu darbu, lai viņam veiktos un viņš spētu priecāties arī par citu veiksmēm [...]”⁴ Vērtējot laikraksta redaktora darbību, diplomdarba autors atzīst, ka “redaktors nav ļeņineklis,

¹ Valtenberga, G. (1991). Rolands Tjarve. Saruna. *Latvijas Jaunatne*, Nr. 150, 18. okt. 3. lpp.

² Par Teikas kopmītņu dzīvi var lasīt Rolanda Tjarves rakstā žurnālā “Liesma”: Tjarve, R. (1990). KOJĀM 30: hei, rumpi, pumpi! *Liesma*, 3, 6–7.

³ Piemēram, sk.: Egle, I. (1987). Vēl neesot zirgā. Studentu konkurss “Visvaldis”. *Padomju Jaunatne*, 28. nov. 2. lpp.

⁴ Tjarve, R. (1991). *Laikraksts “Vefietis”: No darba kolektīva izdevuma līdz patstāvīgam uzņēmumam. Diplomdarbs*. Rīga: LU Filoloģijas fakultātes Žurnālistikas katedra, 51.–52. lpp.

kuram ir nepilns desmits pozu. Redaktoru, tāpat kā jebkuru citu, ietekmē apkārtējā vide. Tāpat manu lietišķo un droši vien arī rakstura īpašību attīstība būs atkarīga no redakcijas līdzstrādniekiem.”⁵

Rolandu kā studentu – personību – augstu vērtēja arī viņa universitātes laika skolotāji Inta Brikše, Ilze Šulmane un Ābrams Kleckins. 1990. gadā, vēstot par universitātes studentu dzīvi “Liesmā”, Rolands ironizēja: “Kas ir studentu zinātniskais darbs? Augstskolā tas izskatās kā priekšlasījums diviem klausītājiem, no kuriem viens guļ.”⁶ Viņš iestājās par studentu lietderīgu darbošanos gan augstskolā, gan ārpus tās, lai jauniešiem pašiem par to būtu gandarījums, gan sabiedrībai un Latvijai – labums. Jau studiju gados izveidojās Rolanda sadarbības pamats ar komunikācijas zinātnes veidotāju Latvijā, profesori Intu Brikši, kuru viņš uzskatīja par savas profesionālās dzīves mentori. Professore bija Rolanda diplomdarba, vēlāk arī maģistra darba un promocijas darba zinātniskā vadītāja.

Studiju laikā norisinājās arī lielle vēstures notikumi, kuru rezultāts bija Padomju Savienības sabrukums un Latvijas Republikas atjaunošana. Rolands darbojās Latvijas Tautas frontē, piedalījās lielajās tautas manifestācijās un 1991. gada janvāra barikāžu notikumos, kas bija izšķirīgi Latvijas ceļā uz neatkarību. 2001. gadā viņš saņēma 1991. gada barikāžu dalībnieka piemiņas zīmi – Latvijas valsts apbalvojumu, kurš godina Latvijas neatkarības aizstāvjus par 1991. gada janvārī un augustā apliecināto drošsirdību, pašaieliedziību un iniciatīvu. Tūlīt pēc universitātes absolvēšanas 1991. gada rudenī intervijā “Latvijas Jaunatnes” žurnālistei Ģitai Valtenbergai Rolands par studiju nozīmi stāstīja: “Mēs sākām mācīties tai skaistajā laikā, ko sauc par pārejas posmu. Nebūšu pirmais, kas teiks, ka žurnālistiku iemācīt nevar. Vai nu ir, vai nav. Ķeksīšu priekšmetu jau nekad nav trūcis. Toties ļoti labi iemācījāties, kā tas ir – solīt, neizdarīt, izklūt no pilnīgi bezcerīgas situācijas.”⁷

Lai gan Rolanda pasē kā dzimšanas vieta ir ierakstīta Bauska, viņš ir cēsinieks. Tur ir aizriņtējusi bērniība un skolas gadi. Viņš mācījās Cēsu 1. vidusskolas matemātikas novirziena klasē, tomēr ārpus skolas priekšroku devis lasīšanai. Rolands piederēja tai sava laika jauniešu paaudzei, kuri “rija” grāmatas, izlasīja “tukšu” savas pilsētas bibliotēku un draugu privātos grāmatu krājumus. Iecienītākās literatūras klāstā – fantastika, detektīvi, vēsture un ievērojamu cilvēku biogrāfijas. Vasaras tika pavadītas, strādājot Jāņa un Zigrīdas Apalu vadītājās arheoloģiskajās ekspedīcijās. Skolas gados izveidojās arī interese par žurnālistiku un medijiem. Rolands bija Cēsu 1. vidusskolas komandas kapteinis Latvijas Televīzijas skolēnu erudīcijas spēlē “Aicinām piedalīties!”. Skatītāju atmiņā viņš palicis kā Latvijas vidusskolēnu spīdekļis, kurš bez jebkādas piepūles spēj atbildēt uz āķīgajiem žūrijas jautājumiem. Par savu pirmo vizīti Latvijas Televīzijā, kas mājoja vēl Āgenskalna sešstāvu ēkā, 1982. gadā Rolands vēlāk stāstīja: “Visvairāk mani pārsteidza divas lietas – visuresošā cigarešu dūmu smarža, par spīti daudzajiem smēķēšanu liedzošajiem uzrakstiem, un lielās klavieres otrā stāva foajē, uz kurām

⁵ Tjarve, R. (1991). *Laikraksts “Vefetis”: No darba kolektīva izdevuma līdz patstāvīgam uzņēmumam*, 55. lpp.

⁶ Tjarve, R. (1990). *Domāsim līdzi! Liesma*, 6, 28. lpp.

⁷ Valtenberga, G. (1991). *Rolands Tjarve*. Saruna. 3. lpp.

sakrautās lietas tomēr neaizsedza mazu plāksnīti “uz klavierēm neko nelikt”. Iespējams, tas bija savdabīgs protests pret pastāvošo kārtību [...]”⁸ Darbošanās televīzijas raidījumos, sarunas ar raidījumu vadītājiem un žurnālistiem jaunieti rosināja savu nākotni saistīt ar medijiem un iestāties universitātes žurnālistos.

Rolands allaž jutās īpaši saistīts ar Cēsīm. Viņš kopā ar Selgu Laizāni, Juri Žagaru, Andreju Žagaru, Uģi Putniņu, Gintu Lazdiņu, Zani Siksnāni un citiem cēsiniekiem aktīvi iesaistījās 2002. gadā dibinātā Rīgas cēsinieku kluba darbībā, kādu laiku bija arī tā prezidents. Kluba biedru nolūks bija neļaut sev un citiem aizmirst dzimto pilsētu, turēties kopā un būt par pilsētas vēstnešiem gan Rīgā, gan pasaulē.⁹ 2010. gadā Rolands laikraksta “Druva” lasītāju aptaujā “Gada cilvēks 2010” ieguva šo godpilno titulu kategorijā “Par aicināšanu saglabāt atbildību par dzimto vietu”.¹⁰

1991. gadā Rolands Tjarve kļuva par Latvijas Radio programmu direktoru. Šajā amatā nācās savienot gan radošumu, gan organizatoriskās prasmes. 90. gadu sākums Latvijas mediju vidē bija īpaši spraigs un kreatīvs laiks, jo padomju tipa mediji pārveidojās par Rietumu tradīcijām atbilstošu radio, televīziju un presi. Rolands savu darba gaitu sākumā kādā intervijā preseī īpaši akcentēja: “Žurnālistikā ir vajadzīgi brīvi domājoši cilvēki.”¹¹ Latvijas Radio viņš veidoja nakts raidījumus, kuros mūzika savijās ar pārdomu cauraustām sarunām ar klausītāju, darbojās leģendārajā postmodernās ironijas žanra raidījumā “Zvaigznīšu brīdis”. Rolands vadīja starptautiskajām norisēm veltīto pārraidi “Latvija pasaulē” un izveidoja raidījumu “Diskusija radiostudijā”.

1994. gadā viņš pievērsās sabiedrisko attiecību jomai – strādāja par Latvijas Republikas Valsts reformas ministrijas preses sekretāru, pēc dažiem mēnešiem – jau par Ministru prezidenta Māra Gaiļa padomnieku un preses sekretāru. Gaiļa valdības laiks bija sarežģīts Latvijai, sociāli un ekonomiski smags. Maijā krahu pieredzēja “Banka Baltija”, Ministru prezidentam un viņa preses sekretāram bija jāpieliek nenogurstošas pūles, lai skaidrotu situāciju gan savas valsts iedzīvotājiem, gan ārvalstu partneriem. Rolands vēlāk, atceroties šo laiku, atminējās, ka viņam “Bankā Baltija” palika 1000 latu. M. Gaiļa un arī viņa attieksme bija tāda, ka viņiem, zinot bankas kritisko situāciju, vispirmām kārtām jācenšas glābt banku, nevis savu naudu. Personīgo noguldījumu neizņemšana šajā situācijā viņiem bija principa un valsts darbinieku

⁸ Tjarve, R. (2004). Latvijas Televīzija – no partijas rupora līdz sabiedrības balsij. No: Balode, M. (sast.). *Cilvēki TV viļņos '54- '04*. Rīga: Latvijas Televīzija. 92. lpp.

⁹ Feldmane, S. (2010). Lepns. Jo cēsinieks. *Druva*, Nr. 193, 15. dec. 4. lpp.

¹⁰ Grizāne, L. L. (2010). Apbalvoti “Gada cilvēks 2010” laureāti. *Druva*, Nr. 194, 17. dec. 1., 6. lpp. Raksta noslēgumā sacīts: “..uz jautājumu, kādas būs Cēsīs pēc piecdesmit gadiem, [Rolands Tjarve] atjokoja: “Kad biju mazs, man stāstīja, ja Rīgā ūdens līmenis paceltos līdz Pēterbaznīcas torņa galam, tad Cēsīs ūdens līmenis būtu vien līdz Jāņa baznīcas sliekšnim. Tā kā pasaulē ir globālā sasilšana, pēc 50 gadiem ledus būs izkusis, Rīga būs zem ūdens, bet Cēsīs būs vienīgā saliņa, kur patverties. Tad visi cēsinieki, kuri tagad dzīvo Rīgā, noteikti atgriezīsies dzimtajā pilsētā. Taču, ja nopietni, arī pats zinu, ka reiz pienāks mirklis, kad dzimtajā pilsētā atgriezīsos pats, nevis tikai aicināšu to darīt citiem.”

¹¹ Valtenberga, G. (1991). Rolands Tjarve. *Saruna*. 3. lpp.

gada lieta.¹² “Viņš bija lielisks gan profesionāli, gan kā cilvēks,” tā savu sadarbību ar bijušo darbinieku vēlāk raksturoja M. Gailis.¹³

1995. gadā Rolands kļuva par jaunizveidotās Nacionālās radio un televīzijas padomes (NRTP) locekli, kopš 1996. gada – par tās priekšsēdētāja vietnieku. Padome savas darbības pirmajos gados veica nozīmīgu elektronisko mediju nozares sakārtošanas darbu, uzraudzīja, lai raidorganizācijas savā darbībā ievērotu Satversmi, Radio un televīzijas likumu un citus likumus. Tās uzdevums bija nodrošināt vārda un informācijas brīvību, televīzijas un radio pārtapšanu par patiesu sabiedrisko mediju. 1998. gadā Latvijas Universitātē Rolands ieguva sociālo zinātņu maģistra grādu, absolvējot komunikācijas zinātnes maģistra studiju programmu un aizstāvojot elektronisko mediju transformācijas procesiem 20. gadsimta 90. gadu pirmajā pusē veltītu pētījumu.¹⁴

1998. gada 4. septembrī NRTP iecēla Rolandu Tjarvi par Latvijas Televīzijas (LTV) ģenerāldirektoru. Startējot uz šo amatu, viņš savā ģenerāldirektora darbības programmā uzsvēra, ka viņa prioritāte ir “televīzijas darbinieku profesionāļu labklājība, kas ir galvenais priekšnoteikums kvalitatīvam un radošam televīzijas darbam”.¹⁵ Rolands uzskatīja, ka sabiedriskajam medijam LTV ir jābūt neatkarīgai no politikas un biznesa interesēm. Kādā intervijā viņš skaidroja: “Es uzskatu, ka Latvijas Televīzijā nav un nevar būt nekāda partiju ietekme, jo tur strādā pārāk daudz cilvēku un katram cilvēkam ir savi uzskati. Vienu raidījumu nevar uztaisīt viens cilvēks. Katru raidījumu veido cilvēku grupa, un katram no viņiem ir savi uzskati, tāpēc retu reizi visai filmēšanas grupai ir viens uzskats. Bet, kas attiecas uz vadības ietekmi, uzskatu, ka vadība nevar un nemaz nedrīkst ietekmēt šos procesus. [...] Domāju, ka televīzija būs pilnībā atkarīga no tā, kāda būs mūsu sabiedrība. Nevis politika un bizness, bet sabiedrība kopumā. Jo tā ir sabiedriskā televīzija. Ja sabiedrība būs neatkarīga, arī televīzija būs neatkarīga.”¹⁶ Par savu pienākumu ģenerāldirektors uzskatīja žurnālistu darbības neatkarības nodrošināšanu, viņu sargāšanu no politiķu spiediena un savtīgām manipulācijām. Rolands par savu darba ikdienu vēlāk stāstīja: “Man kā Latvijas Televīzijas ģenerāldirektoram ne reizi vien bija konflikti ar dažādu partiju augsta ranga darboņiem, kuri vēlējās ne vien diktēt televīzijas dienaskārtību, bet arī pieprasīja atbildīgos amatos iecelt konkrētus viņu partiju pārstāvjus. Kad atteicos darīt un paskaidroju, ka Latvijas Televīzija ir nevis valsts, bet sabiedrības intereses pārstāvošs medijs, parastā reakcija bija draudi samazināt finansējumu un atcelt no amata.

¹² Ērglis, A., Lapsa, L., Limbergs, K. (2002). Sliktais Tjarve. *Klubs*, janv., 2.–4. lpp.

¹³ Orlovs, E., Mizovska, I., Vīksne, G. (2020). Labs draugs, čoms, uzticams kolēģis. *Privātā Dzīve*, Nr. 15, 14.–20. apr., 7. lpp.

¹⁴ Maģistra darbs saīsinātā versijā lasāms: Tjarve, R. (2005). Elektronisko mediju sistēmas izveidošanās Latvijā (1991–1995). No: Brikše, I. (red.). *Latvijas Universitātes raksti*. 683. sēj.: *Komunikācija. Kultūras un vēstures diskurss*. Rīga: LU Akadēmiskais apgāds, 329.–346. lpp.

¹⁵ [B. a.]. (1998). Kandidāti izklāsta koncepcijas. *Sports*, Nr. 201, 2. sept., 12. lpp.

¹⁶ Pudāns, A. (1998). Rolands Tjarve: “Pilnīgi neatkarīgi ir tikai miroņi”. *Vakara Ziņas*, 5. sept., 13. lpp.

Dažreiz pat tiku apvainots pretvalstiskā darbībā.¹⁷ R. Tjarves darba gados tika nostiprināts LTV Ziņu dienests, plašu auditoriju ieguva žurnālistes Baibas Strautmanes raidījums “Mūsu cilvēks”, kā arī 2000. gadā uzsāktās Ginta Grūbes “Vakara intervijas”, 2001. gadā izveidotais Jāņa Dombura vadītais diskusiju raidījums “Kas notiek Latvijā?” un Baibas Šmites portretairaidījums “Personas kods”. Ivetas Lepeško vadībā sekmīgi tika īstenota programma “Rīgai 800”, sākās arī vērienīgā televīzijas seriāla “Likteņa līdumnieki” tapšana. Lielu darbu prasīja televīzijas finanšu problēmu risināšana, tiekšanās pēc neatkarības raisīja tālaika politiskās varas elites pretreakciju un nelabvēlību finansējuma piešķirumā no valsts budžeta.

Domstarpību samilzums ar pie varas esošajām politiskajām aprindām bija cēlonis R. Tjarves atbrīvošanai no LTV ģenerāldirektora amata 2002. gada 14. februārī. Nacionālā radio un televīzijas padome šo lēmumu skaidroja ar ģenerāldirektora noslēgtajiem reklāmas līgumiem, kuri it kā neatbilst LTV interesēm.¹⁸ Latvijas Republikas augstākās amatpersonas – Valsts prezidente Vaira Vīķe-Freiberga un Ministru prezidents Andris Bērziņš – atbildēs uz žurnālistu jautājumiem par R. Tjarves atbrīvošanu no amata bija izteikti izvairīgi un faktiski atbildi nesniedza, vien aprobežojas ar vispārīgiem pārspridumiem par mediju brīvības nozīmi un savu nepietiekamo informētību.¹⁹

Konkurences padome, kas LTV Valdes noslēgto reklāmu līgumu jautājumu izskatīja pēc a/s “Radio SWH” pieprasījuma, 2002. gada 2. maijā sniedza atzinumu, kas ļauj secināt, ka līgumi, kuru dēļ R. Tjarve tika atbrīvots no LTV ģenerāldirektora amata, ir slēgti Latvijas Televīzijas interesēs un nekropļo tirgu. Šajā Konkurences padomes lēmumā Nr. 21 teikts: “Konkurences padomes rīcībā esošie pierādījumi neliecina, ka LTV mērķis, noslēdzot reklāmu pārraidīšanas līgumus par pazeminātām cenām, bija konkurences kavēšana, ierobežošana vai deformēšana un ka LTV darbības, pārdodot reklāmu raidlaikus par pazeminātām cenām, ir radījušas negatīvas sekas konkurencei konkrētajā tirgū. Konkurences padome uzskata, ka LTV, ņemot vērā tās nelielo tirgus daļu, noslēdzot iepriekš minētos reklāmu pārraidīšanas līgumus, nebija iespējas ievērojami kavēt, ierobežot vai deformēt konkurenci konkrētajā tirgū. Reklāmu pārraidīšanas līgumu mērķis nebija izspiest citus tirgus dalībnieku no tirgus. Tādējādi LTV darbības, noslēdzot reklāmu pārraidīšanas līgumus, nesatur 13. panta pārkāpuma tiesiskā sastāva pazīmes.” LTV pati savā turpmākajā darbībā no šo reklāmas līgumu īstenošanas neatteicās, jo tālaika situācijā tie bija izdevīgi un papildināja šī medija budžetu. Izskatot R. Tjarves prasību, Rīgas pilsētas Vidzemes priekšpilsētas tiesa atstāja spēkā Konkurences padomes lēmumu, kas apliecināja, ka LTV valdes slēgtie līgumi, par kuriem LTV ģenerāldirektors R. Tjarve tika atbrīvots no ieņemamā amata, ir slēgti LTV interesēs. Turpmākā tiesāšanās nonāca strupceļā.

¹⁷ Tjarve, R. (2004). Latvijas Televīzija – no partijas rupora līdz sabiedrības balsij. No: Balode, M. (sast.). *Cilvēki TV vīļņos '54–'04*, 93. lpp.

¹⁸ [B. a.]. (2002). LTV atbrīvo Latvijas Televīzijas ģenerāldirektoru. *Latvija Amerikā*, Nr. 9, 2. marts. 11. lpp.

¹⁹ [B. a.]. (2002). Amatpersonas skatījumā: “Neviens amats nav dots kā indulģence.” Ministru prezidents Andris Bērziņš intervijā Latvijas Radio vakar, 14. februārī. *Latvijas Vēstnesis*, Nr. 26, 15. febr. 1., 15. lpp.; [B. a.] (2002). “Ne jau mana vēlme ir mainīt vēlēšanu likumu.” Valsts prezidente Vaira Vīķe-Freiberga intervijā Latvijas Radio vakar, 19. februārī. *Latvijas Vēstnesis*, Nr. 28, 20. febr. 1., 17. lpp.

Augstākās tiesas Senāts noraidīja R. Tjarves kasācijas sūdzību, lūdzot lietu nodot atkārtotai izskatīšanai Rīgas apgabaltiesā. Neraugoties uz viņa iesniegumu, Senāts izskatīja lietu bez R. Tjarves klātbūtnes. Jāpiezīmē, ka NRTP tiesā pārstāvēja politiski ietekmīgais advokāta Andra Grūtupa birojs un tā advokāts Erlens Kalniņš.²⁰

Atskatoties uz notikušo, Rolands laikraksta “Druva” žurnālistam Andrim Vanadziņam par pieredzēto vaļsirdīgi stāstīja: “Uzskatu, ka tiku atlaists nepamatoti. Nevis tāpēc, ka būtu noslēdzis televīzijai neizdevīgus līgumus, bet tāpēc, ka biju kļūvis netikams politiķiem. Skaidrs, ka mani atbrīvoja politisku, nevis saimniecisku motīvu dēļ. [...] Es nevaru viens cīnīties pret sistēmu, kurā apgrozās milzīgs daudzums naudas. [...] Tajā amatā neizbēgami iznāk uzkāpt uz varžacīm gan politiķiem, gan komerctelevisiju vadītājiem. Mana noņemšana, protams, bija saistīta ar Tautas partiju [...] Zini, lai mani neiesūdzētu tiesā, raksti tā – man ir viedoklis, ka tas bija saistīts ar Tautas partiju, ha-ha. Man bija konflikts ar Andri Šķēli, kurš, būdams premjers, nepamatoti kritizēja televīziju, un es viņam iebildu. Arī manas bijušās partijas – “Latvijas Ceļa” cilvēki man publiski pārmeta, ka televīzija slikti atspoguļo L[atvijas] C[eļu].²¹ Politiķi pie mums ir pieraduši, ka visu var ietekmēt. Gan sabiedrisko domu ar dažādām kampaņām, gan lielu objektu celtniecību, gan nozīmīgu uzņēmumu privatizāciju. Tāpēc vadītājs, kuru nevar ietekmēt, ir jāatlaiz.”²²

2002. gada rudenī Rolands Tjarve pievienojās LU Sociālo zinātņu fakultātes Komunikācijas studiju nodaļas docētājiem. Kādu laiku darbojies arī vairākās uzņēmumu padomēs vai valdēs, piemēram, Latvijas Investīciju un attīstības aģentūras valdē (2003–2004), VAS “Elektronisko sakaru direkcija” padomē (2004–2006), AS “AirBaltic” padomē (2004–2007), bijis arī Valsts kontrolieres Ingunas Sudrabas padomnieks (2007–2011). Paralēli universitātes pasniedzēja darbam allaž ir strādājis arī citviet, jo mācībspēku darba faktiskais atalgojums – visai pieticīgs. Tālab Rolanda darbavietas bija arī LU Inovāciju un komunikācijas departaments (2016–2020), kurā nācās pabūt gan mediju direktora, gan nodaļas vadītāja amatā.

Rolands Tjarve LU komunikācijas zinātnes bakalaura studiju programmā docēja vairākus studiju kursus: “Multimediju producēšana”, “Latvijas mediju vide”, “Mediju praktikums”, “Elektroniskie mediji”, “Reportiera darbība”. Īpaši nozīmīgs bija pirmkursniekiem adresētais “Ievads komunikācijas studijās”, kura uzdevums bija viņus iepazīstināt ar izvēlēto studiju lauku un motivēt turpmākajam darbam. LU citās sociālo zinātņu bakalaura studiju programmās docēts kurss “Ievads komunikācijas zinātnē”, kurā viņš dzīvi un ieinteresēti iepazīstināja auditoriju ar komunikācijas un mediju pētniecības pamatiem. Rolands bija savējais studentu vidū. Viņš necēla augstu pārākuma sienu starp sevi un klausītājiem. Pasniedzēja darbs ietvēra arī

²⁰ Notikumu hroniku sk.: Beitika, I. (2015). *Sabiedriskais medijs un sabiedriskais labums: Latvijas pieredzes analīze. Promocijas darbs*. Rīga: LU Sociālo zinātņu fakultātes Komunikācijas studiju nodaļa, 467.–471. lpp.

²¹ Rolands Tjarve no partijas “Latvijas Ceļš” izstājās 1998. gadā, sākot darbu LTV ģenerāldirektora amatā.

²² Vanadziņš, A. (2002). Politiķu varžacis, nenopietns kečups un izglītots egoisms. *Druva*, Nr. 200, 21. dec. 4. lpp.

studentu konsultācijas, kursa un bakalaura darbu vadīšanu, kurus skaits mērāms daudzos desmitos.

2010. gada 2. novembrī LU SZF Rolanda Tjarves vadībā dzima pirmais studentu veidotais interneta televīzijas raidījums “Kivi”.²³ Toreiz tas bija pilnīgi jauns, vēl nebijis projekts, kas arī saņēma LU Studentu padomes balvu “Gada inovācija”. Projekta mērķis bija un ir sniegt iespēju studentiem izmēģināt spēkus televīzijas raidījuma veidošanā. “Kivi” darba process un organizācija ir līdzīga reālajam darbam televīzijā. Tādējādi studentiem iespējams iepazīties ar televīzijas raidījumu veidošanu, gan ar darba radošo un paveiktā gandarījuma pusi, gan arī vienlaikus – ar tā rutīnu, daudzām risināmām problēmām un grūtumu. Raidījuma “Kivi” veidotāji sevi dēvē par “ģimeni”, par “savējiem”, savu darbošanos studentu televīzijā – par “dzīvesveidu”. Tajā prasmes guvuši vairāk nekā 150 studentu, viņu vidū arī Nika Aleksejeva, Baiba Runce, Roberts Vīksne, Artūrs Špaks, Lelde Ceriņa, Baiba Kļava, Betija Turlaja un daudzi citi. “Kivi TV” koncepts sakņojas tā sauklī: “Raidījums jauniem cilvēkiem”. Šajā guļtnē tad tas arī turpina savu gaitu fakultātē Roberta Vīksnes vadībā.

Darbs LU nozīmēja arī iesaisti daudzās akadēmiskās norisēs, vispirmām kārtām jau zinātnisku publikāciju veidošanu un daļību konferencēs. Rolanda zinātniskie raksti ir publicēti SZF Komunikācijas studiju nodaļas krājumā “Agora”, LU Rakstu sērijā “Komunikācija”. Viņš ir arī nodaļu/rakstu autors kolektīvajās monogrāfijās/rakstu krājumos “*Baltic Media in Transition*” (2002), “Informācijas vide Latvijā: 21. gadsimta sākums” (2006), “Latvijas Republikas 9. Saeimas vēlēšanu kampaņa: priekšvēlēšanu publiskā telpa” (2007), “*Founding Elections in Latvia, 1993–1995: Analyses, Documents and Data*” (2011), “Nacionālā identitāte un komunikācija” (2011), “Latvijas mediju vides daudzveidība” (2018). Daļa publikāciju tapušas kopā ar profesori Intu Brikši, līdzautoru vidū ir arī Ieva Beitika (Aurēlija Ieva Druviete), Viktors Freibergs un Ojārs Skudra. Rolanda Tjarves ziņojumi izskanējuši ne vien gadskārtējās LU konferencēs, bet arī Liepājā, Daugavpilī, Prāgā, Stambulā, Kauņā, Durbanā, Maskavā, Minskā un citviet. Publikācijās un referātos galvenokārt analizēta Latvijas sabiedrisko mediju darbība. Projekta “*Living Together with Difficult Memories and Diverse Identities*” ietvaros notikušā brauciena uz Permu iespaidi atveidoti Rolanda veidotajā dokumentālajā filmā “Perma-36” (2017). Tā stāsta par Permas apkaimē esošā politisko represiju vēstures memoriālā muzeja ekspozīciju un tās Kremļa ideoloģiskā spiediena rezultātā veiktajām transformācijām pēdējā gadu desmitā. Šī ekspozīcija izveidota bijušā GULAGA soda nometnes “Perma-36”, vēlākās stingra režīma kolonijas ēku kompleksā, kur nonāca politiskie ieslodzītie, tostarp arī Latvijas pretošanās kustības dalībnieki.

Rolanda Tjarves promocijas darbs komunikācijas zinātnē bija veltīts Latvijas Televīzijas pārbūvei par sabiedrisko televīziju 20. gadsimta 90. gados un 21. gadsimta sākumā. Šis darbs palika neaizstāvēts. Latvijas sabiedriskie mediji allaž bija Rolanda intereses un līdzdalības centrā. Viņš kā eksperts daudzkārt par šo tēmu uzstājās Latvijas un ārvalstu publiskajā

²³ Par raidījuma tapšanu sk.: Kivi (2016). *Tas ir Kivi*. Rīga: LU SZF Multimediju studija. Izgūts no: <https://www.youtube.com/user/KIVITVLv/featured>

telpā – piedalījās mediju, valstisko un nevalstisko organizāciju diskusijās, sniedza intervijas un lasīja lekcijas. 2013. gadā Rolands Tjarve bija gatavs vēlreiz uzņemties LTV valdes vadību. Pieteikumā uz LTV valdes priekšsēdētāja amatu viņš uzsvēra: “Profesionāla un spējīga sabiedrisko mediju pārvaldība ir viens no faktoriem, kas pēdējo desmit gadu laikā ir būtiski kavējis sabiedrisko mediju attīstību sabiedriskajam labumam. Latvijas sabiedriskās televīzijas neatkarība, kvalitāte un profesionalitāte ir vērtējama kā novājināta. Lai Latvijas Televīzija kalpotu Latvijas sabiedrībai kā patiens sabiedriskais medijs, tā ir jāveido kā organizācija, kas tiek pārvaldīta stratēģiski.”²⁴ Rolands Tjarve kā valdes priekšsēdētāja amata kandidāts iestājās arī par LTV aiziešanu no reklāmas tirgus.²⁵ 2013. gadā Nacionālā elektronisko plašsaziņas līdzekļu padome (NEPLP) priekšroku deva citam televīzijas vadītāja kandidātam.²⁶ 2019. gada 6. novembrī, sveicot LTV jubilejā, savā “Twitter” kontā Rolands vēlēja: “Daudz laimes @LatvijasTV! Radošu, priecīgu un novērtētu darbinieku pilnu salu arī nākamajos gados! #LTV65.”

Rolands aktīvi darbojās Latvijas Žurnālistu asociācijas darbā, bijis arī tās valdes loceklis, kādu laiku arī priekšsēdētāja vietnieks. 2020. gadā šī organizācija viņam pēc nāves piešķīra Intas Brikšes piemiņas balvu par izcilu ieguldījumu žurnālistikā.

Komunikācija ar cilvēkiem, viņu pozitīvās motivācijas veidošana, dāsnums, sirsnība un pleca sajūtas radīšana bija Rolanda dzīves stila pamatiezīmes. Viņš bija liela autoritāte studentu, kolēģu un mediju darbinieku vidū. Rolanda diena allaž bija ļoti piesātināta un darbīga, tā bija tikšanos, sarunu, dažnedažādu notikumu pildīta. Tuvāko draugu un kolēģu vidū augstu vērtēta bija Rolanda izcilā humora izjūta. Tās paliekošs nospiedums ir arī žurnāla “Ir” anekdošu lappuse, ko viņš veidoja desmit gadu ilgumā.

Rolanda dzīvē galvenie cilvēki bija dzīvesbiedre Nellija Ločmele, māte Astrīda Smutova un brālis Gvido Smutovs. Svarīga bija lauku māja Vecpiebalgā un vasaras Jūrmalā. Viņam piederēja arī visa zemeslode, daudzie ceļojumi Rolandu bija aizveduši gandrīz uz visiem kontinentiem. Viņš vērīgi sekoja arī Latvijas kultūras norisēm, it īpaši teātra iestudējumiem, filmām, televīzijas seriāliem un literatūrai. Rolands lieliski pārzināja Latvijas un pasaules politikas samezģojumus, plašo mūzikas lauku, bija fantastikas un detektīvliteratūras cienītājs. Kādā “Twitter” ierakstā Rolands salīdzināja cilvēka dzīvi ar sērķociņu... To nevar sacīt par viņa paša piecdesmit četrus gadus ilgo dzīvi. Tās liesmojums ir paliekošs universitātē un daudzo jauniešu prātos un sirdīs.

Vita Zelče, Skaidrīte Lasmane

²⁴ LSM.lv Ziņu redakcija (2013). LTV valdes priekšsēdētāja amata kandidāts – Rolands Tjarve. LSM.lv. 25. febr. Izgūts no: <https://www.lsm.lv/raksts/zinas/latvija/ltv-valdes-priekssedetaja-amata-kandidats-rolands-tjarve.a52181/>

²⁵ LSM.lv Ziņu redakcija (2013). LTV valdes kandidāti: līdzmaksājumu var ieviest tikai pēc kvalitātes uzlabošanas. LSM.lv. 25. febr. Izgūts no: <https://www.lsm.lv/raksts/zinas/latvija/ltv-valdes-kandidati-lidzmaksajumu-var-ievies-tikai-pec-kvalitates-uzlabosanas.a52210/>

²⁶ Karlsons, L., Kolodzieja, K. (2013). LTV jaunā valde: Belte, Nesterovs un Skujiņš. LSM.lv. 7. marts. Izgūts no: <https://www.lsm.lv/raksts/zinas/latvija/ltv-jauna-valde-belte-nesterovs-un-skujins.a52711/>



1. attēls. LU Sociālo zinātņu fakultātes dekāne Inta Brikše un Latvijas Televīzijas ģenerāldirektors Rolands Tjarve LU Sociālo zinātņu fakultātes atklāšanas svētkos. 2000. gada 1. novembris.
Toma Grīnberga foto



2. attēls. LU Sociālo zinātņu fakultātes Komunikācijas studiju nodaļas lektors Rolands Tjarve kopā ar lektori Ilzi Šulmani, studiju metodiķi Ievu Griķi un asociēto profesori Maritu Zitmani Komunikācijas studiju nodaļas izbaukuma sēdē profesores Intas Brikšes lauku mājā Zaubes pagasta Annās. 2008. gada 26. augusts. *Vitas Zelčes foto*



3. attēls. Nacionālās elektronisko plašsaziņas līdzekļu padomes locekļu kandidātu publiskās debates LU Sociālo zinātņu fakultātē. No kreisās – režisors Ivars Zviedris un LU Sociālo zinātņu fakultātes Komunikācijas studiju nodaļas lektors Rolands Tjarve. 2011. gada 20. decembris. *Toma Grīnberga foto*



4. attēls. LU Sociālo zinātņu fakultātes Komunikācijas studiju nodaļas lektors Rolands Tjarve un emeritētā profesore Skaidrīte Lasmane Biržos, Lietuvā. 2016. gada 21. jūlijs. *Vitas Zelčes foto*



5. attēls. LU Sociālo zinātņu fakultātes Komunikācijas studiju nodaļas lektors Rolands Tjarve kopā ar pētnieciskās programmas ERA.NET RUS+ projekta "LIVINGMEMORIES" pētnieku grupu Permā. 2016. gada oktobrī



6. attēls. LU Sociālo zinātņu fakultātes Komunikācijas studiju nodaļas lektors Rolands Tjarve LU Zinātņu mājas pamatakmens svinīgās ielikšanas ceremonijā. 2017. gada 27. septembris. Toma Grīnberga foto



7. attēls. LU Sociālo zinātņu fakultātes Komunikācijas studiju nodaļas lektors Rolands Tjarve Latvijas Universitātes 100. gadadienai veltītu pastmarku un aploksnis prezentācijas pasākumā. 2019. gada 27. septembris. *Toma Grīnberga foto*



8. attēls. LU Sociālo zinātņu fakultātes Komunikācijas studiju nodaļas lektors Rolands Tjarve kopā ar Latvijas Zinātnes padomes fundamentālo un lietišķo pētījumu programmas projekta "Latvijas mediju ekoloģija: Ceturtās industriālās revolūcijas izraisīto pārmaiņu analīze" pētniekiem pēc sekmīgas pētījumu rezultātu prezentācijas Liepājas Universitātes rīkotajā konferencē "Aktuālas problēmas literatūras un kultūras pētniecībā". No kreisās: LU Sociālo zinātņu fakultātes docents Renārs Felcis, asociētā profesore Marita Zitmane, profesore Vita Zelče un emeritētā profesore Skaidrīte Lasmane. 2019. gada 14. marts



LU Sociālo zinātņu fakultātes Komunikācijas studiju nodaļas
lektors Rolands Tjarve vada lekciju bakalaura studiju programmas
"Komunikācijas zinātne" studentiem, 2019. gada 12. decembris.
Toma Grīnberga foto

gudrajam, ga
nezināmajā.
mi, ko nezina
ka visu jau zi
i mūķim.

Inta Brikše

PUBLISKĀS SFĒRAS TEORĒTISKAIS KONCEPTS:

PAMATA IZPRATNES UN TO IZMANTOJUMS SABIEDRISKO MEDIJU NOVĒRTĒJUMĀ UN ANALĪZĒ

Rolands Tjarve

Izpratne par publisko sfēru mūsdienu sabiedrībā ir cieši saistīta ar medijiem, kas nodrošina tās pastāvēšanu. Mediji, sniedzot plašas un daudzveidīgas informācijas klāstu, darbojas kā publikas apgaismotāji. Tie darbojas kā publiskā diskusiju telpa, tie piešķir publiskajām diskusijām rāmējumus, un tādā veidā mediji realizē informācijas pārvaldības procesus (tās vākšana, atlase, sakārtošana, pārraidīšana vai pieejamības nodrošināšana atbilstoši potenciālo lietotāju vajadzībām un interesēm, pašas lietošanas veicināšana u. c.) (Brikše 2006, 24–25). Mediji ir svarīgākais informācijas avots, kas cilvēkiem sniedz izpratni par apkārtējo pasauli, tās sociālo vidi un par tiem, kas tajā dzīvo (Williams 2003, 43). Līdz ar to mediji ir arī racionālais informācijas un zināšanu pamats, kas dod iespēju indivīdiem “sanākt kopā, lai veidotu publiku” (Habermas 1995, 56).

Publiskās sfēras teorētiskās izpratnes ir visai plašas. Tās, vērtējot attiecībā pret Jirgena Hābermāsa (*Jürgen Habermas*) nostādnēm, var iedalīt trīs grupās:

a) tās, kas turpina un atbalsta Hābermāsa pieeju (Dahlgren 1995; Crossley, Roberts 2004);

b) tās, kas kritizē Hābermāsa pieeju, raksturojot to kā derīgu tikai noteiktā vēsturiskā kontekstā vai arī kā pārāk ideālistisku un tāpēc praksē neizmantojamu (Hujanen 1996; Trenz 2005);

c) tās, kas publisko sfēru aplūko tikai kā metaforu, kas var tikt izmantota, lai skaidrotu informācijas un ideju plūsmas lielā sabiedrībā (McKeen 2005, VII).

Šīs izpratnes savā starpā nav krasi norobežojamas, jo publiskās sfēras kritikas vai metaforas pieeja parasti parādās situācijās, kad koncepts iegūst jaunus lietojuma aspektus, piemēram, piemērojot publiskās sfēras pieeju globālo procesu analīzei, cenšoties skaidrot mediju un auditoriju fragmentācijas problēmas, pievēršoties mediju komercializācijas parādībām.

Jomas, kur publiskās sfēras koncepts pēdējos gados ticis aktīvi izmantots, ir Eiropas publiskās sfēras rašanās un attīstība (Gripsrud 2007, 484; Baisnee 2007, 496) un demokratizācijas procesu analīze (McKeen 2005). Turklāt pat Hābermāss publiskās sfēras konceptu visvairāk lietojis, analizējot konstitucionālās valsts un vēsturiskās mācīšanās procesu (*historical social learning process*) (Habermas 2006). Hābermāss publisko sfēru skaidro kā sabiedriskās dzīves sfēru (domēnu), kur veidojas publiskais viedoklis, kur pilsoņi brīvi apspriež jautājumus, kas skar vispārējās intereses un kur izteikt un publiskot viedokļus (Habermas 1995, 59).

Akadēmiskajos tekstos izplatītākās publiskās sfēras izpratnes pamatā tiek saistītas ar:

1. priekšstatiem par to, kā izprast modernās liberālās demokrātijas sabiedrības funkcionēšanu;
2. ar priekšstatiem par konsensusa meklējumiem un
3. ar priekšstatiem par universālu jēdzienu (Habermas 1981, 1995, 2006).

Publiskās sfēras koncepts mūsdienās bieži tiek aprakstīts kā drūms un novecojis, un mediju praktiķu attieksme pret to ir ironiska (Lauristin 2007, 399). Skeptiska attieksme ir arī akadēmiskajās aprindās, norādot, ka tajā trūkst kopīgu identitāšu, kopīgu interešu, publisku debašu, bet vājie parlamenti un politiskās partijas noved pie demokrātijas deficīta (Eriksen 2005). Šo pesimistisko redzējumu būtiski ietekmē arī situācija, ka nereti publiskās sfēras raksturojumi saistās ar ideālu konstrukciju, tas ir, – tajā netiek apspriesti privāti jautājumi, cilvēki veido brīvus un neatkarīgus, citu neietekmētus viedokļus, cilvēki publiskajā sfērā satiekas, lai veidotu kopīgus viedokļus no privātā izolācijā radītiem uzskatiem, publiskā sfērā neiejaucas valsts (tāpat attiecībā pret valsti tā būtībā ir privāta telpa un indivīdi darbojas kā privātas personas, kas pauž savas oriģinālās un autentiskās idejas neatkarīgi no citu attieksmēm).

Pats Hābermāss publiskās sfēras izpratni mūsdienās saista ar konceptuālu triādi “publiskā telpa”, “diskurss” un “spriedums” (*reason*), turklāt publiskajā sfērā publika nav saprotama tikai kā skatītāji un klausītāji, bet gan kā runātāji un adresāti, kas salīdzina un nostata cits citam pretī jautājumus un atbildes. Un tādējādi svarīgāk par personu aplūkošanu ir apmainīties ar spriedumiem un viedokļiem (Habermas 2004). Šis Hābermāsa idejiskais ietvars ir pretējs situācijai, ko vērojam šodienas komunikācijas vidē, kur medijos atainotie komunikācijas aktori reizē arī kļūst par galveno diskusiju tematu virzītājiem, jo viņu ar mediju starpniecību sniegtā informācija tiek apspriesta publiskajās diskusijās (neatkarīgi no tā, vai viņi sniedz apspriešanas vērtas idejas vai nē), tādējādi veidojas vēl viens būtisks publiskās sfēras risks – tajā

uz nozīmi pretendē jautājumi, kam nav pamata argumentētām, saprātīgām publiskajām diskusijām, jo tie neietver idejas (piemēram, Latvijas Republikas finanšu ministra Ata Slaktera izteikums “*nothing special*” intervijā “*Bloomberg TV*” ir ieguvis plašāku rezonansi un aktualitāti nekā diskusijas par politiskās elites atbildību un atbildīgumu. Līdz ar ko var secināt, ka mediju pieķeršanās atsevišķu gadījumu detalizētiem aprakstiem un pieminēšanai funkcionē kā šķērslis, nevis kā palīdzība publikai ieraudzīt prioritārās tēmas un veidot par tām nozīmes).

Balstoties uz Hābermāsu un izmantojot arī viņa piedāvātā koncepta interpretācijas, publisko sfēru var raksturot kā brīvas un inteligēntas komunikācijas jomu, kurā tiek debatētas sabiedriskās intereses un kurā netiek kavēta viedokļu apmaiņa par šīm interesēm. Demokrātijas veselīgums, kā ir secinājis mediju un komunikācijas studiju profesors Pēters Dālgrens (*Peter Dahlgren*), arvien vairāk un vairāk ir saistīts ar komunikācijas sistēmas veselīgumu, savukārt demokrātijas dinamika ir cieši saistīta ar komunikācijas praksi un to, kā sociālā komunikācija tiek realizēta masu medijos. Demokrātiskās procedūras ir veids, kā organizēt un mediēt dažādas savstarpēji konkurējošas intereses, projektus un vērtības plurālā sabiedrībā (Dahlgren 1995, 2–3). Un publiskās sfēras efektivitāti politikajā jomā garantē tādas pamata tiesības kā vārda un uzskatu, pulcēšanās un preses brīvība (Habermas 2004, 227).

Vēsturiski komunikācijas procesu demokratizācijas ideja ir tieši saistīta ar publisko sfēru, jo komunikācijas demokrātiskā utopija veido vīziju par sabiedrību, kurā jaunie mediji, jaunās komunikācijas tehnoloģijas formas ir atvērtas *polis*, vienlīdzīgu pilsoņu demokrātiskai kopienai (Hujanen 1996, 187). Mediju demokrātiju publiskās sfēras kontekstā var analizēt četrās dimensijās:

1. mediju institūcijas,
2. mediju reprezentācijas,
3. sociālā struktūra un
4. sociālā un kultūras mijiedarbība (Dahlgren 1995, 11).

Publiskā sfēra tiek analizēta un arī izmantota kā teorētiskais koncepts daudzu sabiedrības problēmu iztirzājumā, kur galvenie pētniecības virzieni ir vēsturiskā mediju attīstība, publiskā sfēra kā publiskā tiesa, publiskā sfēra kā kopīgais domēns un aizstāvības domēns, privātā un publiskā šķērums, publiskās sfēras transformācijas, globālā un Eiropas publiskā sfēra, publiskā sfēra un virtualitāte un publiskās sfēras struktūra un institucionālie pastāvēšanas aspekti. Promocijas darba “Sabiedriskā televīzija Latvijā: attīstība, uzdevumi un funkcijas publiskās sfēras kontekstā” izstrādei šīs publiskās sfēras izpratnes dod iespēju izmantot publiskās sfēras teorētisko konceptu kā rāmējumu, lai analizētu mediju brīvības un atbildības aspektus, komunikācijas procesu kvalitātes jautājumus, kas saistās ar zināšanu un informācijas apjoma problēmām žurnālistikā, viedokļu daudzveidības nodrošināšanu un mediju ētiku, kā arī lai analizētu mediju struktūras jautājumus. Tomēr šīs izpratnes var arī radīt problēmas, novērtējot sabiedrisko mediju komercializācijas parādības un analizējot jautājumus par auditorijas aptvērumu (un arī zaudējumu, kas pēdējā gada laikā jo īpaši ir raksturīga Latvijas Televīzijai).

Promocijas darba tēmā ietvertie koncepti – publiskā sfēra un sabiedriskā televīzija ir daudzveidīgi un vienlaikus arī mainīgi gan teorētiskajās izpratnēs, gan praktiskajā attīstībā. Tomēr

teorētiskās literatūras studijas dod pamatu drošībai, ka daudzveidīgu, bet teorētiski pamatoti strukturētu publiskās sfēras izpratņu izmantojums var būt racionāls un radošs pamats sabiedriskās televīzijas attīstības analīzei Latvijā (kā gadījuma studijai), lai izpētītu gan publiskās sfēras attīstības procesus, gan sabiedriskās televīzijas (plašākā nozīmē – sabiedriskās apraides sistēmas (*public broadcasting system*) attīstības procesus postpadomju telpā, kas vienlaikus ietekmējas gan no padomju autoritārās sistēmas mantojuma un Eiropas demokrātijas tradīcijām, gan arī no globālajām un komerciālajām televīzijas attīstības tendencēm, kā arī no nacionālās kultūras un lokālās sociālās prakses izpratnēm un vajadzībām.

Publiskās sfēras vēsturiskās izpratnes jautājumi saistās ar publiskās sfēras veidošanos Eiropas attīstītākajās sabiedrībās, politiskās, sociālās un intelektuālās vēstures attīstību, izglītības faktoru ietekmi uz sabiedrības pilsoniskās aktivitātes procesiem, kontroversu ideju vienlaicīgu eksistenci un diskusiju nepieciešamību sabiedrības attīstības procesos (Pinter 2004, 220). Publiskās sfēras attīstības procesi (vai pārveidošanās procesi) atkarībā no tā, vai tiek atzīts, ka publiskā sfēra var pastāvēt arī sabiedrībā ar ierobežotu mediju un vārda brīvību, kur publisko komunikāciju būtiski regulē valsts (kā tas bija Padomju Savienībā), Latvijā sākās strauji, mijoties dažādiem nosacījumiem un vajadzībām. Cilvēki arvien vairāk izjuta vajadzību pēc sociāliem sakariem, kas palīdzētu veidot publisku sociālo telpu, kurā iespējams izteikt argumentus pret pastāvošo *status quo* (Brikše 2002, 88–98), tas ir, – tuvinājās indivīda un plašu sociālo slāņu mērķvirzība. Daudziem cilvēkiem kopības sasniegumi kļuva nozīmīgāki, jo viņi apzinājās savas esamības atkarību no vispārējiem tautas kustības rezultātiem. Būtiska nozīme bija arī tam, ka masu aktivitāšu vadību uzņēmās līderi, kuri bija spējīgi pieņemt atbildīgus lēmumus (Laķis 2000, 36), kas bija nozīmīgi, jo Latvijā nebija aktīvu un pietiekami izvērstu nelegālo politisko vai kultūras grupu, kas varētu kļūt par kodolu publiskās sfēras veidošanās procesos.

Visās šajās norisēs nozīmīga loma bija sabiedriskajiem medijiem, kas turklāt aktīvi līdzdarbojās sabiedriskajos procesos, nenošķirot savu mediju dabu un pilsoņu un pilsoņu grupu aktivitāšu dabu. Tāpēc publiskās sfēras teorētiskais koncepts ir lietderīga pieeja, lai analizētu sabiedrisko mediju izmaiņas trijos laika un procesu posmos:

1. transformācija no padomju medijiem uz neatkarīgiem medijiem un būtisku aktoru pozīcijas ieņemšana Atmosfēras kustībā, nodrošinot aktīvajiem pilsoņiem publisko diskusiju un saziņas telpu;
2. mediju dabas raksturojumu apgūšana, attālinoties no tiešas līdzdalības un iesaistīšanās sabiedriskajos procesos un pārorientējot savu mērķu un uzdevumu izpratni uz publiskas un daudzveidīgas diskusiju telpas veidošanu un
3. komercializācija (jo īpaši televīzijā), kas ataino gan vispārējo Eiropas sabiedrisko mediju attīstības tendenci, gan arī ilgstošo Latvijas Saeimas nespēju noteikt skaidru un drošu sabiedrisko mediju finansējuma modeli.

Šī pieeja ir arī nozīmīga, lai analizētu sabiedriskās televīzijas Eiropā, – kam, no vienas puses, ir ilga vēsture, bet, no otras puses, ir jāņem vērā, ka tas ir grūti aprakstāms fenomēns savas daudzveidības dēļ (Syvertsen 2003, 156).

Pamatojoties uz vēsturiskajiem pētījumiem par to, kā dažādos veidos apraides sistēmas ir organizētas Eiropas valstīs, "sabiedrisko raidorganizāciju" pārvaldes modelis var tikt aprakstīts trīs definētu raksturelementu ietvaros:

1. noteikts privilēģiju kopums;
2. obligātās saistības, kas jāievēro;
3. kontroles struktūra.

Tātad, pirmkārt, tiek ņemts vērā privilēģiju kopums, kas var būt:

- ekonomiska vai tehniska rakstura;
- attiecībā uz apraidi – monopola privilēģija reklāmas ieņēmumu jomā, licences apmaksas ziņā;
- apraides privilēģija, izmantojot gaisa resursu, sabiedrībai kopumā ir bijusi vissvarīgākā (Syvertsen 2003, 157).

Sabiedrisko raidorganizāciju pārvaldes modeļa nozīmīgākais faktors ir noteiktās privilēģijas, kuru eksistence ir fundamentāla darbībai šī modeļa ietvaros (Syvertsen 2003, 154).

Otrs sabiedrisko raidorganizāciju modeļa raksturelements, kas strukturāli izriet no pirmā elementa, ir saistību kopums, kas raidorganizācijām ir obligāti jāievēro iepretim saņemtajām privilēģijām. Pienākumi var būt dažādi, bet attiecībā uz Eiropas sabiedriskajām raidorganizācijām tradicionāli ir pastāvējuši trīs veida pienākumi. Pirmkārt, vispārējās pieejamības nodrošinājums – visai noteiktās valsts iedzīvotāju kopienai ir jābūt pieejai sabiedrisko raidorganizāciju pakalpojumiem. Otrkārt, prasības attiecībā uz saturu, kas parasti ietver diversificētas, kvalitatīvas programmas veidošanu, ietverot arī minoritāšu un mazāku interešu grupu (*taste group*) gaidas; kā arī ziņas un politiskie dienas kārtības jautājumi ir jāataino patiesi. Trešais raksturelements ietver pienākumu aizsargāt un stiprināt nacionālo kultūru un identitāti, kas nozīmē, ka raidorganizācijām vajadzētu atbalstīt arī mākslas un kultūras jomu, stiprinot valsts sociālo un kultūras sfēru, un reizē atturēties no tādas informācijas pārraides, kas potenciāli varētu radīt draudus "nacionālajām valsts interesēm". Tomēr jāņem arī vērā, ka raidorganizācijas, uz kurām attiecas sabiedrisko pakalpojumu pārvaldes formas, nav pilnībā autonomas (Syvertsen 2003, 154). Līdz ar ko šis raksturelements ietver kontroles struktūras jautājumu, kas nosaka raidorganizāciju uzraudzību un izvērtēšanu, kuru veic iecelti vai ievēlēti sabiedrības pārstāvji.

Kontroles struktūras eksistences un darbības jautājums uzsver faktu, ka šo institūciju autonomiju ierobežo valsts vara, kā arī nepieciešamība uzturēt atbalstu un leģitimitāti iedzīvotāju vidū. Līdz ar to var secināt, ka galvenais pamatojums šai pārvaldes formai ir raidorganizāciju programmu rezultāts, kas šādā veidā ir labāk piemērots, lai iedzīvotājiem ļautu īstenot sociālās un kultūras vajadzības, kas būtu mazāk iespējams tādas sistēmas gadījumā, kura ir atkarīga tikai no tirgus (vai valsts) ieņēmumiem (Syvertsen 2003, 157–158).

Savukārt vēsturiskā aspektā Latvijas situācijas analīze skatāma ne tikai Eiropas kontekstā, bet arī postpadomju telpas kontekstā, jo daudzos aspektos Latvijas sabiedrisko mediju vēsture un attīstības tendences vēl joprojām ir izprotamas un izvērtējamas šajā, nevis Eiropas dimensijā. Piemēram, lai arī visas bijušās Padomju Savienības valstis Austrumeiropā,

izvēloties demokratizācijas ceļu, ir pamazām cīnījušās par stingrāku mediju atdalīšanu no valsts (Salmon 2006, 16), kas ir būtiski arī publiskās sfēras veidošanas kontekstā, lai publikai tiktu radīta iespēja iegūt daudzveidīgu informāciju, pastāvot brīvai informācijas plūsmai, vārda brīvībai u. c. demokrātiskām vērtībām, tajās visās ir bijis aktualizēts jautājums, kā radīt pēc iespējas atklātāku un skaidrāku elektronisko mediju regulācijas ietvaru, lai nodrošinātu raidorganizāciju un uzraudzības institūciju autonomiju un neatkarību no politiskās un ekonomiskās ietekmes. Mediju pētnieks Paolo Baldi (*Paolo Baldi*) Latviju un citas bijušās postpadomju valstis iedala *progresā valstu kategorijā*, kuras raksturo kā valstis, kurās vēl nav pietiekami attīstīta neatkarīgu mediju struktūra, ko viņš skaidro ar vēsturisko raidorganizācijas sistēmas veidošanu, kur uz bijušās valsts monopola raidorganizāciju bāzes tika izveidotas sabiedriskās raidorganizācijas, kā rezultātā lielākajā daļā šo valstu joprojām pastāv politiskās ietekmes pazīmes, jo īpaši regulācijas un uzraudzības jomā (Baldi 2007, 69). Līdz ar to ir būtiski atzīmēt, ka, izmantojot publiskās sfēras konceptuālo ietvaru, sabiedriskās apraides sistēmas analīzē ir svarīgi ņemt vērā valsts režīma vēsturiskās attīstības tendences iepretim apraides sistēmas veidošanās un attīstības stadijām.

Publiskā sfēra kā tiesa ir raksturīga izpratne, kas saistāma ar sociālo normu un kārtības uzturēšanu sabiedrībā, kad pirmajā plānā tiek izvirzīts publikas prestižs un horizontālo komunikāciju starp pilsoņiem aizvieto vertikālā komunikācija caur medijiem. Šai izpratnei raksturīgi, ka vērtību un normu deklarēšana aizstāj kritiskas debates, tas ir, – indivīdi un grupas, kam sabiedrībā ir lielāka varas pozīcija, nosaka diskursus, kas tiek pozicionēti kā sabiedrībai derīgie, pareizie u. c. Kaut arī šī izpratne var tikt saistīta ar mediju izglītības un socializācijas funkciju realizāciju, tomēr tā ir bīstami kritiska pašas publiskās sfēras pastāvēšanai, jo izslēdz alternatīvos viedokļus un aktorus, sašaurina pašu diskusiju telpu un pieejamo ideju klāstu. Šī pieeja var izraisīt fragmentācijas tendences publiskajā sfērā, viedokļu un grupu attālināšanos no publiskās sfēras, to noklusēšanu publiskajās diskusijās. Pastāvošie riski ir dominances veidošanās publiskajā sfērā un alternatīvo publisko sfēru attīstība (ja tiek pieņemts koncepts, ka publiskā sfēra nav vienots fenomens, bet var veidoties no atsevišķām sfērām, kam ir savstarpēja saistība) vai arī publiskās sfēras sašaurināšanās, pateicoties tam, ka tajā tikai deklarētās brīvības līmenī var līdzdarboties visi aktīvie pilsoņi, bet praksē līdzdalību sašaurina redakciju politika, to izpratnes par auditoriju interesēm un arī komerciāli apsvērumi, tas ir – orientēties uz vairākumu, kas nodrošina augstus auditorijas reitingus (Habermas 1995, 56; Downey, Fenton 2003, 186).

Šī pieeja identificējama arī Latvijas sabiedrisko mediju darbībā, – kur, no vienas puses, raidorganizācijas orientējas uz sabiedrībai derīgā viedokļa paušanu, piedāvājot plašu un daudzveidīgu informācijas plūsmu (ko pēc būtības pieprasa likums), reizē teicoties iekļaut sabiedrībā kopumā akceptētās sociālās normas, kas tiek artikulētas kā iedzīvotāju kopienas vērtības drošības, demokrātijas, dzīves kvalitātes vārdā, veicinot arī sabiedrības izglītošanu, savukārt, no otras puses, identificējami arī pieejā raksturotie riski – ideju kopuma sašaurināšana, ļaunāns viedokļu domināncei u. c. Kā papildu riska faktors šajā aspektā atzīmējama Latvijas Televīzijas cīņa par augstākiem reitingiem arī analītisko raidījumu (*De facto*)

formātiem, kas rada potenciāli lielāku varbūtību, ka tiks izvēlēts tāds sociālās realitātes konstruēšanas ietvars, kas nevis veiktu papildu izglītošanas funkciju, bet gan izklaides un auditorijas piesaistes funkciju bez kritiskā un argumentētā diskusijas jautājuma pamata, kura klātesamību publiskās sfēras veidošanā uzsvēr Häbermāss.

Publiskās sfēras kā kopīga domēna un aizstāvības domēna izpratne apskata vispārējās publikas, universālista un dominējošo mediju problēmas, kur viens no būtiskiem riska faktoriem ir vairākuma (*mainstream*) mediju veidošanās, kas, no vienas puses, gan nodrošina plašas un vienotas diskusiju telpas, kuras veidojas, pateicoties mediju lielajām auditorijām, bet, no otras puses, – rada riskus aizstāvības domēna pastāvēšanai, tas ir, piemēram, mazākuma grupu un viedokļu pārstāvjiem ir apgrūtinātas iespējas vairākuma medijos iegūt laiku un vietu, savukārt mediju pozīcijas nedod laiku un vietu otrā informācijas telpā pastāvošo ideju pietiekamam skaidrojumam vai arī tās interpretē atbilstoši sava vairākuma viedokļiem (Downey 2003, 200; Dahlgren 1995).

Šajā aspektā ir būtiski uzsvērt Latvijas sadalītās informācijas telpas un mediju vides iezīmi, pastāvot šķirtai krievu un latviešu valodā pieejamo mediju informācijas telpai, kurā savukārt katras valodas mediji atbilstoši auditorijām ieņem vairākuma pozīciju. Līdz ar to sabiedriskās raidorganizācijas ir vienīgie Latvijas mediji, kas tiecas savienot šīs abas informācijas telpas un uzturēt neitrālas informācijas zonas.

Publiskās sfēras un privātās sfēras izpratnes sabiedriskajos medijos parādās dažādos aspektos – publiskās sfēras paplašināšanās un abu sfēru robežu neskaidrība, ko būtiski ietekmē komerciālie izklaides mediji, indivīdu un grupu iekļaušana – viedokļu aptaujas, līdzdalība mediētos līdzdalības pasākumos, klātbūtne medijos, līdzdalība kopienas medijos, alternatīvajos u. c. (Winocur 2003, 28).

Robežu neskaidrība, kas veidojas tieši mediju darbības rezultātā, rada sabiedrības un mediju kopīgu konvenciju par publiskās un privātās sfēras šķīrumu neskaidrību. Sprotami, ka kopumā, paplašinoties publiskajā sfērā ietvertajiem diskursiem, sabiedriskie mediji saskaras ar grūtībām no tiem norobežoties, uzskatot, ka tas pilnībā nav iespējams, jo mainījušies plašas publikas priekšstati par publiskajā komunikācijā iekļaujamo saturu. Tāpēc, iespējams, lietderīgi ieviest papildu dalījumu un runāt ne tikai par publisko un privāto, bet arī par individuālo sfēru, kur:

a) publiskā sfērā indivīdu darbības, komunikācija un radītā informācija ir publiski fenomenī, kuri ir pieejami un kuros var iekļauties ikviens konkrētās vai citas kopienas dalībnieks;

b) individuālā sfērā indivīdu darbības, komunikācija un radītā informācija ir grupu vai nelielu kopienu fenomenī un ir pieejami konkrētās grupas dalībniekiem, bet citu indivīdu iesaistīšanās iespējama tikai tad, ja to akceptē grupa;

c) privātā sfēra saistās ar indivīdu privāto dzīvi un galvenokārt realizējas personiskajā komunikācijā, indivīdiem tieši mijiedarbojoties, uzņemoties vai noraidot kādas sociālā, kultūras vai citas lomas.

Protams, ka visu sfēru atainojums un analīze iekļaujas un ir iekļaujama publiskās sfēras diskursos, bet sabiedrisko mediju funkciju ietvarā ir jāprevalē publiskajai sfērai (ar tai raksturīgajām pazīmēm). Dalījums būtu lietderīgs arī tādēļ, ka Latvijas mediju mediētājā publiskajā sfērā lielu īpatsvaru veido individuālie priekšstati, individuālā vai grupu pieredze, bet maz ir veidoto kolektīvo diskursu, kuros rastos daudzveidīgas nozīmes un to publiski izvērtējums.

Šajā izpratnē sabiedrisko mediju lomas ir visai kontraversālas. Pirmkārt, sākotnēji Latvijas medijiem bija lielas auditorijas, kas turklāt bija koncentrētas ap nedaudzajiem medijiem. Līdz ar to publiskajā sfērā cirkulējošā informācija no katra indivīda pozīcijām bija visai vienkārši pārtraugāma, pateicoties vēstījumu viendabībai un nedaudzajiem komunikācijas kanāliem. Otrkārt, indivīdi kā aktori arvien vairāk sāka darboties individuālajās sfērās. Samazinoties institucionālās regulācijas un kontroles mehānismiem kopējā sabiedrības dzīves un informācijas vidē, kas bija ieguvums no 20. gadsimta 80. gadu otrās puses pārbūves un atklātības ideoloģijas, individuālās sfēras kļuva publiski redzamas.

Individuālās sfēras aspekti vēl jo vairāk kļūst redzami, kad cilvēku ikdienas praksē arvien vairāk iekļaujas interneta komunikācija (sociālie tīkli ir viens no veidiem, kā indivīdi paši var noteikt publiskās komunikācijas “publiskumu”).

Publiskās sfēras transformācijas izpratnes cieši saistītas ar diviem aspektiem. Pirmkārt, izmaiņām sabiedrībā, straujiem demokratizācijas procesiem, kas īsā laikā mainīja stingri regulētas publiskās komunikācijas vides, un tāpēc veidojas pretrunas starp monoideoloģisku institucionālu regulāciju un kontroli un poliideoloģiskām konvencijām (piemēram, Austrumeiropas un Centrāleiropas valstīs, postpadomju telpas daudzveidīgās izpausmes bijušajās PSRS republikās). Šajā aspektā arī Latvijā parādās attīstīto demokrātiju publiskās sfēras tradīcijas un jauno demokrātiju publisko sfēru diversitāte, kuru savstarpējo attiecību neskaidrību pastiprina publisku rāmējumu analīzes trūkums par iespējamajām izpratnēm un interpretācijām (Splichal 2006, 705).

Publiskās sfēras veidošanās analīze postpadomju valstīs ir iespēja analizēt ne tikai šo sabiedrību demokratizācijas procesus un faktoros, kas ietekmēja mediju un kopumā komunikācijas prakses attīstību, bet arī iespēja kompakti aplūkot vispārējus publiskās sfēras veidošanās raksturojumus, kas atšķiras no vēsturiskajiem un citiem apstākļiem, kurus analizē Häbermāss. Tā ir iespēja novērtēt gan komunistiskās publiskās komunikācijas sistēmas ietekmi uz publiskās sfēras attīstības procesiem Latvijā, gan arī identificēt faktoros, kas veidojušies šo ietekmju rezultātā un turpmāk ietekmējuši publiskās komunikācijas praksi.

Publiskās sfēras transformācijas procesu viens no aktuāliem jautājumiem ir saistība (attiecības) starp pilsoņu un patērētāju interesēm.

Politikas veidotāji un raidorganizācijas kopā ir pierādījuši, ka ir iespējams šo konkrēto pārvaldes modeli adaptēt iepretim jaunajam pieprasījumam, neskatoties uz to, ka sākotnējā “sabiedrisko pakalpojumu” programmu veidošanas ideoloģija un filozofija procesa gaitā ir transformējusies. Savukārt nākotnes attīstības kontekstā pastāv jautājums, vai jaunie izaicinājumi šim modelim – spēki, kas tiecas pārveidot mediju tirgu šodien, – vai tie būs spēcīgāki un ietekmīgāki nekā jau pieredzētās izmaiņas vēsturē. Varam uzdot jautājumu, vai šie spēki

rada politisko klimatu, kurā valsts iejaukšanās mediju tirgū sociālajā un kultūras jomā var nebūt vairs iespējama, vai arī situācija ir atvērta jauniem politiskās iejaukšanās veidiem, kuru mērķis ir aizsargāt sabiedrisko raidorganizāciju modeļus? (Syvertsen 2003, 159)

Privilēģiju stiprināšana. Galvenais jautājums privilēģiju nostiprināšanas kontekstā ietver atbildes meklējumus uz jautājumiem, pirmkārt, vai licences apmaksātajai sabiedriskajai raidorganizācijai turpināt raidīt plašas amplitūdas programmu, vai tai vajadzētu transformēties, veicot papildu lomu, kuras galvenais uzdevums būtu nodrošināt tāda veida programmas saturu, kurus iedzīvotājiem nepiedāvā komerciālās raidorganizācijas (Syvertsen 2003, 168).

Kontrole un leģitimitāte. Sabiedrisko raidorganizāciju pārvaldes modeļa trešais elements ir definēta politiskās kontroles struktūra. Pieņemto mediju politikas lēmumu rezultātā ir nodibinātas dažādas regulācijas institūcijas un vispārējās sistēmas pamats, caur kuru apraides institūcijām tiek doti norādījumi, veikta uzraudzība un no tām prasīts atbildīgums pret sabiedrību (Syvertsen 2003, 168).

Kopumā var secināt, ka minētajiem spēkiem un procesiem arī ir sava veida saistība ar šo modeļa elementu. Divas attīstības tendences izceļas kā politikas reakcijas iepretim nākotnes izaicinājumiem. Pirmkārt, tas ir process, kurā vara pār apraidi tiek pārvietota no nacionālā uz transnacionālo līmeni. Otrkārt, tas ir (cieši saistīts) attīstības process, kurā apraide ir pakāpeniski regulēta arvien vairāk kā uzņēmējdarbības vide, nevis ar kultūru saistīta darbība (Syvertsen 2003, 168).

Apraides regulēšana ir bijusi cieši saistīta ar nacionālo valsti. Katras valsts valdībai ir bijusi vara izsniegt licences apraides aktivitātēm valsts teritorijā; savukārt raidorganizācijas ir bijušas atbildīgas katras atsevišķās valsts iedzīvotājiem. No 20. gadsimta 80. gadiem, izveidojoties starptautiskajiem medijiem un palielinoties plaši globāliem konglomerātiem, tie sāka mazināt atsevišķās valsts kontroles struktūru. Līdz ar to Eiropas valstis mēģināja līdzsvarot jaunizveidojušos situāciju, nodibinot starptautisku pārvaldes sistēmu (Syvertsen 2003, 168).

Publiskās sfēras un virtuālās sfēras izpratne radusies, strauji attīstoties internetam. Tā, no vienas puses, izskatās, ir visai tuva Hābermāsa buržuāziskās publiskās sfēras izpratnei, jo tehnoloģiskie līdzekļi dod iespēju brīvi veidoties dažādām publikām, radīt sabiedriskās dzīves sfēru (domēnu), kur veidojas publiskais viedoklis un kur pilsoņi brīvi apspriež jautājumus, kas skar vispārējas intereses. Šajā kontekstā bieži tiek runāts arī par globālo publisko sfēru (Castells 2008, 89). Tātad virtuālā sfēra var nodrošināt komunikācijas ideāla modeļa veidošanos, jo nodrošina demokrātisku līdzdalību (Papacharissi 2004, 265), kaut gan šajā gadījumā jāuzsver ierobežojumi – ekonomiskie nosacījumi, lai indivīdiem būtu pieejami tehnoloģiskie līdzekļi, un šo līdzekļu lietošanas prasmes. Šie ierobežojumi sabiedrībā veido tās procesos iekļautas un neiekļautas grupas un indivīdus, kas rada digitālās plaissas fenomenu. Digitālā plaissa, kas tradicionāli tiek saistīta tikai ar dalīšanos starp “informācijas bagātajiem” un “informācijas nabagajiem”, patiesībā ir daudz izvērstāks fenomens, jo, no otras puses, šie jaunie fenomenāli nevis tuvina indivīdus un grupas un veicina publiskās sfēras veidošanos, bet izraisa arī gluži pretējas parādības. Tas ir, – šķeļ sabiedrību informācijas elitē, kuru, no vienas puses, veido indivīdi, kam ir augsta tehnoloģiju pieejamība un augsta lietotājprātība, bet, no

otras, – līdzdalībnieku vairākums un grupas, un indivīdi, kas vispār nav iesaistīti tīkla sabiedrības procesos vai pat ir pilnīgi izslēgti no tiem (Dijk 2003, 179). Šiem procesiem ir gan globāls, gan arī lokāls raksturs.

Vienlaikus rodas arī jautājums par to, vai virtuālās sfēras veidošanās ir garantija publiskās sfēras veidošanās procesiem (Papacharissi 2002, 20–23). Var atzīt, ka daļēji tas noteikti ir veicinošs faktors, jo, veicinot lielākas līdzdalības iespējas, nodrošinot publiski pieejamus informācijas resursus, integrējot informācijas un komunikācijas tehnoloģijas sociālajā un lietotāju vidē, veicinot mūžizglītību, dodot iespējas piekļūt sabiedriski nozīmīgai informācijai, kultūras notikumiem u. c. (Dijk 2003, 207), pastāv iespēja paplašināties aktīvu indivīdu lokam, kas ir motivēti piedalīties diskusijās par sabiedriski nozīmīgiem jautājumiem. Latvijā šajā ziņā atrodami vairāki nozīmīgi piemēri, kur pilsoņi iniciējuši darbības un izrādījuši aktivitāti, uzsākot diskusijas par jautājumiem, kas nebija iekļuvuši tradicionālo mediju dienas kārtībā. Piemēram, interneta vietnes www.pingviniem.lv, www.glabvalsti.lv, www.tautasforums.lv, www.domkalve.info, <http://laimilatvijai.lv>.

Latvijas sabiedrisko raidorganizāciju kontekstā jāatzīmē, ka Latvijas Televīzija neiekļaujas virtuālajā sfērā un līdz ar to zaudē aktora iespējas publiskajā sfērā, kā rezultātā raidorganizācija zaudē daļu savas auditorijas, ja tā iedzīvotājiem nespēj nodrošināt virtuālo interneta vietni publiskajām diskusijām, kur ietverta arī datubāze, kas iedzīvotājam sniedz iespēju sev vēlamu informāciju iegūt viņam izdevīgā laikā, nevis televīzijas translācijas laikā, kā arī sniegt izvēles iespējas skatīties to, kas viņu noteiktajā brīdī ir saistošs indivīda dienas kārtībā. Līdz ar to var secināt, ka Latvijas Televīzija mūsdienu straujajā informācijas tehnoloģiju attīstības laikmetā nav radījusi iespēju nodrošināt potenciāli pilnvērtīgāku publiskās sfēras veidošanu, lai arī publiskās diskusijas ir viens no nosacījumiem aktīvas publiskās sfēras pastāvēšanai.

Eiropas publiskās sfēras izpratne ir forma un process, kas pretendē kartēt jaunu Eiropas ainavu (Trenz 2005). Nacionālās publiskās sfēras eiropēizācija un jaunās Eiropas sociālo iedomu formēšana ir starpkulturāls process un politiskā mācīšanās. Rezultāti ir atkarīgi no dažādu faktoru savstarpējās mijiedarbības. Jāatzīmē, ka nozīmīga katalizatora loma šajā mijiedarbības procesā ir bijusi ES paplašināšanās notikumiem, tomēr tā joprojām ir lēna un pretrunīga (Lauristin 2007, 407).

Eiropas publiskās sfēras izpratne tiek konstruēta, izmantojot sociālās un diskursīvās prakses, lai radītu kopīgu atskaites horizontu un lai vienlaikus radītu arī starptautisku komunikācijas kopienu, kas drīzāk aptver jautājumus par – “mēs kā eiropieši”, nevis kā briti, franči, vācieši vai nīderlandieši (Risse 2003).

Eiropas publiskās sfēras izpratne, kas sākotnēji pretendē uz jaunu, ideālistisku publiskās sfēras izpratni – pārrobežu un pārkultūru sfēru, kura nodrošina atbildīgu un aktīvu pilsoņu komunikācijas un diskusiju iespējas par jaunās kopienas aktuālām sociālām, politiskām, kultūras un ekonomiskajām problēmām, tiek uztverta arvien skeptiskāk un skeptiskāk, jo redzams, ka Eiropas “kopīgie mediji” salīdzinājumā ar nacionālajiem vai globālajiem medijiem ir diezgan mazspējīgi piesaistīt lielas un aktīvas auditorijas. Turklāt patiesi demokrātisku attīstību

un starpvalstu Eiropas publisko sfēru (*European public sphere*) kavē izplatītais iedzīvotāju interese trūkums par Eiropas Savienības problēmjautājumiem (Lauristin 2007, 401).

Publiskās sfēras struktūras un institucionālās attīstības izpratne ir būtisks jautājums ne tikai publiskās sfēras izpratnē, bet kopumā teorētiskajā nostādnē par publiskās sfēras pastāvēšanas iespējām – vai par publisko sfēru var spriest kā par kādu kopīgu fenomenu, kuram iespējams atpazīt kādas robežas, kas sasaistāmas ar nacionālo valsti, sabiedrību kultūras kopienu, interešu sfēru u. c.; vai arī publisko sfēru var uztvert kā savstarpēji sakārtotas/pakārtotas diskursīvas arēnas, multiplicētus diskursīvus domēnus, kuri ir mērķtiecīgi un plurāli, bet izraisa dalībnieku izolētību no citiem. Mediju nozīme saistās ne tikai ar to, ka tie atbrīvo komunikācijas procesus no telpas un laika ierobežotā konteksta un izveido abstraktu vienlaicību, pateicoties virtuāli pastāvošam komunikācijas saturu tīklam, kas ir attāls telpai un laikam un padara vēstījumus pieejamus daudzveidīgā kontekstā (Habermas 1981), tādējādi dodot iespēju attīstīties publiskajām sfērām, bet arī ar to, ka mediju institūcijas pašas ir līdzdalībnieces publiskajā sfērā, jo ietekmē realitātes reprezentācijas.

Mediju institucionālās attīstības aspekti ietver mediju organizatoriskos, finanšu un likumdošanas jautājumus, kas atainojas mediju īpašnieku struktūrā, kontrolē, licencēšanas procedūrās, pieejamības noteikumos, komunikācijas brīvības un ierobežojumu raksturojumos. Mediju institūciju politika ir viena no redzamākajām politikas uzmanības izpausmēm pret publisko sfēru, jo ietver mediju organizāciju, finansējuma un tiesiskos jautājumus (Dahlgren 1995, 12–13). Turklāt – tai parasti ir arī tūlītējs raksturs. Šis ir publiskās sfēras attīstības konceptuāls un arī praktisks jautājums. Pēc Hābermāsa, publiskajai sfērai vajadzētu būt brīvai no valsts ietekmes, un tā veido “sociālās dzīves apvidu, šķirtu no valsts aparāta” (Gardiner 2004, 28).

Hābermāss saredz plaisu starp valsts uzturētām institucionālajām normām un buržuāziskās pilsoniskās sabiedrības realitāti, kur privāto personu autonomija, ko garantē privātīpašums, publiskās sfēras kritiskajās debatēs ir ierobežota (Stewart 2001, 142). Valsts rīcībā ir plašs regulēšanas un patronāžas līdzekļu spektrs, ar kuriem medijus var piespiest klusēt un kontrolēt. Tie ietver likumīgus mediju izteiksmes brīvības ierobežojumus, laikrakstu licencēšanu, kontrolētu iesaistīšanos profesionālajā žurnālistikā, atbalsts komerciālo televīziju un radio īpašumtiesībām, sabiedrisko mediju pārvaldības institūciju veidošana ar valdības atbalstītājiem, monopolu ierobežojumu pastiprināšana un finanšu atbalsta nodrošinājums tikai valdībai pozitīvi orientētiem medijiem (Curran 2003, 148).

Eiropas audiovizuālā politika ietver pieeju, ka “mediji ir svarīgi sabiedrībai un mediji un sabiedrības labklājība ir saistīti” (Harrison, Woods 2001, 479), tomēr Eiropas mediju politikā drīzāk iezīmējas divi vienkāršoti pieņēmumi par mediju dabu – pirmkārt, ka mediji kaut kādā veidā var tieši atainot realitāti un, otrkārt, ka mediji var tieši ietekmēt publiku. Un tie ved pie sprieduma, ka “mediji var darboties kā sava veida sociālā līme, kas savēl kopā būtiski atšķirīgas Eiropas daļas” (Harrison, Woods 2001, 479).

Kopumā mediju institūciju brīvība Latvijā vērtējama kā augsta, un “*mediju tiesību katalogs* tiesību sistēmā ir aprakstīts pamatīgi un detalizēti” (Liepa, Kaņeps 2006, 106).

Jautājums par publiskās sfēras struktūru ir arī aktuāls, novērtējot mūsdienu komunikācijas procesus, kam raksturīga gan mediju, gan auditoriju fragmentācija.

Līdz ar ko “sabiedriskās apraides” (*public service broadcasting*) koncepts ir nozīmīgs publiskās sfēras struktūras analīzes aspektā, kur sabiedriskā apraide šodien drīzāk tiek uzskatīta par konkrētu mediju pārvaldes modeli, politisko ierobežojumu kopumu mediju tirgū, kuru mērķis ir nodrošināt, ka raidorganizācijas ražo programmas, kas ir vērtīgas sabiedrībai, nevis to analizēt tikai jēdzieniskajā koncepta ietvarā.

Uzskatot sabiedrisko apraidi drīzāk par pārvaldes formu, – nevis par specifisku mediju institūcijas formu, – tiek novērsts plaši lietotais pretstatījums starp “sabiedrisko” un “komerciālo” televīziju. Pretstatījums, kas nepatiesi ataino faktu, ka dažādas televīzijas formas bieži ietver vairāk līdzību nekā atšķirību.

Tā vietā, lai aplūkotu mediju organizācijas kā skaidri nodalītas opozīcijas – “valsts” iepretim “privātajām”, “sabiedriskās” iepretim “komerciālajām” –, sabiedriskās apraides regulācijai vajadzētu būt piemērojamai dažādām institūcijām dažādos līmeņos (Syvertsen 2003, 156).

Konverģence. Attīstības procesiem, kas tiek saistīti ar konverģenci, arī ir noteiktas sekas attiecībā uz sabiedrisko raidorganizāciju modeļa specifiskajiem elementiem. Milzīgā televīzijas kanālu ekspansija digitalizācijas un jaunu informācijas izplatīšanas sistēmu attīstības rezultātā turpina savā veidā iznīcināt to privilēģiju kopumu, kas ir valstu rīcībā, lai tās piešķirtu atlases rezultātā noteiktām raidorganizācijām. Līdz ar to ne licenču maksas, ne ekskluzīvas tiesības raidīt noteiktā teritorijā nav privilēģija, kurai būtu iespējams izdzīvot situācijā, kurā “televīzija” ir saņemama, izmantojot dažādus izplatīšanas kanālus. Līdz ar to iespējams identificēt nozīmīgu problēmjautājumu, kas saistāms arī ar drošību, – kā nodrošināt, ka raidorganizācijas pilda savas saistības pret sabiedrību. Ja privilēģijas kļūst mazāk vērtīgas, ir arī mazāk ticams, ka raidorganizācijas varētu mēģināt rast kompromisu starp peļņas gūšanas iespēju un augstiem auditorijas reitingiem iepretim programmai, kas būtu augsti kvalitatīva, bet mazāk pieprasīta.

Internacionalizācija un globalizācija. Kultūras izpausmes internacionalizācijas process arī rada jaunus izaicinājumus attiecībā uz sabiedrisko raidorganizāciju pārvaldes sistēmas pienākumu aspektu. Vēsturiski viens no galvenajiem institūciju pienākumiem, iegūstot sabiedriskās raidorganizācijas privilēģijas, ir bijis nacionālās (vai reģionālās) identitātes un kultūras aizsardzība (Syvertsen 2003, 161).

Privatizācija un komercializācija. Trešais attīstības process, kas vērtējams kā izaicinājums sabiedrisko raidorganizāciju pārvaldes modelim, ir tendence palielināties mediju tirgus privatizācijai un komercializācijai. Kopš 20. gadsimta 80. gadu sākuma tiek saskaņotas privāto mediju intereses, lai kopīgiem centieniem novērstu šķēršļus ienākšanai apraides nozarē; izmantojot šīs apvienošanās 20. gs. 80.–90. gados, tās ir tikai augušanas plašākas.

Līdz ar to situācija nozīmē, ka, lai arī sabiedriski regulētās raidorganizācijas iegūst politisko un patērētāju atbalstu, tās var tikt vērtētas kā maz attīstītas pēc lieluma un ekonomiskās varas iepretim privātajiem uzņēmumiem, kuriem ir neslēpts mērķis pēc lielākas peļņas. Daudzi uzņēmumi, kas strādā raidorganizāciju tirgū – arī citos mediju sektoros, piemēram,

telekomunikāciju jomā vai citur, regulāciju sabiedrības interesēs uzskata par neko vairāk kā anomāliju un ka sabiedriski regulētie uzņēmumi ļaunprātīgi izmanto savas privilēģijas, lai saglabātu tirgus varu.

Šajā kontekstā jāakcentē divi nozīmīgi jautājumi:

1. vai valsts finansē raidorganizācijas pilnā apmērā vai daļēji, izmantojot sabiedrības kopīgos finanšu resursus, kas var tiem ļaut izmantot privilēģēto pozīciju, lai konkurētu masu programmas veidošanas jomās un
2. vai tām vajadzētu atļaut paplašināt darbību jaunajās un potenciāli peļņu nesošās jomās (piemēram, internets, interaktīvie pakalpojumi) (Syvertsen 2003, 162).

Lielas iedzīvotāju grupas varētu būt skeptiskas par valsts *paternālistisko* vēlmi tās struktūrā iebūvēt arī sabiedrisko raidorganizāciju struktūru, tomēr ir jāapzinās fakts, ka sabiedriski regulētie kanāli joprojām iegūst plašas auditorijas savās valstīs, kurās tās raida.

Priekšroka normatīvai tirgus regulācijai ir radījusi rezultātu vai, iespējams, refleksiju faktam, ka ir grūti panākt vienprātību par kultūras jautājumiem, jo īpaši tādas institucionālas struktūras, kāda ir Eiropas Savienība (ES), kur dalībvalstu vidū pastāv dažādas apraides tradīcijas. "Konkurences politika" arī ir pierādījusi savu efektivitāti daudzos gadījumos, piemēram, ierobežojot dominējošos tirgus spēlētājus un rosinot jaunus dalībniekus ienākt tirgū. Šie attīstības procesi ES ietvaros paši par sevi tomēr neskaidro, kādēļ kultūras politikas regulācija arvien samazinās. Kopumā šis process ietver vispārējo skatījumu, ka plašsaziņas līdzekļi vairāk ir vērtējami ekonomiskās lietderības, nevis sociālo vai kultūras lomu kontekstā. Kā pasaule ir pieredzējusi, politiskā režīma maiņa neietver tādas sistēmas izmaiņas, ka politiskā kontrole pār raidorganizācijām līdz ar to tiek izskausta, kas nozīmē, ka raidorganizāciju regulācijā ir nepieciešams radīt jaunas pamatojuma formas, kurām ir jātiecas leģitimēt sabiedrisko raidorganizāciju modeļi ne tikai no kultūras, bet arī ekonomiskā skatpunkta (Syvertsen 2003, 169).

Aplūkojot publiskās sfēras teorētiskās izpratnes iepretim sabiedriskās apraides pārvaldes modeļiem un to funkcionālajai nozīmei demokrātijā un saistot šīs pieejas ar Latvijas sabiedrisko raidorganizāciju darbību, ir jāakcentē sabiedriskās televīzijas nozīmīgā loma Latvijas publiskās sfēras veidošanā, veicinot informētas, izglītotas, kritiskas auditorijas veidošanos. Kopumā gan jāsecina, ka Latvijas Televīzijas potenciāls publiskās sfēras pilnveidošanā ir daudz plašāks, nekā tas šobrīd tiek izmantots. Lai šo procesu uzlabotu un pilnveidotu, primāri ir jāizveido interneta vietne, ar kuras starpniecību iniciētu un ļautu veidot kvalitatīvas diskusijas, informācijas, viedokļu, spriedumu apmaiņu, veicinot iedzīvotāju izpratni par valstī notiekošajiem procesiem. Jāatzīmē, ka arī satura kvalitātei ir jāatbilst publiskās sfēras mērķiem. Otrkārt, Latvijai un tās sabiedriskajiem medijiem ir jāapzinās ne tikai nacionālā, bet arī Eiropas un starptautiskā dimensija kopumā, kas līdz ar integrāciju ES telpā daļēji nosaka arī Latvijas publiskās telpas regulācijas nosacījumus un līdz ar to sabiedriskās televīzijas darbību. Līdz ar to ir jāņem vērā, ka arī politiskie, sociālie un ekonomiskie procesi transnacionālā līmenī šodien ietekmē Latvijas politiskās kopienas dzīvi un ir potenciāli nozīmīgi publiskās

sfēras diskusiju jautājumi, kas aktualizējami arī Latvijas iedzīvotāju vidū. Savukārt sabiedriskā televīzija ir nozīmīgs starpposms šīs publiskās sfēras veidošanā.

LITERATŪRA

- Baisnée, O. (2007). The European Public Sphere Does Not Exist (At Least It's Worth Wondering...) *European Journal of Communication*, 22(4), 493–503. DOI: 10.1177/0267323107083065
- Brikše, I. (2002). Latvijas mediji: izaicinājumi, ieguvumi un draudi (1987–2002). No: *Sociālekonomiskā procesa trajectorija Latvijā laikā no 1985. līdz 2002. gadam. Kur tā ved Latviju?* Ventspils: Ventspils Augstskola, 294.–306. lpp.
- Brikše, I. (2002). Publiskās sfēras attīstība Latvijā: indivīda un interneta aspekts. No: Brikše, I. (red.). *Latvijas Universitātes raksti*. 648. sēj.: *Komunikācija: Kultūra, mediji, sabiedrība*. Rīga: Zinātne, 88.–98. lpp.
- Brikše, I. (2005). Publiskās sfēras demokratizācijas iespējas: *Perestroikas un glasnostj* aspekts Latvijā (1988–1990). No: Brikše, I. (red.). *Latvijas Universitātes raksti*. 683. sēj.: *Komunikācija: Kultūras un vēstures diskurss*. Rīga: LU Akadēmiskais apgāds, 192.–209. lpp.
- Brikše, I. (2006). Informācijas vide: teorētiskās pieejas un skaidrojumi. No: Brikše, I. (red.). *Informācijas vide Latvijā: 21. gadsimta sākums*. Rīga: Zinātne, 7.–42. lpp.
- Castells, M. (2008). The New Public Sphere: Global Civil Society, Communication Networks, and Global Governance. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 616, 78–93. DOI: 10.1177/0002716207311877
- Crossley, N., Roberts, J. M. (eds). (2004). *After Habermas: New Perspectives on the Public Sphere*. Oxford: Blackwell Publishing.
- Curran, J. (2003). *Media and Power*. London, New York: Routledge.
- Dahlgren, P. (1995). *Television and the Public Sphere. Citizenship, Democracy and the Media*. London: Sage Publications.
- Downey, J., Fenton, N. (2003). New Media, Counter Publicity and the Public Sphere. *New Media @ Society*, 5(2), 185–202. DOI: 10.1177/1461444803005002003
- Eriksen, E. O. (2005). An Emerging European Public Sphere. *European Journal of Social Theory*, 8(3), 341–363. DOI: 10.1177/1368431005054798
- Gardiner, M. E. (2004). Wild Publics and Grotesque Symposiums: Habermas and Bakhtin on Dialogue, Everyday Life and the Public Sphere. In: Crossley, N., Roberts, J. M. (eds). *After Habermas: New perspectives on the Public Sphere*. Oxford: Blackwell Publishing, pp. 28–48.
- Gripsrud, J. (2007). Television and the European Public Sphere. *European Journal of Communication*, 22(4), 479–492. DOI: 10.1177/0267323107083064
- Habermas, J. (1981). *The Theory of Communicative Action. Volume 2: Lifeworld and System: a Critique of Functionalist Reason*. Cambridge: Polity Press.
- Habermas, J. (1995). *The Structural Transformation of the Public Sphere. An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. Cambridge: The MIT Press.
- Habermas, J. (2004). Public Space and Political Public Sphere – the Biographical Roots of Two Motifs in My Thought. *Commemorative Lecture, Kyoto Nov. 11, 2004*. Retrieved February 20, 2009 from http://homepage.mac.com/gedavis/JH/Kyoto_lecture_Nov_2004.pdf
- Habermas, J. (2006). *Time of Transitions*. Cambridge: Polity.
- Harrison, J., Woods, L. M. (2001). Defining European Public Service Broadcasting. *European Journal of Communication*, 16(4). DOI: 10.1177/0267323101016004003
- Lauristin, M. (2007). The European Public Sphere and the Social Imaginary of the “New Europe”. *European Journal of Communication*, 22(4), 397–412. DOI: 10.1177/0267323107083058

- Papacharissi, Z. (2002). The Virtual Sphere: The Internet as a Public Sphere. *New Media & Society*, 4(1), 9–27. DOI: 10.1177/14614440222226244
- Papacharissi, Z. (2004). Democracy Online: Civility, Politeness, and the Democratic Potential of Online Political Discussion Groups. *New Media & Society*, 6(2), 259–283. DOI: 10.1177/1461444804041444
- Risse, T. (2003). *An Emerging European Public Sphere? Theoretical Clarifications and Empirical Indicators*. Paper presented at the Annual Meeting of the European Union Studies Association (EUSA), Nashville, TN, 27–30 March. Retrieved February 20, 2009 from www.atasp.de/downloads/030322_europe_public.pdf.
- Splichal, S. (2006). In Search of a Strong European Public Sphere: Some Critical Observations on Conceptualizations of Publicness and the (European) Public Sphere. *Media, Culture & Society*, 28(5), 695–714. DOI: 10.1177/0163443706067022
- Syvetsen, T. (2003). Challenges to Public Television in the Era of Convergence and Commercialization, *Television & New Media*, 4(2), 155–175. DOI: 10.1177/1527476402250683
- Trenz, H. (2005). The European Public Sphere: Contradictory Findings in a Diverse Research Field. ARENA. *Centre for European Studies. University of Oslo*. Retrieved February 20, 2009 from www.arena.uio.no/events/documents/TRENFEB05.pdf
- Winocur, R. (2003). Media and Participative Strategies. The Inclusion of Private Necessities in the Public Sphere. *Television & New Media*, 4(1), 25–42. DOI: 10.1177/1527476402239431



NOBEIGUMS

Skaidrīte Lasmane, Vita Zelče

Akadēmiskā pētniecība parasti saistās ar priekšstatiem par stabilitāti, mieru un lēnu pamatīgumu. Arī 2019. gadā uzsāktais mediju ekoloģijas pētījums Latvijā solīja parasto mierīgo pētniecības ritmu. Iepriekšējā 2018. gadā pabeigtā Latvijas Universitātes Sociālo zinātņu fakultātes Sociālo un politisko pētījumu institūta un Komunikācijas studiju nodaļas kolektīvā monogrāfija "Latvijas mediju vides daudzveidība" deva pietiekamu pieredzi un ierosmi mediju vides turpmākai izziņai ekoloģijas virzienā.

Taču sākotnējo iecerī par vispārīgu mediju ekosistēmas stāvokli un funkcionēšanu Latvijā citā gultnē ievirzīja SARS-CoV-2 pēkšņā realitāte 2020. gada martā ar sāpīgu kolēģa Rolanda Tjarves (1966–2020) zaudējumu pēc neizcīnītas uzvaras pār vēl neiepazītā koronavīrusa izraisīto slimību pašos tās izplatības pirmsākumos. Tad arī tapa lēmums pavērst mediju ekoloģijas pētījumu pandēmijas izraisītās krīzes kopsakarā, sekojot līdzī krīzes realitātes attīstībai. Iecere īstenota 16 autoru kopdarbā par krīzes ekoloģijas notikumiem un to atveidojumu Latvijas mediju vidē.

Cilvēce piedzīvojusi ne vienu vien vīrusu un slimību izraisītu krīzi, tās norisi atveidojot mākslas darbos, hronikās, vēstulēs, dienasgrāmatās, filozofiskos vispārinājumos, avīžu ziņās, zinātniskos secinājumos un citos pieredzes veidos. Pēdējā pandēmija atšķiras no iepriekšējām ar nesalīdzināmu informācijas iespēju ātrumu, daudzumu un plašumu. Jaunās digitālās komunikācijas tehnoloģijas neskaitāmos medijos ik brīdi sniegušas ziņas par slimības norisi, statistiku, cilvēku ikdienu un eksistenci slimības un stingru ierobežojumu apstākļos, atklājot daudzveidīgus iespaidus, emocijas, pretrunīgus situācijas vērtējumus un skaidrojumus. Blakus patiesiem faktiem un vēstīm mediji nav pasargāti no apzinātiem vai neapzinātiem viltojumiem un maldinošiem naratīviem. Pieejamais informācijas daudzums prasījis laiku tā apguvei, tāpēc sinhronā notikuma pētniecība, dzīvojot un līdzdarbojoties pašā notikumā, vairāk piedāvā deskriptīvu ainu, dokumentējot mediatizētos pandēmijas notikumus un to pieredzi. Turklāt monogrāfijā apkopota vēl nepabeigtā krīzes procesa norise, atveidojot tikai daļu no

tās – sākumu un pirmā gada pieredzējumu. Dziļākai krīzes notikuma un tā seku analīzei nepieciešama lielāka distance un krietni ilgāks laiks.

Covid-19 pandēmija bija pirmā pandēmija, kas norisinājās sociālo mediju laikmetā un kas arī izraisīja infodēmiju, kurā uzplauka plaša dezinformācija un viltus ziņas. Cilvēki krīzes situācijā varēja dalīties ar dezinformāciju, un daudzi to arī darīja, neapzinoties, ka kavē cīņu ar slimību un vakcināciju, vai arī tīšām – savu baiļu, vieglprātības, nezināšanas, aizspriedumu vai ļauna nolūka vadīti. Tādējādi par vienu no svarīgākajiem valdību uzdevumiem Covid-19 pandēmijas laikā kļuva zināšanu par higiēnu, slimības izplatības novēršanas/mazināšanas uzvedības modeļiem un sociālo disciplīnu izplatība, kā arī vairāku prātību – veselībprātības, informācijprātības, medijprātības – veicināšana. Tāpat šis laiks lika gan medijiem, gan pētnieciskajām institūcijām, valstiskajām un nevalstiskajām organizācijām kļūt par faktu pārbaudītājiem, viltus ziņu atmaskotājiem un dezinformācijas izplatības apkarotājiem. Šajā jomā kopumā tika gūti labi panākumi¹.

Mediju ekoloģijas pētījums atklāj uzticamu liecību par daudzveidīgām pielāgošanās darbībām un izdzīvošanas stratēģijām iepriekš neparedzamā situācijā. Vērojumos un analizē izgaismojas mediju ekosistēmas stabilitātes saglabāšanas un izdzīvošanas pieredze gan ar nenovēršamiem zaudējumiem, gan ieguvumiem, inovatīvi un elastīgi izmantojot apstākļu pieprasījumu un jauno tehnoloģiju piedāvātās iespējas.

Ja 2020. gadā vēl šķita, ka attālinātais darbs un mācības ir īslaicīgs pandēmijas izraisīto ierobežojumu problēmrisinājums, tad jau nākamajos gados tapa skaidrs, ka tā ir kļuvusi par ilglaicīgu nodarbinātības un zināšanu apguves formu, kurai ir sava patstāvīga vieta sociālajā ekoloģijā. Šis pārmaiņas mainījušas arī indivīdu un sociālo grupu komunikāciju, mediju un informācijas lietošanas paradumus.

Monogrāfija nav tikai ierobežots mediju vides pētījums, bet atstāj pārliecību par mediju neaizstājamo lomu krīzes vadīšanā, sabiedrības noskaņojuma veidošanā un tās iesaistē solidārā kopdarbībā, veicinot sociālās ekosistēmas attīstību par spīti neparedzamībai, sarežģījumiem, pretdarbībām un pretrunām.

Covid-19 pandēmija pieder pie smagākajām krīzēm cilvēces vēsturē. 2023. gada marta sākumā, kad noslēgumam tuvojās darbs ar šīs kolektīvās monogrāfijas korektūrām, pasaulē ir reģistrēti 676 miljoni saslimšanas gadījumu un apstiprinātas 6,88 miljonu cilvēku nāves no šīs slimības.² Aprēķini vēsta, ka Latvijā trīs gadu laikā Covid-19 prasījis vairāk nekā 6600 cilvēku dzīvības. Joprojām izskan dažādas prognozes par Covid-19 izplatības tālāko gaitu, medijos mēdz parādīties brīdinājumi, ka iespējami tās jauni uzliesmojumi. Piedzīvotās epidēmijas pieredze rosina domāt un veikt konkrētus pasākumus, lai valstu un sabiedrības gatavība

¹ Vairāk sk.: Lim, R., Vakis, R., Dugas, M. (2022). Preparing for the Next Pandemic? Here are Lessons Learned from the Last Two Years. [Wordbank.org](https://blogs.worldbank.org/health/preparing-next-pandemic-here-are-lessons-learned-last-two-years), 7. Nov. Retrieved from: <https://blogs.worldbank.org/health/preparing-next-pandemic-here-are-lessons-learned-last-two-years>

² LSM.lv Ziņu redakcija (2023). Latvijā mazinās saslimstība ar gripu; pieaudzis ar Covid-19 inficēto skaits slimnīcās. [LSM.lv](https://www.lsm.lv/raksts/zinas/latvija/15.03.2023-latvija-mazinas-saslimstiba-ar-gripu-pieaudzis-ar-covid-19-inficeto-skaitis-slimnicas.a500968/), 15. marts. Izgūts no: <https://www.lsm.lv/raksts/zinas/latvija/15.03.2023-latvija-mazinas-saslimstiba-ar-gripu-pieaudzis-ar-covid-19-inficeto-skaitis-slimnicas.a500968/>

nākamajām pandēmijām būtu daudz labāka. Tomēr 2023. gada janvāra nogalē Pasaules Veselības organizācijas vadītājam Tedrosam Adanomam Gebrejesusam (*Tedros Adhanom Ghebreyesus*) nācās atzīt: “Mēs nevaram kontrolēt vīrusu, bet mēs varam darīt vairāk, lai novērstu iedzīvotāju un veselības sistēmu ievainojamību. Mēs joprojām ceram, ka šajā gadā pasaule pāries jaunā posmā, kurā mēs samazināsim hospitalizāciju un nāves gadījumu skaitu līdz zemākajam iespējamajam līmenim un veselības sistēmas spēš pārvaldīt Covid-19 integrētā un ilgtspējīgā veidā.”³

Monogrāfija pabeigta laikā, kad sabiedrība piedzīvo jaunu, iespējams, daudz smagāku, brutālāku un nežēlīgāku sociālās ekosistēmas pārbaudījumu – 2022. gada 24. februārī Krievijas uzsāko karu Ukrainā. Mediju informatīvā un morālā atbildība par barbariskā 21. gadsimta noziedzīgā militārā notikuma un krīzes atveidojumu ir jauna pētījuma uzdevums.

Atsauksmes un ieteikumus lūdzam adresēt:

Komunikācijas studiju nodaļa
Sociālo zinātņu fakultāte
Latvijas Universitāte
Lauvas iela 4
Rīga, LV-1019

vai e-pastā: szf@lu.lv

Paldies!

³ Plūme, R. (2023). PVO: Covid-19 pandēmija joprojām uzskatāma par starptautisku ārkārtas situāciju. *LSM.lv*, 30. janv. Izgūts no: <https://www.lsm.lv/raksts/zinas/arzemes/pvo-covid-19-pandemija-joprojam-uzskatama-par-starptautisku-arkartas-situaciju.a494083/>

2020

Gads, kurā pasaule apstājās

Vai vakcīnas uzvarēs Covid-19? Reanimācijas ārsti: strādājām katstrafas apstākļos, lai ar mūsu tikt līdz pavasarim

- Kā Covid-19 apdraud pasauli un kā to kontrolēt
- Ar kādām vakcīnām cīnīties pret Covid-19
- Algas jauniem Latvijas medikāliem: ir vēl jāstrādā



Virusa likumi

- Par ko runā Covid-19: kāpēc šis vīruss ir tik bīstams
- Kāpēc šis vīruss ir tik bīstams: kāpēc šis vīruss ir tik bīstams
- Par ko runā Covid-19: kāpēc šis vīruss ir tik bīstams



Ārējo drošības līnijas

The Economist

The next catastrophe (and how to survive it)



Diagnoze kaimiņos

Kā ar Covid-19 cīnās Lietuvā un Igaunijā



Kāpēc inficējās Latvijas medikāli?

Par ko runā Covid-19: kāpēc šis vīruss ir tik bīstams

ir



ir

Par ko runā Covid-19: kāpēc šis vīruss ir tik bīstams

Par ko runā Covid-19: kāpēc šis vīruss ir tik bīstams

Covid-19 otrais raunds

Kā izlabot testēšanas jaudu, kas mums steidzami vajadzīga?



Par ko runā Covid-19: kāpēc šis vīruss ir tik bīstams

Divi metri nepazudis

Premjerministrs Krišjānis Kariņš par dzīvi pēc ierobežojumiem

Par ko runā Covid-19: kāpēc šis vīruss ir tik bīstams

The Economist

Your country needs me

A pandemic of power grabs



Pandēmija upuris

Kā vaicāts plāno atgūt arfaktīvā glābšanā ieguldīt 250 miljonus?

ir

Taisa vakcinu!

Kādi ir labieši zinātnieku domas Covid-19 vakcīnas izstrādāšanā? Kāpēc šis vīruss ir tik bīstams?



ir

Par ko runā Covid-19: kāpēc šis vīruss ir tik bīstams

2020

Gads, kurā pasaule apstājās

Apturi virusu

Kāpēc šis vīruss ir tik bīstams? Kāpēc šis vīruss ir tik bīstams?



Smag sekas

Kāpēc šis vīruss ir tik bīstams? Kāpēc šis vīruss ir tik bīstams?



LATVIA'S MEDIA ECOLOGY IN THE 2020 PANDEMIC CRISIS

SUMMARY

The book “Latvia’s Media Ecology in the 2020 Pandemic Crisis” is the result of the Latvian Council of Science Fundamental and Applied Research Project Programme project “Analysis of Changes Caused by the Fourth Industrial Revolution” (2019–2020). Its aim is to study the ecology of Latvia’s media, its strengths and weaknesses during a pandemic caused by SARS-CoV-2 in an environment of new communication technologies. The project was realized at the Advanced Social and Political Research Institute of the University of Latvia Faculty of Social Sciences and the Department of Communication Studies. The team of authors comprises lecturers and researchers, as well as doctoral and master’s programme students of these institutions. The study was conducted in the second half of 2020, and the manuscript of the book was completed during the last months of 2020 and at the beginning of 2021.

During the second year of the project, its researchers, just like the entire civilized world, faced a complex, exceptional challenge – a new, unprecedented pandemic. As early as the end of 2019, the rapid spread of a new respiratory infectious disease, the coronavirus SARS-CoV-2 or COVID-19 became a global concern. On 2 March 2020, the first case of COVID-19 was confirmed in Latvia, and from 8 March onward the virus spread throughout the country with increasing speed. On 11 March 2020, the World Health Organization (WHO) declared that this infectious disease had reached the level of a global pandemic. A day later, on 12 March, Prime Minister Krišjānis Kariņš, using the Civil Protection and Disaster Management Law, the Emergency Situation and State of Exception Law, and the Epidemiological Safety

Law, declared a state of emergency in Latvia aimed at restricting the spread of COVID-19. On 14 March, the Latvian Centre for Disease Prevention and Control (CDPC) began publishing daily statistical updates on the incidence of COVID-19 in the Latvian population. For two years, until the first months of 2022, this information was the leading news item in the media, forming the main characteristics of reportage for the rest of the day.

In March 2020, the implementers of the project decided to monitor and analyse the media ecology of Latvia during the initial period of the COVID-19 pandemic and the resulting social crisis. The results of this work are summarized in the collective monograph “Latvia’s Media Ecology in the 2020 Pandemic Crisis”. The volume is based on a number of theoretical approaches to media ecology and the media ecosystem. Media ecology consists of the concept of a network, with interconnections and synthesis of the interrelationships of many phenomena and developments. It reveals the vital and dynamic presence of the media in the social ecosystem. While taking for granted the role of the media in informing the public and communicating with it, this subject necessitates delving into the special relationships and transformations that the presence of diverse media induces in the social and cultural environment of which it is a part.

The approach of media ecology entered research at the turn of the 1960s and 1970s with the work of Neil Postman, an American theorist of education and culture. With this approach, he proposed that media studies be thought of as environmental studies that encompass the interactions between people/society and the media, namely, their impact on people’s consciousness, worldview, perception, beliefs, feelings, relationships and how media-driven changes facilitate their adaptation to environment and contribute to survival and development. The ecological aspect or orientation refers to the conjunction and interconnection illustrated by the origin of the concept of ecology (Gr. *oikos* – house), where the house represents a set of conditions indispensable for the maintenance of life – refuge, security, protection, survival and development. Today, the concept and research of media ecology continues to supplement and deepen the field and theory of communication, pointing to the significant interconnections of current era – the presence of technical innovations and interactions with a human, as well as a social community, both being influenced and exerting influence thereupon. At the same time, a new tradition of research is engendered, and its central principle is that the media are not just a communication channel, technology, means, tool or form, but function in the environment and act as part of the environment, transforming people’s daily lives, thinking, relationships and patterns of social behaviour, as well as the media environment itself. From a narrowly instrumental and isolated field, research in media communication thereby gains an interdisciplinary character.

The increasingly evident changes brought about by new digital technologies are undeniable, even when we abstain from an unreflective technological determinism. Transformation and its impact in practice move at a faster pace than society, and individuals are able to master, become aware of, name, give meaning and comprehend its effect. Only after some time and experience will the changes and their consequences, as well as the opportunity

to navigate them theoretically and conceptually, become sufficiently clear. It is for a good reason that modern rhetoric is flooded with terms that contain the prefix “post-”, pointing to the presence of something former, past and transformed in the new and different relationships. The denial of the denial, conceived by the German philosopher Georg Wilhelm Friedrich Hegel and the reversal of the previous state (*Aufhebung*) help to understand the use of “post-”, when, simultaneously, something of the previous disappears and yet remains in the next stage of development, creating new forms of relationship, environment and impacts.

The German researchers Uwe Hasebrink and Andreas Hepp discern at least five important trends in the development of today’s media environment: firstly, further differentiation of technology-based media; secondly, a wide range of individual and collective connections in time and space; thirdly, the growing presence of the media in all spheres of social life; fourthly, the rapid pace of innovation in the creation of new media technologies and services; and, fifthly, an increase in the level of social life datafication as a result of these changes. With technology, perceptions of traditional journalism in the media are changing. The role and functions of journalists are changing with the transformation of the media environment. The roles of the media as a source of information, a watchdog, a gatekeeper, a public representative, a political mediator and other traditional journalistic roles are being reviewed, with the unrestricted involvement of any user of digital platforms in the creation of informative content. Perceptions of traditional journalism in the media are altered by technologies. The role and functions of journalists are changing along with the transformation of the media environment. The roles of the media as a source of information, a watchdog, a gatekeeper, a public representative, a political mediator and other traditional roles are revised and transferred to digital or participatory journalism, with the unrestricted involvement of any user of digital platforms in the creation of informative content.

These and other changes, their ecological usefulness and functions are more intensely revealed during a crisis, when the conditions for survival and development become more acute and undergo transformations. The idea of ‘crisis’ (from Greek *krisis* – decision, judgment) was first used in medicine. A ‘crisis’ marks a turning point in the course of an illness, followed either by improvement or deterioration of the patient’s condition. The concept of crisis, adopted from medicine, today is used to refer to any dangerously high-risk stage of development. The crisis can denote difficulties and losses as well as social change, a social experiment involving a shift in daily habits, with new initiatives emerging alongside unforeseen and inevitable losses, simultaneously seeking new assessments and reassessments.

Normally a crisis signifies a set of events that we perceive as a drastic change, caused mostly by a negative alterations that affect the stability and future development of a natural or social ecosystem. A crisis is a disruption of a more or less interdependent and life-friendly functioning that causes other parts of the ecosystem to reorganize. Crises arise as a result of risks and their inherent unpredictability and contingency. The unusualness of the circumstances and the situation as a whole calls for clarification and the assigning of new meanings to events. There is a growing need for reinterpretation, which is not common in normal

living conditions. In connection with the world economic crisis of 1933, the Latvian philosopher Teodors Celms described the crisis as “a break in the course of some development, after which this development either proceeds in a new direction of growth or approaches the abyss of non-existence”. The crisis is a tense time of concentration, intensifying the energy of action both for practical existential existence and for research and reflection.

The studies exploring Latvia’s media ecology, which form the substance of the present monograph, were conducted simultaneously with the “fracture” caused by the coronary virus SARS-CoV-2 and the COVID-19 pandemic, as reported by World Health Organization (WHO) on 9 March 2020. WHO addressed the media, requesting that the aforementioned concept should not be perceived and used too carelessly or abusively. Pandemic crisis mediation, empathic experience, observation, survey data, reflection and analysis reveal the common but differing presence, functions and role of traditional and digital communication technologies in the informative reproduction of the crisis, shaping, managing and overcoming public sentiment and attitudes. Following the events in the world and in Latvia, both during the months of the state of emergency declared by the government in the first wave of coronavirus activity (12 March–9 June 2020) and during the second wave (9 November 2020–11 January 2020), changes in the media environment were observed, dated and interpreted during the abatement and exacerbation of the crisis, while the links of these changes with the economy, politics, culture, people’s home life and interrelationships were explored. The presence of digitization in a “common situation” is particularly accentuated. The studies delve into the practical integration of diverse media in times of crisis, as well as assesses forecasts of changes in the media environment and techno-ecology development. Echoing Jacques Ellul, who was among the first to describe technological systems, it has to be acknowledged that many conclusive observations not yet possible regarding the conjunctions. Certain changes as a result of the crisis, adjustment, and in the perspective are revealed, however, in this exploration of Latvia’s media ecology.

The monograph “Latvia’s Media Ecology in the 2020 Pandemic Crisis” is arranged in six parts, consisting of 30 chapters. Part 1, **“What is Media Ecology?”**, offers a review of the theories of the media ecology approach and the tradition of its use in research. The author of this part, **Vita Zelče**, discusses the importance of the concepts of fragmentation, pluralization, evolution and revolution in the analysis of the media ecosystem. Particular attention is paid to the place of the digital ecosystem and its transforming role in the functioning of the media environment as a whole. The author also discusses the impact of the crisis on media ecology and the issues pertaining to the interaction between the two social phenomena. She concedes that the crisis caused by the COVID-19 pandemic has likely had a long-term impact on the media ecosystem, but that it is not yet possible to fully grasp its scale.

Part 2, **“The Role of the Media in a Crisis Situation: Its Announcement, Informative Reproduction, Management”**, consists of seven chapters that explore the various fields of media activity in the workings of the sudden crisis of 2020. This part opens with the study by **Renārs Felcis** on the information functions of the media and trust therein in crisis conditions,

emphasizing the role of media in announcing, reproducing, management and forecasting of the crisis. The results of a representative quantitative survey conducted in August–October 2019 within the framework of the project “Latvia’s Media Ecology: Analysis of Changes Caused by the Fourth Industrial Revolution” are analysed. The researcher concludes that the people who generally do not trust the media are more willing to use a greater variety of information sources in the event of an epidemic than those who trust the media. In general, trust in traditional media does not mean that they will be used more often in crisis situations. Felcis points out that the analysis of the survey results present evidence that obtaining information about current events is mostly determined by habit, and not by the trust in the media.

The next chapter is devoted to the media economy and its transformations in the context of the crisis. Its authors – **Klinta Ločmele**, **Laura Uzule** and **Raivis Vilūns** – admit that the situation of COVID-19 has had a negative impact on the ecology of Latvia’s media. It created financial problems and seriously affected those media that were/are less adapted to the technological environment of the 21st century. On the other hand, the Internet media experienced a rise in audiences. The researchers also outline the numerous changes in the work of the media: the use of new technologies and methods for gathering information and conducting interviews, the organization and practice of security measures, the increase of communication on social networks, the creation of new columns and programs. The support programmes and implemented project competitions of state-funded media enabled many of the latter to continue their work and played an important role in media ecology.

In Chapter 3 of Part 2, **Ojārs Skudra** discusses political-medical communication in the COVID-19 period, analysing the content of the periodicals *Ir* and *SestDiena*. The researcher considers the problem of the rationality of democracy in Latvia. The interviews and coverage of opinions voiced by politicians and public officials in both periodicals show that the rationality of democracy is quite threatened and irrationality often prevails. This is illustrated by the many examples analysed used by Skudra.

The next chapter, by **Marīta Zitmane**, scrutinizes advertising in the COVID-19 crisis. Analysis of CDPC, health institutions and various companies considers the messages in advertisements tasked with managing society in a risk situation and creating a socially desirable and responsible behaviour. The researcher concludes that the crisis has highlighted the importance of advertising in the management of society and its social functions. In 2020, a number of commercial brands successfully filled a crisis management function, whereas the state did not fully exploit the potential of advertising as a public management tool by focusing solely upon briefings about desired social behaviour and omitting messages about support, unity and the overcoming of difficulties.

Part 2 of the book also includes a chapter by **Laura Uzule** on the role of regional media in crisis management and communication. Based on content analysis, the results of surveys and interviews with local media journalists, the researcher identifies the agenda of regional media and their functioning during the crisis, and examines survival issues and possible solutions. Uzule emphasizes that regional media are an important part of the Latvian media ecosystem,

being the only mechanism for balancing regional power. Allowing regional newspapers to disappear would eliminate the supervision of and control over power in local governments. The analysis of the current situation shows that the regional press is facing major changes. It will have to reorganize by expanding its activities on electronic platforms and social networks. The researcher also points out that currently the activities of regional media are based mainly on the enthusiasm of employees and an immense work overload that, moreover, is not sufficiently remunerated financially.

Part 2 continues with **Skaidrīte Lasmāne's** exploration of media ethics in a pandemic. The author emphasizes the role of quality communication and responsibility in media ecology. Media ethics in a crisis situation are assessed primarily in terms of pragmatic utility (ethics of utilitarianism) and ethics of duty. This includes the practical contribution of the media to prudent crisis management, facilitating social adaptation to life in different circumstances and guiding it into circumstances of post-crisis change. According to Lasmāne, cohesive attitudes and proactive action play a crucial role in overcoming the crisis, and these cannot be generated solely through police-style supervision, control and punishment, but also need empathetic voluntarism addressing and including everyone in a strategy of positive adaptation and resolution. Modern communication technologies initiate the transition from information ethics to communication ethics, and thus the demand for digital or e-professionalism is growing in media ethics.

Part 2 concludes with **Klīnta Ločmele's** study of media literacy during the pandemic. To describe the situation, she uses the concept of disinfodemic introduced by the United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO) and combines the words “disinformation” and “pandemic,” thus demonstrating the link between false information and its potential impact on the course of COVID-19. The author points out that the pandemic created several challenges for media literacy: the need to critically evaluate the statements of experts and eyewitnesses, to formulate the limits to the understanding of freedom of expression, to distinguish pseudoscience content from real scientific substantiation, to identify misinformation on the social media, and to nurture critical thinking skills. Media literacy during a pandemic matters if a person wants to be able to evaluate information in changing circumstances or adapt their skills to different situations, concludes Ločmele.

Part 3 of the book is entitled “**New Extended Functions of Digital Technologies**”. It focuses on digital or e-media, their place in the media ecosystem and their extended use and impact in times of crisis. In Chapter 1 of this part, **Raivis Vilūns** describes the informative and communicative opportunities and shortcomings of the social networks widely used in Latvia during the pandemic, as well as the ways in which public officials, the government, and private persons used their accounts during the emergency to provide information and share individual experience. The researcher concludes that in the pandemic in 2020, social networks became a channel for disseminating official information, allowing their users to share their experiences, thoughts and observations and participate in discussions of them, thus enhancing the experience of unity and providing emotional support. During the crisis,

the dissemination of false news on social networks and the subsequent exposure became more intense.

Sanita Dubra discusses private spaces, namely, the public performances that revealed the interiors of people's homes in video communication in the early stages of the pandemic. The constraints of the pandemic directly affected the daily lives of many people and families, upsetting the balance between home and work. Private spaces turned into workplaces, classrooms, auditoria and home video studios, that is, sites from which officials and experts gave interviews and offered commentary to the media. The researcher concludes that the transformations brought by video communications revealed vividly the impact of the crisis caused by the pandemic. The losses incurred included the manner in which work had been organized earlier, the dilution of social contacts, and the diminution of privacy; whereas the benefits included new digital skills, more options in work organization and a clearer awareness of the fact that that physical boundaries do not constitute a barrier to professional communication.

Velta Skolmeistere looks at a new phenomenon in the communicative environment – the documentation on *Instagram* of daily life during the pandemic. The author suggests that over time, these social network diaries will probably become valuable historical testimony. During the pandemic, the depiction of everyday life on *Instagram*, on the one hand, was not much different from everyday content on the social media, but, on the other, new nuances did emerge: attempts to inspire others with one's example; identification of oneself with one's reflections and the home environment, instead of with public undertakings and outdoor activities; and highlighting the benefits of the pandemic, thereby promoting reconciliation with the situation.

Velta Skolmeistere is also the author of the two following chapters. In the first, she discusses a new phenomenon – the digitization of the church – by analysing live worship broadcasts of Christian denominations. The researcher points out that the pandemic reality, which emerged and developed very rapidly, forced religious organizations to intensify their presence in the digital media while at the same time explaining how digital interaction fitted into the theological perspective and religious practices of a particular denomination. Religious organizations had already used social networking sites – mainly *Facebook*, but also *Instagram* and *Twitter* – before the start of the pandemic, but, as the pandemic continued, the use of social networking was intensified and diversified. The author concludes that although the level of activity on different websites and social media platforms differed, Latvia's Christian denominations and their spiritual leaders are now very much present in digital space.

In the next chapter, **Skolmeistere** looks at the transformation of the digital forms of theatre and concerts, that is, the arrival of art on the social media scene. In the immediate aftermath of the state of emergency on 12 March, a number of initiatives were launched on social media platforms in order to offer cultural content to the public, on-site events having been banned. In general, the cultural products that could be enjoyed digitally during the pandemic included plays, literature readings, video recordings of songs, series created by theatres, concert broadcasts, car concerts, and celebrations. The author emphasizes that new discoveries

were made in the mastering social media platforms, in producing content and presenting it to a wider audience, and in creating meeting spaces in which it was possible to invite individuals and a wider audience to engage in conversations.

Viktors Freibergs describes how the Latvian Film Festival *Lielais Kristaps*, the Riga International Film Festival (Riga IFF), the Baltic Sea Docs Forum and the European Cinema Night, and other cinema events adapted to the crisis. Their organizers sought flexible approaches so that festivals and events would not be cancelled. The researcher underlines that the role of cinema as a medium in media ecology should be viewed in two ways: from the perspective of the common media ecosystem; and internally, i.e., from the perspective of each medium's development and accessibility on the new digital platforms. During the pandemic, cinema was increasingly consumed as an essential medium, enriching the overall picture of media ecology, and came to play a much more significant and broader role in the entire media ecosystem. The variety of screening platforms allowed consumers to access films at a convenient time and place, so that viewing of film was no longer tied to a specific location – the cinema auditorium.

Elza Lāma evaluates the adaptation of the education system to the crisis and its mediating role. The study looks at the dominant media discourses about the challenges to education presented by the crisis from the declaration of the first state of emergency in March 2020 until the end of the year. Comparing the “first” and “second wave” of the pandemic, the researcher describes a marked polarization. In the spring of 2020, the media are dominated by a neutral, even positive attitude, reflecting the crisis-incurred circumstances as a challenge and an impetus for long-awaited changes in the education system; while in the autumn a pronounced negativity appears, together with the highlighting on persisting problems that have remained unsolved. The researcher points out that it was during the crisis that the social media offered the most balanced flow of news on education issues, trying to offer a comprehensive overview of current events, describing ongoing problems and inviting experts to reflect on productive solutions to them.

The study by **Sandis Sauka** reveals the character and challenges of media coverage of sports during the pandemic, and the constraints imposed on it by the emergency situation. The chapter discusses the cancellation and/or transformation of sporting events; the impact of the postponement of the Tokyo Olympics, which included the introduction of new topics in sports journalism; and the emergence of a new sports media agenda in which relatively minor developments in sports life became extended to media events. Likewise, this chapter looks at the airing of games that took place without the on-site presence of viewers. The chapter also considers the media resonance of international sports events taking place in Latvia. Sauka points out that the crisis period confirmed the ability of Internet media (compared to other media) to retain flexibility in changing conditions and in coping with the dynamics of unpredictable content.

Part 4, entitled “**Public Disposition and Its Management in Crisis Conditions,**” is introduced by **Skaidrīte Lasmane's** study of the role of emotional disposition in the ecology

of the crisis. It provides an explanation of the concept of emotional disposition, explaining that it involves a combination of different emotional and reflexive interpretations and attitudes in response to an ecologically significant event. The researcher describes the disposition of balance and individual responsibility in the Latvian media in seeking to avoid panic and an overly careless or a denial attitude toward the crisis. She concludes that the overall media presentation of the crisis in Latvia, interwoven with diverse attitudes and emotions, should be considered as having been relatively balanced and successful. This is confirmed by one of the most frequently used statements about the crisis: that it is not only a time of loss, but also as an occasion of opportunities. True information disseminated through communication technologies generally allowed the public to maintain an optimum disposition, which deterred both panic and a fatalistic surrender to crisis conditions.

Sanita Dubra focuses on the organization of work in memory institutions – libraries, museums and archives – and their communication with their audiences during the pandemic. In the first emergency period from 12 March 2020 on, museums, archives and libraries were largely closed to on-site visitors. Actual practices varied, however: some libraries provided only remote services, while others handed out books on loan using contactless means. From 13 May on, memory institutions gradually opened up to visitors after a two-month interval, but by 21 December, all culture-related facilities were closed and only remote services and activities in outdoor areas remained. The researcher concludes that in the process new types of services and operations were developed and new experience gained, including work in an emotionally distraught situation. All this is/will be useful for the further development of memory institutions.

Vita Zelče reviewed the mediatisation of Latvian festivities in the COVID-19 context from March 2020 to the first days of January 2021. The researcher identifies the main festivals and their celebration frameworks in the media, and discusses their observance at home by means of the mass media and social networks. She concludes that the analysis of the Latvian festivity culture reveals that celebration and remembrance in the media were primarily framed as an epidemiologically safe or unsafe event, and not as a festive occasion or commemoration. A new image of them emerged in the media: they came to be perceived as potentially a major threat to society and a phenomenon saturated with criminal activity. Staying in one's home and being in contact only with one's own household members became a desirable form of celebration. The situation also rendered festive television and radio programmes and live broadcasts an important, if not the main, form of celebration, with social networks ensuring interaction with other celebrants.

Part 4 continues with **Zane Radzobe's** observations on digital theatre in Latvia in the context of intermedial culture. The author examines public reactions of the artists of the repertoire theatre to the changed situation in their environment, the operation of repertoire theatres and independent theatres in the digital environment, and prevalent cautious attitude towards digital technologies. She concludes that the quality of digital theatre offered during the pandemic crisis can be assessed as poor, with only a few plays being successful.

Radzobe admits that the digital theatre is perceived by Latvian theatre artists and viewers as entertainment and as a random, temporary phenomenon; at the same time, judging by the digital performances in Latvia's theatres, the knowledge and digital skills of theatre artists can be assessed as modest.

Marita Zitmane analyses the role of humour in shaping human disposition, revealing the significance of humour in reducing tension and overcoming difficulties. The researcher points out that during the crisis, most cartoons contained jokes about the economy, the restrictions created during the emergency situation and compliance with them, and home life as dictated by COVID-19, deriding its realities and celebrations. She concludes that in the first wave of the pandemic, humour made almost no mention of emotional experiences and psychological problems, nor did it touch on the gloomiest experiences of a pandemic, including human death. During the second wave, humour acquires new topics, such as conspiracy theories, misinformation, the vaccine against COVID-19, and people's traumatic experiences. Zitmane noted that during the pandemic, humour endowed Latvian society with a public and playful sense of unity, arising from just about everyone finding themselves in the same boat.

Raivis Vilūns looks at the role of pets in the pandemic-caused crisis situation that engendered a peculiar merger of private and public (or professional) life and a time when pets also entered this public space. The author focuses on the roles of pets in the space mediated by digital and traditional technology during the emergency months of spring 2020. He explores the portrayal and presence of pets on social media, in entertainment and in news media. Vilūns concluded that the frequency of published material dedicated to pets increased in the social media. Pets were presented in the roles of victim, threat, dependent, ally, tool, entertainer and valued companion. The pet became a peculiar medium, connecting people as pet owners and thus creating special online communities.

Vilūns is also the author of the next chapter, which describes celebrities on social media and the functions of celebrities during the crisis. The researcher analyses the information published on the website *Instagram*, as well as the information in the most popular Internet sections in Latvia with media entertainment content – *Sejas.lv*, *Delfi Izklaide* and *Jauns.lv*. He indicates that the content published by celebrities had a number of functions, such as entertaining, leading by example, sharing experiences, informing and educating, and promoting products. Vilūns concludes that, although the emergency situation offered celebrities many opportunities to get involved in crisis management, during the first wave celebrities did not take on significantly new functions nor did they actively participate in educating the public. Celebrities also rarely took the opportunity to present themselves as heroes who perform important functions in society, but instead sought to place themselves in the role of victims barred by various restrictions from participating in events.

Part 4 of the book concludes with **Diāna Polgina's** study of the mediatization of addictive substances in the crisis period. A society in crisis due to stress and other unusual conditions can turn to the tactics of denial or avoidance in order to improve its psychological state. This can take the form of, for example, increased alcohol or drug use, smoking, and overeating.

The author calls attention to the accelerated pace of alcohol sales – the substance being used as a sedative – which in Latvia began with the first wave of the pandemic in the spring of 2020. Statistics showed that the consumption of alcohol and tobacco increased in the first months of the pandemic. The researcher points out that online media played the most important role in the transformation of social norms during the restrictions created by the extraordinary situation. They also facilitated the sale of alcohol online, where a major discussion took place regarding the use and availability of addictive substances and problems caused by them.

Part 5 of the monograph, entitled “**Echoes and Experiences of the Past Crises**”, is dedicated to a review of crisis-affected media ecology in the past. The author of the first three chapters is **Vita Zelče**. In Chapter 1, she offers an overview of the functioning of Latvia’s media during epidemics and pandemics from the 18th to the 20th centuries. The researcher discusses spoken and written communication as well as the operation of mass media, and concludes that the Latvia’s history reveals that legal, political and economic preconditions played a decisive role in the operation of media ecology. Restrictions on their freedom did not permit the media to set their own agenda independently and to create a framework for the crisis; they also hindered, and even prevented, the flow of true information. Historical examples confirm that media ecology with easy access to truthful and reliable information and behavioural advice as well as to expert advice based on the scientific knowledge of the relevant period, is beneficial for resolving crises caused by epidemics and pandemics.

In the two following chapters, **Zelče** discusses information about war and war discourses in the press of Latvia in its early days. The first of these chapters deals with World War I, and analyses the content of the daily newspapers *Dzimtenes Vēstnesis*, *Jaunākās Ziņas* and *Rigasche Rundschau*, all published in Riga. The analysis is carried out with the use of the discourse-historical approach, and identifies the discourse-shaping strategies used by these newspapers. The researcher concludes that people had access to a wealth of information about the war even in its first days. Virtually every reader could effortlessly access news of the war, but the newspapers were unable to offer their audiences guidance regarding values, recommendations for action, and future prognoses. In the next chapter, which considers Latvia’s press in the first days of the German–USSR war (1941–1945), **Zelče** continues to review public awareness and war discourses, looking for answers to such questions as what information was available in the media at the very beginning of war, which was simultaneously a major political event, social phenomenon and humanitarian disaster? She analyses the content of the daily newspapers *Cīņa*, *Jaunais Komunārs*, *Darbs* and *Sarkanais Sports*, all published in Riga. The researcher concludes that these newspapers in the first week of the war were not useful to their readers. The press of Soviet Latvia continued to act as a reproducer and distributor of the ideological discourse of the Soviet regime. The ecology of the media, which was fully under the control of a totalitarian power, functioned exclusively in its interests, concludes **Zelče**.

The chapter written by **Kaspars Zellis** is dedicated to the problems of health and media activities in Latvia during the occupation by Nazi Germany (1941–1945). The task of the chapter is to demonstrate how the Nazi-controlled media reacted to health crises. The author provides insight into the political and media environment of the time, analyses the impact of Nazi racial ideology on health policy, and examines the media response to the diseases and epidemics that overwhelmed Latvia during the Nazi occupation. The media, being controlled by the occupation power, were involved in combating various diseases and epidemics, publishing orders and regulations, and carrying out educational work by explaining the origin of diseases, preventive measures and the need to observe hygienic requirements. Nevertheless, communication was dominated by the publication of orders and news about the execution of these orders, and the press did not educate the public on epidemiological issues, the researcher concludes.

In the last chapter of Part 5, **Klīnta Ločmele** looks at an example of communication during a local crisis – the flood in Baltinava on 23 August 2017. The research is based on semi-structured interviews with the residents of the Baltinava region, conducted during a field expedition during 28–30 August 2019. The analysis of media content shows several stages of communication development within a few days. Communication was replaced by practical advice directed at solving the flood-incurred problems; eyewitnesses became sources of information; interpersonal communication was relied upon as was the disclosure of personal experience on social media; and the rise of general media attention about the events in Baltinava took place. The author points out that the role of the community as a whole and its ties is most important in communication about a local crisis.

The concluding part of the book is dedicated to the memory of **Rolands Tjarve**, a Lecturer of the University of Latvia Faculty of Social Sciences, who died during the COVID-19 pandemic on 11 April 2020. This part contains the introductory chapter of his doctoral thesis, “Transformation Processes of Public Television in Post-Soviet Electronic Media Systems,” concerning the operation of the public sphere and public television.

Feedback and suggestions should be addressed to Department of Communication Studies, Faculty of Social Sciences, University of Latvia, Lauvas iela 4, Rīga, LV-1019 or sent by e-mail to szf@lu.lv.

Translated by Andra Dambergā



The Economist

Joe Biden's remarkable comeback
Why NATO should help Turkey
The battle for African democracy
Jack Welch: a troubled legacy

The right medicine for the world economy



SestDiena



Vai Džozeps parķis
IES RĀTĀ?

**CŪKMENU
IZGLĀBĪS JAUNIE**

REDZĒS, KAS MŪS ĀRĀ VILKS

MINISTRU PREZIDIJAS PĀRSPĒJĀJUMS PAR COVID-19 EPIDEMIJAS PĀRVAIRĒŠANAS STRĀTĒGIJU
ESĀM KLUSĪGĀI PĀRVAIRĒŠANAS STRĀTĒGIJU

no epidēmijas
sākoties izvērtoties

bet ar rēķinu uz vienu
stundas ir jābūt šķūļa
un Marja šūnām

Demokrāte – atbilstoši
vērtībām un ētiskām
skatībām



Infektologs Uģis Dumpis
par nākamajiem soļiem
Covid-19 apkarošanā

Jānosargā slimnīcas!

«Mūsu slimnīcās
labāk, kā pašreiz, jābūt
pārticībai.»

Tautas VESELĪBAS avīze

#pallecmājās ABONĒ UN SAŅEM NODERĪGAS DĀVANAS!
10 eiro kupons • Dāvanai spilvens • SOC atbalsts • Segi līdai par 19,99€

Tas tev jāzina!
Jauna Covid-19 analīze 14. lpp.
14 receptes 14. lpp.



Pro
pro

NEATKARĪGĀ

cienu
āršojas

Tokijas olimpiskās spēles 2020.
Būs vai nebūs?



TOKYO 2020

Beidzot: Svētes sektu prasa aizliegt

NEATKARĪGĀ

a krīze izmaksā dā



NEATKARĪGĀ

ru dienu inficējas
maz viens medikis

Pandēmijā
apstāties
pielāgāties
arī bērnos
varm



4. lpp.

es robi kultūras nākotnē



AVIŽE

Juris Binde:
"Digitālā transformācija ir būtiski risinājums, lai nodrošinātu Latvijas ekonomikas atveseļošanos šajā laikā un pēc Covid-19."

Aldons Vrubļevskis:
"Kad dabūsim vakcīnu, mēs domājam, ka šīs vakcīnas izstrāde ir ātrāka, nekā šīs vakcīnas izstrāde."

Gunta Kalvāne:
"Subsīdiju izstrādāšana ir svarīga, lai nodrošinātu darbiniekus, kas ir ietekmēti šīs krīzes laikā, lai tie varētu izdzīvot."

COVID-19 riska pacienti ar slimībām

'A TIME TO HEAL'
TIME

Īpašā situācija Latvijā: ierobežojumi

Kā krīzi gatavojas pārvaldīt Somija un Lielbritānija

Vīruss grāvis dziļu ekonomiskā krīzi

DIGITĀLO REVOLUCIJU ATSTENOJA 12 S

SPECIAL REPORT: HEROES OF THE FRONT LINES



NEATKARĪGĀ

PAREIZI ŠKIRO COVID-19 SLIMNIEI KRITUMUS?

WHEN THE WORLD STOPS

LATVIJA

MĀJAS

KAD DARBS NO MĀJĀM - PIESPĪEDU KĀRTĀ

Netar total iekā

bez skalē

SIRDS KIRURGIJA

Sanita Dubra – *Mg. sc. soc.* LU Sociālo zinātņu fakultātes Sociālo un politisko pētījumu institūta zinātniskā asistente un doktora zinātniskā grāda pretendente.

Saziņai e-pasts: sanita.dubra@lu.lv

Renārs Felcis – *Dr. sc. soc.* LU Sociālo zinātņu fakultātes Socioloģijas nodaļas docents, Sociālo un politisko pētījumu institūta pētnieks.

Saziņai e-pasts: renars.felcis@lu.lv

Viktors Freibergs – *Dr. philol.* LU Sociālo zinātņu fakultātes Komunikācijas studiju nodaļas docents un Sociālo un politisko pētījumu institūta pētnieks

Skaidrīte Lasmane – *Dr. phil.* LU Sociālo zinātņu fakultātes Komunikācijas studiju nodaļas emeritētā profesore un Sociālo un politisko pētījumu institūta vadošā pētniece.

Saziņai e-pasts: skaidrite.lasmane@lu.lv

Elza Lāma – *Mg. sc. soc.* LU Sociālo zinātņu fakultātes Komunikācijas studiju nodaļas lektore un doktorante.

Saziņai e-pasts: elza.lama@lu.lv

Klinta Ločmele – *Dr. sc. comm.* LU Sociālo zinātņu fakultātes Komunikācijas studiju nodaļas docente un Sociālo un politisko pētījumu institūta pētniece.

Saziņai e-pasts: klinta.locmele@lu.lv

Diāna Polgina – *Mg. sc. soc.* LU Sociālo zinātņu fakultātes akadēmiskās maģistra studiju programmas “Komunikācijas zinātne” absolvente.

Saziņai e-pasts: polgina@inbox.lv

Zane Radzobe – *Dr. art.* LU Sociālo zinātņu fakultātes Komunikācijas studiju nodaļas docente un LU Sociālo un politisko pētījumu institūta pētniece.

Saziņai e-pasts: zane.radzobe@lu.lv

Sandis Sauka – *Mg. sc. soc.* LU Sociālo zinātņu fakultātes akadēmiskās maģistra studiju programmas “Komunikācijas zinātne” absolvents.

Saziņai e-pasts: sandis@hey.com

Velta Skolmeistere – *Mg. sc. soc.* LU Sociālo zinātņu fakultātes Komunikācijas studiju nodaļas lektore, Sociālo un politisko pētījumu institūta zinātniskā sekretāre.
Saziņai e-pasts: velta.skolmeistere@lu.lv

Ojārs Skudra – *Dr. hist.* LU Sociālo zinātņu fakultātes Sociālo un politisko pētījumu institūta vadošais pētnieks.
Saziņai e-pasts: ojars.skudra@lu.lv; skudrao@gmail.com

Rolands Tjarve – *Mg. sc. soc.* LU Sociālo zinātņu fakultātes Komunikācijas studiju nodaļas lektors

Raivis Vilūns – *Mg. sc. soc.* LU Sociālo zinātņu fakultātes Sociālo un politisko pētījumu institūta zinātniskais asistents un doktora zinātniskā grāda pretendents.
Saziņai e-pasts: r.viluns@gmail.com

Laura Uzule – *Mg. sc. soc.* LU Sociālo zinātņu fakultātes Sociālo un politisko pētījumu institūta pētnieka p. i. un doktora zinātniskā grāda pretendente.
Saziņai e-pasts: laurauzule@inbox.lv

Vita Zelče – *Dr. hist.* LU Sociālo zinātņu fakultātes Komunikācijas studiju nodaļas profesore un Sociālo un politisko pētījumu institūta vadošā pētniece.
Saziņai e-pasts: vita.zelce@lu.lv

Kaspars Zellis – *Dr. hist.* LU Sociālo zinātņu fakultātes Sociālo un politisko pētījumu institūta vadošais pētnieks.
Saziņai e-pasts: kaspars.zellis@lu.lv

Marita Zitmane – *Dr. sc. comm.* LU Sociālo zinātņu fakultātes Komunikācijas studiju nodaļas asociētā profesore un Sociālo un politisko pētījumu institūta pētniece.
Saziņai e-pasts: marita.zitmane@lu.lv

Cenjamā kārtā
transporta līdzekļa vaļņņā vietās
nepārdūc!

Ar mērķu COVID-19 izplatības risku un pasargību
transporta līdzekļa vaļņņā, šķērsm apģērbiem
brūvēšanas tīkss apmēriem jānodrošina vismaz 400
litruveidā un mē.
Izplatība ir izplatība transporta līdzekļos, kas
2x ātrāk un ātrākajām durvīm.

Transporta līdzekļa vaļņņā
nepārdūc!

A

Āboliņš, Gundars – 225
Ābols, Artis – 258
Aibela, Līsi (*Aibel, Liisi*) – 320
Aišpurs, Jānis – 232
Akuraters, Jānis – 375
Ala – 339
Aleksejeva, Nika – 452
Almeda, Marija de (*Almeda, Maria de*) – 428
Altaids, Deivids (*Altheide, David L.*) – 27–28
Andrejeva, Aija – 115
Andrejs – 186
Andris – 332
Apala, Zigrīda – 447
Apals, Jānis – 447
Apine, Sandra – 112
Apinis, Pēteris – 350
Armaņeva, Maija – 344, 346
Ārons, Matīss – 386
Aspazija – 291, 293
Auslanders, Filips (*Auslander, Philip*) – 223, 322
Auziņš, Mārcis – 230

B

Baidens, Džo (*Biden, Joe*) – 190
Balbi, Gabriele (*Balbi, Gabriele*) – 32–33
Balčus, Zane – 241
Baldi, Paolo (*Baldi, Paolo*) – 464
Balodis, Kārlis – 421
Bankavs, Jākobs Frīdrihs (*Bankau, Jakob Friedrich*) – 373
Barons, Krišjānis – 375
Bartovs, Omers (*Bartov, Omer*) – 421
Baštiks, Ainārs – 83
Baumans, Zigmunds (*Bauman, Zygmunt*) – 421
Beikere, Sāra (*Baker, Sarah*) – 292
Beks, Ulrihs (*Beck, Ulrich*) – 35, 44–48
Benjamins, Valters (*Benjamin, Walter*) – 213
Benjamiņš, Antons – 387
Bergers, Džons (*Berger, John*) – 99
Bergers, Rons (*Berger, Ron*) – 343
Berlande, Džodija (*Berland, Jody*) – 336, 338

Bērziņa, Paula – 240, 242
Bērziņš, Andris – 450
Bērziņš, Ingus – 57, 59, 158
Bišopa, Klēra (*Bishop, Claire*) – 324
Bite, Marta – 237, 243
Bitāns, Jānis – 214
Blaumanis, Rūdolfš – 309
Bleiks, Bils (*Blake, Bill*) – 322
Blumentāls, Dāvis – 371
Blumlers, Džeijš (*Blumler, Jay*) – 76
Blums, Arlens (*Blyum, Arlen*) – 403
Blūms, Rafaels – 402
Bļugers, Anatolijs – 380
Bokačo, Džovanni (*Boccaccio, Giovanni*) – 219, 276
Bordāns, Jānis – 82–83
Boters, Reinis – 320
Bricis, Toms – 437
Brikše, Inta – 447, 452, 454
Broka, Sonora – 240
Burdjē, Pjērs (*Bourdieu, Pierre*) – 190
Burkarts, Rolands (*Burkart, Roland*) – 75–76
Burovs, Oļegs – 81–82
Busulis, Intars – 232
Bušs, Erihs – 418, 423
Butuls, Ādams – 375

C

Caica, Dace – 356
Cālītis, Juris – 214
Celms, Teodors – 11, 482
Cerava, Marta – 57–58
Ceriņa, Lelde – 452
Cilinskis, Einārs – 81
Cipule, Liene – 137, 280

Č

Čehovs, Mihails – 224
Čekušins, Konstantīns – 81
Čērčils, Vinstons (*Churchill, Winston*) – 409
Čerkovskis, Edgars – 248
Čojs, Čuns Džui (*Choi, Chong Ju*) – 343

D

Daijans, Daniels (*Dayan, Daniel*) – 280
Dālgrens, Pēters (*Dahlgren, Peter*) – 461
Dancs, Sabolcs (*Dancs, Szabolcs*) – 291
Daneviča, Dārta – 345
Daniela, Linda – 251
Dargēvics, Augusts – 423
Darvins, Čarlzs (*Darwin, Charles*) – 23, 32
Deiviss, Arons (*Davis, Aeron*) – 76–77
Diksons, Stīvs (*Dixon, Steve*) – 321
Dīns, Mičels (*Dean, Mitchell*) – 273
Dirkems, Emīls (*Durkheim, Émile*) – 262
Dīriķis, Bernhards – 387
Dombrovskis, Valdis – 250
Domburs, Jānis – 450
Dopans Žans Pjērs (*Dopan, Jean-Pierre*) – 227
Dreibergs, Dzintars – 311
Drekslers, Oto (*Drechsler, Otto*) – 422
Druviete, Aurēlija Ieva (*Beitika, Ieva*) – 452
Dubra, Sanita – 14, 16, 485, 487, 493
Dukurs, Dainis – 264
Dukurs, Martins – 264
Dukurs, Tomass – 264
Dumpis, Uga – 79–82, 85–86, 136, 177–180, 280, 302
Dziļums, Alfrēds – 404
Dzintars, Raivis – 312
Džeimss, Viljamss (*James, Williams*) – 202
Džordāno, Paolo (*Giordano, Paolo*) – 276

E

Eglītis, Viktors – 421
Eihe, Mārtiņš – 224
Eilands, Ralfs – 338, 345, 348
Elka, Emīlija – 386–387
Elluls, Žaks (*Ellul, Jacques*) – 12, 271, 482
Endziņš, Jānis – 87
Ērglis, Andrejs – 350
Ezergailis, Andrievs – 420

F

Felders, Bjorns (*Felder, Bjorn*) – 419
Fengs, Ērvings (*Fang, Irving*) – 30–31
Felcis, Renārs – 12, 457, 482, 493
Francs Ferdinands (*Franz Ferdinand*) – 388

Freiberģs, Viktors – 15, 452, 486, 493
Freimanis, Aivars – 278
Fukss, Kristians (*Fuchs, Christian*) – 184, 188
Fulers, Metjū (*Fuller, Matthew*) – 28
Fūrmanis, Roberts – 178–179

G

Gailis, Māris – 448–449
Gebreiesuss, Tedross Adhanoms (*Ghebreyesus, Tedros Adhanom*) – 172, 477
Geitss, Bils (*Gates, Bill*) – 35
Geka, Dzintra – 309
Gekišs, Raimonds – 259
Gidenss, Entonijs (*Giddens, Anthony*) – 34
Gīrs, Ričards (*Gere, Richard*) – 343
Gofmanis, Ērvings (*Goffman, Erving*) – 184–185, 191, 202, 222
Gorbunova, Inga – 190
Grāvers, Aigars – 278
Gražulis, Petrs (*Gražulis, Petrs*) – 186
Greima, Aija – 214
Grigale, Marta – 176, 346–348
Griķe, Ieva – 454
Grūbe, Gints – 450
Grudule, Māra – 373
Grūtups, Andris – 451
Gumbrehts, Hanss Ulrihs (*Gumbrecht, Hans Ulrich*) – 271

Ģ

Ģīga, Arta – 309
Ģirģens, Sandis – 80, 301

H

Hābermāss, Jirģens (*Habermas, Jürgen*) – 138, 324, 459–461, 465
Hamfrīza, Lī (*Humphreys, Lee*) – 199
Harari, Juvāls Noa (*Harari, Yuval Noah*) – 31
Hāzebrinks, Uve (*Hasebrink, Uwe*) – 11, 481
Hēģelis, Ģeorgs Vilhelms Frīdrihs (*Hegel, Georg Wilhelm Friedrich*) – 10, 481
Heideģers, Martīns (*Heideger, Martin*) – 275–277, 278
Heps, Andreass (*Hepp, Andreass*) – 11, 29, 33, 481
Hermanis, Alvis – 227
Hermanovskis, Egils – 426–427, 429

Hesa, Amanda (*Hess, Amanda*) – 190
Hīlejs, Kevins (*Healey, Kevin*) – 144
Hīps, Bens (*Heap, Ben*) – 177
Hitlers, Ādolfs (*Hitler, Adolf*) – 409
Hopkinss, Džons (*Hopkins, Johns*) – 276
Hromiecs, Jans Jakobs (*Chromiec, Jan Jakub*) – 85

I

Īdens, Entonijs (*Eden, Anthony*) – 409
Ikaunieca, Laura – 264
Ikstena, Nora – 277–278
Iniss, Herolds (*Innis, Harold*) – 24–25
Īvāns, Dainis – 142
Ivaskevičs, Marjuss (*Ivaškevičius, Marius*) – 225

J

Jākobsone, Guste – 408
Jansone, Rasa – 283
Janševics, Jānis – 258–259
Jargane, Loreta – 110
Jaunups, Edgars – 83, 86
Jencītis, Mārcis – 214
Joksts, Uģis – 259–260, 262, 264–265
Jonass, Pauls – 259
Jurisons, Ingmārs – 258, 260–261, 264–265

K

Kaijaks, Māris – 82
Kaimiņš, Artuss – 84
Kairišs, Viesturs – 227
Kaktiņš, Andis – 118
Kaktiņš, Arnis – 82
Kalniņš, Erlens – 451
Kalniņš, Imants – 141
Kamaldnieks, Jānis – 424
Kamī, Albērs (*Camus, Albert*) – 276
Kantilona, Zelmarija (*Cantillon, Zelmarije*) – 292
Kazpems, Mārtiņš – 347
Kariņš, Krišjānis – 9, 79–81, 87, 110, 118, 176, 178, 263, 299, 301–303, 310–311, 360, 479
Karpmans, Stīvens (*Karpman, Stephen*) – 344–345
Kastelss, Manuels (*Castells, Manuel*) – 31
Katenbelts, Čaiļs (*Kattenbelt, Chiel*) – 324
Kaupers, Renārs – 232
Kazaka, Olga – 194–195

Kellermans, Ārons (*Kellerman, Aron*) – 185
Kellijs, Roberts (*Kelly, Robert*) – 183, 189
Kerijs, Džeimss (*Carey, James*) – 212
Kleckins, Ābrams – 447
Kļava, Baiba – 452
Kļava, Justīne – 224
Kolāte, Sarmīte – 82–83, 87
Koldrijs, Niks (*Couldry, Nick*) – 212
Komasas, Jans (*Komasa, Jan*) – 242
Kondrāts, Gatis – 346–347
Korti, Juka (*Kortti, Jukka*) – 31
Kots, Edgars – 61
Kovariks, Bils (*Kovarik, Bill*) – 30
Krieķis, Andris – 250
Kronberga, Solvita – 158
Kroučs, Kolins (*Crouch, Colin*) – 78, 85
Krūtaine, Aija – 67
Kubasova, Diāna – 348–349
Kugrēns, Rūdolfs – 224

K

Ķilkuts, Kārlis – 228
Ķirsis, Vilnis – 81

L

Lāce, Māra – 285, 292
Laizāne, Selga – 448
Lāma, Elza – 15, 486, 493
Lapiņš, Rūdolfs – 402
Lasmane, Skaidrīte – 13, 16, 455, 457, 484, 486, 493
Latūrs, Bruno (*Latour, Bruno*) – 42
Lazaruss, Ričards S. (*Lazarus, Richard S.*) – 353
Lazdiņš, Gints – 448
Lefevrs, Anrī (*Lefebvre, Henri*) – 184
Leitāns, Ansis – 372
Lembergs, Aivars – 84
Levits, Egils – 125, 310–311
Liepiņš, Pēteris – 404
Lipke, Žanis – 309
Ločmele, Klinta – 12–13, 19, 483–484, 490, 493
Ločmele, Nellija – 80, 277, 453
Loze, Hinrihs (*Lohse, Hinrich*) – 426

M

Makkombs, Maksvels (*McCombs, Maxwell E.*) – 150
Maklūens, Māršals (*McLuhan, Marshall*) – 24–27, 245, 336
Manskis, Vitālijs (*Mansky, Vitaly*) – 241
Margēviča, Agnese – 88
Marnics, Harijs (*Marnitz, Harry*) – 418, 422, 426
Mauriņa, Zenta – 375
Meiere, Birgita (*Meyer, Birgit*) – 207, 210, 213
Meirovics, Džošuā (*Meyrowitz, Joshua*) – 150
Mellis, Klāvs – 224
Mertens, Klaus (*Merten, Klaus*) – 73–76, 81
Mičerevskis, Māris – 86–87
Mičulis, Niklāvs – 347
Mielavs, Ainars – 278
Miezis, Alberts – 402
Miksons, Artūrs – 116
Miterers, Jozefs (*Mitterer, Josef*) – 75
Molotovs, Vjačeslavs (*Molotov, Vyaceslav*) – 402, 404–405, 408–409
Morsa, Anelīze (*Moors, Annelies*) – 207
Mūrniece, Ināra – 302
Mūzils, Roberts (*Musil, Robert*) – 222

N

Nagle, Gunita – 79, 81–82
Napoleons Bonaparts (*Napoléon Bonaparte*) – 411
Nastavševs, Vladislavs – 228, 325
Nemiro, Ralfs – 80, 84
Nida-Rimelīna, Juliāna (*Nida-Rümelin, Julian*) – 87
Nikolajs II (Nikolai II) – 387–388, 391
Nizinska, Māra – 61, 104, 121
Nīče, Frīdrihs (*Nietzsche, Friedrich*) – 133
Nords, Aigars – 261, 263

N

Nevskis, Aleksandrs (*Nevsky, Alexander*) – 411

O

Olšteins, Klāvs – 84,
Ostapenko, Aļona – 258
Ozola, Linda – 80–81
Ozoliņš, Aivars – 79, 81
Ozoliņš, Kārlis – 402

P

Panteniuss, Vilhelms (*Pantenus, Wilhelm*) – 372
Pavļuts Daniels – 87
Perevoščikovs, Jurijs – 80, 85, 136, 280
Petraviča, Ramona – 186
Pētersons Kristaps – 194–195
Petrenko, Dmitrijs – 224
Piesis, Gunārs – 309
Plauka, Jolanta – 87
Plaude, Ivonna – 61, 104, 122, 124–125
Polgina, Diāna – 17, 488, 493
Postmens, Neils (*Postman, Neil*) – 10, 24, 27, 76, 480
Prestons, Ričards (*Preston, Richard*) – 35
Priedīte, Elīna – 300
Pūce, Juris – 83, 86–87
Puče, Armands – 261
Pumpurs, Andrejs – 371, 395
Puntulis, Nauris – 285
Puriņš, Rolands – 110
Putins, Vladimirs (*Putin, Vladimir*) – 309
Putniņš, Uģis – 448

R

Radziņš, Pēteris – 421
Radzobe, Zane – 17, 487, 493
Rainis – 374–375, 412, 421
Rasa, Linda – 57
Raudseps, Pauls – 79, 81
Rebenoks, Pāvels – 80
Reirs, Jānis – 79
Rekvics, Andreass (*Reckwitz, Andreas*) – 77–78
Rešetins, Intars – 227
Ribentrops, Joahims fon (*Ribbentrop, Joachim von*) – 413
Rīcs, Rihards (*Ruetz, Richards*) – 386
Rietuma, Dita – 242
Rodmens, Deniss (*Rodman, Dennis*) – 343
Rokpelnis, Frics – 412
Rostovskis, Aigars – 142
Rozentāle, Anita – 61–63, 104, 121–122
Rožukalne, Anda – 55, 141, 162–163
Rubene, Zanda – 249, 252
Ruks, Armands – 304
Runce, Baiba – 452

S

Sakse, Anna – 412
Sauka, Sandis – 15–16, 486, 493
Sedlenieks, Andis – 275
Sējāns, Reinis – 339
Seņkovs, Elmārs – 225, 325
Sevastova, Anastasija – 258
Siksnāne, Zane – 448
Sīmanis, Dāvis – 309
Sirmais, Mārtiņš – 278
Skolmeistere, Velta – 14–15, 485, 493
Skride, Andris – 83
Skudra, Ojārs – 13, 452, 483, 494
Skujiņš, Zigmunds – 404
Skulte, Ilva – 55, 162
Slakteris, Atis – 461
Smilģis, Eduards – 227
Smutova, Astrīda – 453
Smutovs, Gvido – 453
Sniedzāne, Lana – 112, 121, 127
Sobande, Frančeska (*Sobande, Francesca*) – 99
Stakle, Alnis – 162
Staļins, Josifs (*Stalin, Joseph*) – 409–412
Steibļīte, Kristīna (*Steiblyte, Kristina*) – 320
Stepens, Ojārs – 403
Stradiņš, Pauls – 93
Strautmane, Baiba – 450
Stübers, Rūdolfs (*Stöber, Rudolf*) – 32
Stučka, Dora – 375
Stučka, Pēteris – 375, 445
Stupelis, Kaspars – 264
Sudraba, Inguna – 451
Sudrabkalns, Jānis – 412
Surgunte, Inga – 293

Š

Šaitere, Tekla – 338
Šīcs, Alfrēds (*Schütz, Alfred*) – 45
Šīmanis, Pauls (*Schiemann, Paul*) – 386
Šķēle, Andris – 451
Šļūka, Gatis – 330
Šmite, Baiba – 450
Šmits, Pēteris – 371
Špaks, Artūrs – 452
Šteina, Baiba – 280

Štrauhs, Kārlis – 421
Šulmane, Ilze – 447, 454
Šumpēters, Jozefs (*Schumpeter, Joseph*) – 32
Švābs, Klausss (*Schwab, Klaus*) – 31

T

Tetarenko, Anastasija – 67, 186
Tjarve, Rolands – 19, 80, 443–458, 490
Tolstovs, Ilmārs – 214
Trallis, Jānis – 436
Tramps, Donalds (*Trump, Donald*) – 152, 156
Tsfati, Jariva (*Tsfati, Yariv*) – 43
Turlaja, Betija – 452

U

Ulberte, Līga – 319
Ulmanis, Kārlis – 401
Uzule, Laura – 12–13, 483, 494
Uzulniece, Anita – 242

V

Vagnere, Jana (*Vagner, Yana*) – 134, 276
Vāgnere, Reičēla (*Wagner, Rachel*) – 207
Vāgners, Rihards (*Wagner, Richard*) – 321
Valdemārs, Krišjānis – 375
Valtenberga, Gita – 447
Vanadziņš, Andris – 451
Vanaga, Melānija – 309
Vankins, Teodors – 418
Vēbers, Štefans (*Weber, Stefan*) – 75–76
Vegners, Ernsts (*Wegner, Ernst*) – 422
Vēgners, Eduards Haralds – 424
Vigāna, Delfine de (*Vigan, Delphine de*) – 143
Vīksna, Līga – 61, 104, 121
Vīksna, Ludmila – 121
Vīksne, Roberts – 452
Viķe-Freiberga, Vaira – 84, 450
Vilūns, Raivis – 12, 14, 17, 228, 483–484, 488, 494
Vimba, Jānis – 226, 321
Viņķele, Ilze – 79–80, 86, 176, 178–179, 228, 357
Vitenbergs, Jānis – 79–80, 84
Vīvers, Deivids (*Weaver, David*) – 150
Vodaka, Ruta (*Wodak, Ruth*) – 386, 388, 405
Voicicka, Sjūzena (*Wojcicki, Susan*) – 175

Z

Zakarija, Farids (*Zakaria, Fareed*) – 35
Zakatistovs, Atis – 82
Zalāns, Lauris – 346
Zanda – 191
Zandbergs, Augusts – 375
Zariņa, Guna – 225
Zariņš, Rihards – 292
Zatlers, Valdis – 138
Zelče, Vita – 12, 16, 18, 457, 482, 487, 489, 494
Zellis, Kaspars – 18, 489, 494
Zeltiņš, Teodors – 421
Zilberts, Augusts – 288
Zirnis, Egīls – 84–86
Zitmane, Marita – 13, 17, 454, 457, 482, 488, 494
Zonberga, Kristīne – 82
Zviedris, Ivars – 238, 455
Zviedris, Juris – 242

Ž

Žagars, Andrejs – 448
Žagars, Juris – 448
Žilde, Jānis – 69

Latvijas mediju ekoloģija 2020. gada pandēmijas krīzē

LU Akadēmiskais apgāds
Aspazijas bulvāris 5-132, Rīga, LV-1050
www.apgads.lu.lv

Iespiests SIA "Jelgavas Tipogrāfija"

LATVIJAS MEDIJU EKOLOĢIJA 2020. GADA PANDĒMIJAS KRĪZĒ

Grāmata piedāvā pētījumu par Latvijas mediju ekoloģiju Covid-19 pandēmijas izraisītajā krīzes situācijā. Pētījuma pamatā mediju ekosistēmas teorētiskās pieejas, kas ļauj raksturot medijus kā vidi – gan kā veselumu, gan kā tās elementu kopstruktūru – un to savstarpējās attiecības. Grāmata stāsta par mediju un sociālo tīklu informatīvo lomu, ekonomiku, medijpratību, reklāmu, digitālajām tehnoloģijām, reģionālajiem medijiem, sabiedrības noskaņojuma vadīšanu, ētiku, privātās telpas publiskajām performancēm, mājdzīvnieku mediatizāciju un daudziem citiem mediju darbības aspektiem Covid-19 pandēmijas radītajā krīzē. Atsevišķa nodaļa veltīta mediju darbības ārkārtējās situācijās vēsturiskajai pieredzei. Pētījums tapis LU Sociālo zinātņu fakultātes Sociālo un politisko pētījumu institūtā un Komunikācijas studiju nodaļā, īstenojot Latvijas Zinātnes padomes Fundamentālo un lietišķo projektu programmas projektu “Latvijas mediju ekoloģija: Ceturtās industriālās revolūcijas izraisīto pārmaiņu analīze”. Grāmatas autoru komandu veido mācītbspēki un pētnieki, doktoranti un maģistranti.



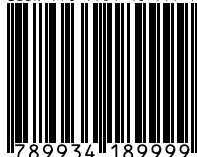
FLPP
FUNDAMENTĀLO UN
LIETIŠKO PĒTIJUMU
PROJEKTI



**LATVIJAS
UNIVERSITĀTE**



ISBN 978-9934-18-999-9



9 789934 189999