

LATVIJAS UNIVERSITĀTE
SOCIĀLO ZINĀTŅU FAKULTĀTE
POLITIKAS ZINĀTNES NODAĻA

VALSTS BUDŽETA PIENĒMŠANAS ATSPoguĻojums
LATVIJAS RADIO RAIDĪJUMOS „KRUSTPUNKTĀ”,
„PUSDIENA” UN „DIENAS NOTIKUMU APSKATS”

MAGISTRA DARBS

Autore: Laima Baumanē

Stud.apl.nr.: lb11066

Darba vadītāja: Dr.sc.pol. Ieva Bērziņa

RĪGA 2017

ANOTĀCIJA

Maģistra darba tēma ir „Valsts budžeta pieņemšanas atspoguļojums Latvijas Radio raidījumos „Krustpunktā”, „Pusdiena” un „Dienas notikumu apskats””.

Darbā ir aplūkots 2017. gada valsts budžeta atspoguļojums sabiedriskā medija – Latvijas Radio, politiski analītiskajos raidījumos, un noskaidrotas koncepta „mediji – politika – sabiedrība” savstarpējā mijiedarbība un katra koncepta elementa ietekme vienam uz otru, pielietojot mediatizācijas teoriju. Metodoloģijā ir izmantotas divas pētniecības metodes: kvalitatīvā kontentanalīze un daļēji strukturēta intervija. Rezultātā ir iegūtas atbildes uz darba pētniecības jautājumiem, kā arī ir iezīmētas būtiskākās problēmas Latvijas mediju, sabiedrības un politikas mijiedarbības vidē.

Atslēgas vārdi: valsts budžets, politika, mediji, sabiedrība, mediatizācija.

ANNOTATION

Master thesis topic is „Reflection of the state budget acceptance at Latvian Radio broadcast „Krustpunktā”, „Pusdiena” and „Dienas notikumu apskats””.

At work is viewed year 2017 state budget reflection at the public media – Latvian Radio politically analytical broadcasts and it is find out the concept „media – politics – society” interaction and how each concept element effects to each other, using mediatization theory. In methodology there is used two research methods: qualitative contentanalysis and semi – structured interview. As a result there are obtained answers to the work research questions and outlined the key challenges in Latvian media, society and politics interaction environment.

Key words: state budget, politics, media, society, mediatization.

SATURS

SATURS.....	1
IEVADS.....	3
1. MEDIJU LOMA POLITIKĀ.....	13
1.1. Mediju un politikas mijiedarbība demokrātiskā sabiedrībā.....	13
1.1.1. Mediju politiskā loma (mediju loma politikā).....	15
1.1.2. Mediju efekti.....	17
1.2. Mediji – sabiedrība – politika.....	20
1.3. Ceturtā vara un watchdog.....	22
1.4. Mediatizācijas teorija.....	26
1.4.1. Mediatizācija un demokrātija.....	28
1.5. Sabiedriskais medijs.....	30
1.5.1. Sabiedriskais radio.....	32
1.5.2. Sabiedriskais pasūtījums.....	34
1.5.3. Sabiedriskā medija finansējums.....	35
1.6. Radio žurnālistika – politisko ziņu kontekstā.....	35
1.6.1. Politiski analītisks raidījums.....	37
1.7. Mediju dienaskārtība.....	38
1.8. Politiķi ziņu pārraidēs – radio raidījuma diskursā. Budžeta tematikas apspriede.....	41
1.9. Politisko spēku ietekme mediju saturā.....	42
1.10. Politiskā komunikācija un tās efekti.....	46
1.11. Politiski analītisko raidījumu nozīme.....	51
1.12. Auditorija.....	52
1.13. Aktualitāte.....	54
2. METODOLOĢIJA.....	57
2.1. Pētījuma dizains un process.....	57
2.2. Kvalitatīvā kontentanalīze.....	60
2.3. Daļēji strukturēta intervija.....	61
3. EMPĪRISKĀ DAĻA.....	63
3.1. Latvijas Radio.....	63
3.1.1. Latvijas Radio 1.....	64
3.1.2. „Krustpunktā”.....	65

3.1.3. „Pusdiena”.....	66
3.1.4. „Dienas notikumu apskats”.....	66
3.2. Valsts budžets un tā pieņemšanas process.....	66
3.3. Raidījumu galveno tēmu un viedokļu kopsavilkums. Iegūtie pētījuma rezultāti.....	70
3.4. Atbildes uz pētījuma jautājumiem.....	73
SECINĀJUMI.....	81
IZMANTOTĀ LITERATŪRA UN AVOTI.....	85
PIELIKUMI.....	89
1. pielikums. Raidījuma „Krustpunktā” analīze.....	90
2. pielikums. Raidījuma „Pusdiena” analīze.....	96
3. pielikums. Raidījuma „Dienas notikumu apskats”.....	104
4. pielikums. Iepriekš sagatavotie interviju jautājumi respondentiem.....	119
5. pielikums. Intervija ar raidījuma „Krustpunktā” vadītāju Aidi Tomsonu.....	125
6. pielikums. Intervija ar raidījuma „Pusdiena” un „Dienas notikumu apskats” producentu Viktoru Pupiku.....	129
7. pielikums. Intervija ar Latvijas Izglītības un zinātnes darbinieku arodbiedrības priekšsēdētāju Ingu Vanagu.....	133
8. pielikums. Intervija ar Latvijas Ārstu biedrības prezidentu Pēteri Apini.....	138
9. pielikums. Intervija ar Sociālo lietu un sociālās drošības ekspertu Pēteri Leiškalnu.....	141
10. pielikums. Intervija ar 12. Saeimas deputātu Mārtiņu Šicu (Latvijas Reģionu apvienība).....	144
11. pielikums. Latvijas Izglītības un zinātnes darbinieku arodbiedrības priekšlikumi.....	147
12. pielikums. Dokumentārā lapa.....	150

IEVADS

„Valsts budžeta pieņemšanas atspoguļojums sabiedriskajā medijā”

Politika ieņem ļoti nozīmīgu lomu cilvēku dzīvēs un tā tos ietekmē ik dienu, sākot ar liela mēroga, valstiskiem lēmumiem un notikumiem, un, beidzot ar salīdzinoši mazām izmaiņām, kas skar konkrētas cilvēku grupas vai konkrētas situācijas.¹ Mūsdienās politiku transformē tās ciešā mijiedarbības ar medijiem. Politiku mijiedarbība ar sabiedrību mainās līdztekus mediju attīstībai – internets, sociālie tīkli, radio raidījumu uzbūves izmaiņas u.c. Politiskās komunikācijas tradicionālās formas (politiku vēstījumu nodošana sabiedrībai ar mediju starpniecību, tradicionālā izpratnē – laikraksti, radio ziņas bez diskusiju platformām un klausītāju iesaistes) ir kļuvušas rekonstruētas (internets, sociālie tīkli, radio raidījumu uzbūves izmaiņas) un pārveidotas līdz ar pašu mediju attīstību.² Formas un veidi mainās, izmaiņas piedzīvo arī saturs – tas tiek padarīts sabiedrībai zināmā mērā tuvāks un saprotamāks. Šeit jāpiemin mediju analītiķa Māršala Makluhana (*Marshall McLuhan*) koncepcija par medijiem, kuri ir ziņojums (*the medium is the message*), kas tiek aplūkots darbā „*The Medium Is The Message: An Inventory of Effects*” (1967). Koncepcija skaidro to, ka mediju forma sevi var „iestrādāt” jebkādā vēstījumā, kādu tie varētu pārsūtīt vai nodot sabiedrībai (jeb, kāds ir to informatīvais nodoms), veidojot ciešākas attiecības, ar kuru palīdzību mediji ietekmē to, kā konkrētā ziņa tiek uztverta. Makluhana grāmatā, kurā šī koncepcija tika aplūkota, ir veidota eksperimentālā, kolāžas stilā ar tekstu, kas uzdrukāts uz vizuālajiem elementiem un pretēji. Dažas lappuses bija izdrukātas ačgārnī un bija domātas lasīšanai pie spoguļa, savukārt, vēl dažas lappuses tika ar nolūku atstātas tukšas. Vēl vairākas saturēja fotogrāfijas un attēlus, gan modernus, gan vēsturiskus, sasaistot tos dažādos pārsteidzošos veidos. Grāmata bija paredzēta, lai parādītu Makluhana filozofiju par medijiem un komunikāciju, šo jēdzienu izpratni parādot vienkāršotāku, izmantojot vizuālās

¹ Kemp, G., Bahador, B., McMillan, K., Rudd, C. (2016). *Politics and the Media*. Auckland University Press. P. 2. Izgūts no: <https://books.google.lv/books?id=ZhxlCwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=politics+and+media&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwi80ICc6erQAhWLiSwKHRpLCSgQ6AEIJAC#v=onepage&q=politics%20and%20media&f=false>

² Street, J. (2011). *Mass Media, Politics and Democracy: Second Edition*. London: Palgrave Macmillan. P. 3.

metaforas un nelielo teksta daudzumu.³ Jau grāmatas nosaukums vien apspēlē Makluhana domu par medijiem, kas ietekmē sabiedrisko domu. Ar terminu „ziņojums” Makluhans apzīmē efektu, kāds ir katram medijam uz cilvēka jutekļiem (dzirde, redze) un aplūkojot, kā šie efekti tos ietekmē.⁴

Tādā veidā mūsdienās tiek piedāvātas plašas iesaistes un līdzdalības iespējas, kas labi strādā arī uz cilvēka sajūtām, pat, ja tas ir tikai klausāmais medijs. Piemēram, klausītāji var radio raidījumus skatīties arī tiešraidē, internetā (video veidolā) un klausītājiem ir iespēja savu viedokli izteikt uzreiz, tiešraidē zvanot uz studiju vai arī tie var nekavējoties izteikties ar sociālo tīklu palīdzību. Tādējādi, no tā visa izriet tas, ka var teikt, ka mūsdienu plašsaziņas līdzekļu un politikas attiecības tiek veidotas un uzturētas, salīdzinoši, relatīvi tuvas, kā arī vieglāk pieejamas un uztveramas mūsdienu sabiedrības indivīdam, kurš, iespējams, atsevišķi nepatērējot ziņu portālus, „seko” tiem sociālajos tīklos, kurus gan patērē regulāri un bieži. Tomēr ne viennozīmīgi un ne visās pasaules valstīs plašsaziņas līdzekļu un politikas attiecības ir savstarpēji tuvas un ciešas tieši informācijas aprites ziņā. Piemēram, ASV sabiedrība ir kļuvusi vairāk vīlusies valdībā, pateicoties tieši medijiem, jo tie politiķus attēlo kā shēmu un kampaņu veidotājus, līdz ar to iedzīvotāji tos sāk tā arī uzlūkot.⁵ Šāda tendence ir diezgan bīstama un aktuāla arī Latvijai, jo tieši mediji ir tie, no kuriem Latvijas sabiedrībai uzzina visu nepieciešamo par valdības un politiķu darbu. Latvijā pēc SKDS pētījuma ir secināts, ka sabiedrībā kopumā mazinās cilvēku uzticība ne tikai politiķiem, bet arī pašiem medijiem un valsts institūcijām.⁶ Tas vērtējams kā diezgan satraucošs faktors.

Plašsaziņas līdzekļi ir nozīmīga platforma, lai gūtu informāciju ne tikai par dažādajiem politiskajiem procesiem, bet, lai arī kaut nedaudz varētu izprast politiku un tās ietekmi uz sabiedrību. Īpaši svarīgi ir sabiedriskie mediji, kuri pilda valsts pasūtījumu un sabiedrības galvenā informētāja lomu. Maģistra darbs aplūko tieši valsts budžeta pieņemšanas atspoguļojumu Latvijas sabiedriskā medija –

³ Understanding Media. The Medium is the Message. <http://www.cyberchimp.co.uk/U75102/massage.htm> Skatīts: 22.04.17. Plkst. 14:30.

⁴ Turpat.

⁵ The New York Times on the web. By Douglas A. Sylva: <http://www.nytimes.com/books/97/05/18/bib/970518.rv114854.html> Skatīts: 23.02.17. Plkst. 12:30.

⁶ Raidījums „Pēcpusdiena”. SKDS pētījums: Mazinās cilvēku uzticība valsts institūcijām, medijiem un politiķiem. http://lr1.lsm.lv/lv/lr/arhivs/?_uri=lv/lr/arhivs/&channel=1&d=28&m=12&y=2016&page=1 Skatīts: 27.04.17. Plkst. 23:30.

Latvijas Radio, politiski analītiskajos raidījumos „Krustpunktā”, „Pusdiena” un „Dienas notikumu apskats”.

Tādējādi ārkārtīgi svarīgas ir mediju – politikas – sabiedrības attiecības tādā izpratnē, ka mediji ir neatkarīgi un paši kontrolē savu saturu un to no malas vai politiskās vides neviens neiespaido, līdz ar to sabiedrībai ir nodrošināta analītiski informatīva un objektīva informācija.⁷ Tomēr medijiem ir liels iespaids uz politisko vidi, atklājot un vēstot par dažādiem politiskajiem procesiem un, iespējams, par kādām nelikumībām politiskajās aprindās. Mediji var ļoti būtiski ietekmēt politiskos procesus un to rezultātus ar pētniecības un analītikas palīdzību. Tas pats ir arī ar sabiedrību un tās procesiem. Ar šāda veida „mediji – politika – sabiedrība” attiecībām domāts tas, ka nozares ir nešķīramas viena no otras. Pēc Mazzoleni (*Gianpietro Mazzoleni*) politikas mediatizācijas koncepcijas, politikas un pilsoņu mijiedarbība norisinās mediju vidē, tādējādi tiem ir liela nozīme. Pieaugošā mediju attīstība un izplatība dažādās platformās (piemēram, sociālie tīkli) vairākās valstīs kritiķos ir raisījusi bažas par tādu fenomenu kā „mediju orientēta demokrātija” (*Media democracy*), kurā masu mediji pārņem demokrātiskas valsts politisko institūciju funkcijas.⁸ Vislabākais raksturojums situācijai, kad politiskās institūcijas arvien vairāk ir atkarīgas no medijiem, veidotas ar to palīdzību, bet tomēr joprojām paliekošā kontrolē pār politiskajiem procesiem un to funkcijām ir „mediatizācija”.⁹ Visi svarīgākie lēmumi, likumu grozījumi, debates un pārējās aktuālās lietas, kas cilvēkiem jāzina, tiek pavisam tiešā veidā, pastarpināti, pat tendenciozi un selektīvā veidā caur plašsaziņas līdzekļiem „nogādāti” līdz sabiedrībai. Arī vēsturiski raugoties plašsaziņas līdzekļu attiecības ar politiku tika rāmētas kā spēcīga pārliecināšana un pat raksturotas kā zināmas bailes no mediju spēcīgās ietekmes uz masu sabiedrību.¹⁰ Līdz ar valstu un mediju attīstību, mūsdienās šīs attiecības demokrātiski attīstītās valstīs ir neregulējušās liberāli, bez cenzūras un politiskas ietekmes mediju darbībā, tomēr pastāv vairāki cita veida paņēmieni, kā politiķi cenšas ietekmēt medijus.

⁷ Street, J. (2011). *Mass Media, Politics and Democracy: Second Edition*. London: Palgrave Macmillan. P. 3.

⁸ Exoo, Calvin F. (2010). *The Pen and the Sword: Press, War, and Terror in the 21st Century*. California: Sage Publications. P. 1 – 4.

⁹ Mazzoleni, G., Schulz, W. „Mediatization” of Politics: A Challenge for Democracy?” Skatīts: 23.02.2017. Plkst. 15:15.

¹⁰ Street, J. (2011). *Mass Media, Politics and Democracy: Second Edition*. London: Palgrave Macmillan. P. 3.

Maģistra darba tēmas aktualitāte

Katru gadu laika posmā no septembra līdz novembra beigām spraigas diskusijas par nākama gada valsts budžetu norit ne tikai valdībā un Saeimā starp ministriem un politiķiem, bet arī mediju vidē, plašsaziņas līdzekļos, starp atbildīgajām amatpersonām un žurnālistiem, piemēram, radio raidījumos „Krustpunktā”, „Pusdienu” un „Dienas notikumu apskats”, kuri ir sabiedriskā medija – Latvijas Radio, politiski analītiskie raidījumi. Šie raidījumi darba pētījumam ir izvēlēti pamatoti, jo tie ir vienīgie sabiedriskā radio politiski analītiskie raidījumi, tiem ir sabiedrības iesaistes iespējas („Brīvais mikrofons”, sociālie tīkli, zvans uz studiju, ielu intervijas u.c.), kā arī tajos norit dažāda, diezgan būtiska viedokļu apmaiņa gan starp mediju pārstāvjiem, gan sabiedrību un politiķiem. Būtiska tādā ziņā, ka tie spēj ietekmēt sabiedrisko domu, kā arī uz šiem raidījumiem atsaucas arī citi mediji.

Vēl ilgi pirms budžeta galīgās pieņemšanas mediju telpā ar diskusiju, debašu, pārrunu, piemēru, analīzes un komentāru palīdzību tiek apspriestas un analizētas iespējamās problēmas, kritiskie punkti un jomas, kurām netiks piešķirti pietiekoši līdzekļi, tādējādi, kas var radīt negatīvas sekas sabiedrībai, kā arī valsts vispārējai attīstībai. Šī apspriede un tās padziļinātāka analīze varētu būt ļoti vērtīga un nepieciešama ne tikai sabiedrībai, lai uzzinātu par savas valsts plānoto budžeta sadalījumu, bet arī pašiem valdības pārstāvjiem, lai kaut ko tajā, iespējams, mainītu un uzlabotu, un redzētu kopsakarības un kritiskos punktus, ja tādi pastāv. Izrietot no sabiedriskā medija uzdevumiem, ir pieņēmums, ka mediju telpa ir laba un kritiski analītiska vide, kurā iespējams novērtēt šo budžeta pieņemšanas apspriedi no malas – piemēram, par kuru no jomām ir vislielākās diskusijas un nesaskaņas starp raidījumu dalībniekiem, un, kuras lielu rezonansi neizraisa. Tāpēc darba pētnieciskajā daļā, analizējot iegūtos rezultātus, tiks noskaidrots, vai tiešām Latvijas Radio mediju telpa atbilst sabiedriskā medija uzdevumiem un, vai no malas ir viegli un ērti novērtēt budžeta pieņemšanas atspoguļojumu.

Katru gadu valsts budžeta pieņemšanas laikā priekšplānā izvirzās kādas noteiktas nozares, kurām plāno piešķirt nepietiekamu finansējumu, kuras ir aktuālas un tādējādi arī izraisa vislielākās un karstākās diskusijas medijos. Šajā, 2017. gada budžetā tādas ir jau iepriekšējos gados diskusijas raisījušās nozares –

izglītība, veselība un aizsardzība.¹¹ Lai gan jaunajā budžetā konkrētajām nozarēm finansējums ir nedaudz palielināts, tas tikai norāda uz to, ka pirms tam naudas apjoms tām nebija pietiekams un nozarēs bija ilgstošas problēmas. Šīs nozares ir izvēlētas kā vienas no pētniecības objektiem, jo gadu no gada tās ir bijušas problemātiskas un aktuālas nozares ar vismazāko finansējumu (par spīti nelielam šī gada finanšu palielinājumam). Piemēram, 2015. gadā aizsardzībai tika atvēlēti 37,9 milj. eiro, veselībai 31,1 milj., bet izglītībai 31,4 milj. eiro.¹² 2016. gadā aizsardzībai atvēlēja 55,7 milj. eiro, veselībai 12, savukārt, izglītībai bija pat samazinājums par 23, 3 milj. eiro.¹³ ¹⁴ Bet esošajā, 2017. gada budžetā, aizsardzībai atvēlēti 585 milj. eiro, veselībai 798 milj., bet izglītībai 684 milj. eiro.¹⁵ Tādējādi būtu interesanti un lietderīgi izpētīt, kā par tām tiek runāts sabiedriskā medija raidījumos, kuros ir iesaistītas visas puses – gan politiķi, gan sabiedrība, gan arī mediju pārstāvji. Maģistra darba galvenais uzdevums ir izpētīt tieši jauno, esošo 2017. gada budžetu, konkrētāk, „mediji – sabiedrība – politiķi” mijiedarbībā. Kā šīs trīs jomas, kurām ir nepietiekams finansējums tiek atspoguļotas un skaidrotas politiski analītiskajos raidījumos pēdējā gada budžeta ietvaros, kā mijiedarbība „mediji – sabiedrība – politiķi” ietekmē šo nozaru analīzi raidījumos un, kā iesaistītie politiķi skaidro šo nozaru analīzi mediju vidē? Un, kāds ir viņu skaidrojums politiķu ietekmei medijos? Tā kā maģistra darbā mediju tēma ir ciešā saskarē ar politiskajiem procesiem, teorētiskā izpratnē intensīvi tiks aplūkota arī mediju loma politikā.

Maģistra darba tēma ir aktuāla, jo tā izziņās mijiedarbību starp tādiem nozīmīgiem politiskā procesa elementiem kā mediji, politiķi un sabiedrība, kā arī akcentēs konkrēto mazāk apmaksāto jomu analīzi politiski analītiskajos raidījumos. Tas arī iezīmēs pašu budžeta pieņemšanas procesu un tā atspoguļojumu

¹¹ Izsludināts 2017. gada valsts budžets: <http://www.lsm.lv/lv/raksts/ekonomika/zinas/izsludinats-2017.gada-valsts-budzets.a214007/> Skatīts: 25.04.17. Plkst. 00:15.

¹² Saeima akceptē nākamā gada valsts budžetu. <http://www.lsm.lv/lv/raksts/ekonomika/zinas/saeima-akcepte-nakama-gada-budzetu.a110628/> Skatīts: 21.04.17. Plkst. 01:10.

¹³ Budžets 2016: Nespēj vienoties par minimālās algas apmēru; izdevumi jāsamazina par vēl 12,4 miljoniem. http://www.delfi.lv/business/budzets_un_nodokli/budzets-2016-nespej-vienoties-par-minimalas-algas-apmeru-izdevumi-jasamazina-par-vel-12-4-miljoniem.d?id=46389305 Skatīts: 21.04.17. Plkst. 01:15.

¹⁴ Inforgrafika: Veseli un drošībā – kuras nozares nākamgad saņems vairāk? http://www.delfi.lv/business/budzets_un_nodokli/inforgrafika-veseli-un-drosiba-kuras-nozares-nakamgad-sanems-vairak.d?id=46389625 Skatīts: 21.04.17. Plkst. 01:20.

¹⁵ Izsludināts 2017. gada valsts budžets: <http://www.lsm.lv/lv/raksts/ekonomika/zinas/izsludinats-2017.gada-valsts-budzets.a214007/> Skatīts: 21.04.17. Plkst. 01:30.

sabiedriskajā medijā un, varbūt, atklās kādas svarīgas nianšes, kuras līdz šim publiskajā dienaskārtībā, medijos netika ievērotas, piemēram, kāda konkrēta temata atspoguļojumu raidījumos vai arī kāda notikuma iespaidu uz pēkšņu un strauju budžeta palielinājumu kādai no jomām. Arī pašu politiķu vērtējums interviju veidolā dos vērtīgu pienesumu, lai izprastu budžeta atspoguļojumu mediju vidē.

Pētījuma mērķi un uzdevumi

Maģistra darba pētījuma mērķis ir noskaidrot, kā pēdējā gada Latvijas valsts budžets kopumā tiek analizēts un atspoguļots sabiedriskā medija - Latvijas Radio trīs politiski analītiskajos raidījumos tieši „mediji – sabiedrība – politiķi” savstarpējās mijiedarbības aspektā, pielietojot mediatizācijas teoriju. Izmantojot šo „mediji – sabiedrība – politiķi” konceptu, tiks analizēts katra koncepta elementa iesaistes līmenis un līdzdalība katrā no raidījumiem, kā arī tā ietekme uz pārējiem konceptiem. Tiks noskaidroti arī attiecīgo iesaistīto politiķu un nozaru speciālistu viedokļi par mediju ietekmi un budžeta atspoguļošanu tajos. Kā politiķu darbību ietekmē mediju jau iepriekš noteiktā dienaskārtība? Un, kā dienaskārtību ietekmē politiķi, kas piedalās raidījumā kā viesi? Tiks rastas atbildes uz izvirzītajiem izpētes jautājumiem un tas, kā vispārēji un kādā veidā sabiedriskajā medijā tiek atspoguļota budžeta pieņemšana. Tas ir svarīgi, galvenokārt, Latvijas Radio kā sabiedriskā medija uzdevumu dēļ, kā arī budžeta pieņemšanas ietekmēšanas vai neietekmēšanas ziņā.

Pētniecībai izmantotie raidījumi „Krustpunktā”, „Pusdiena” un „Dienas notikumu apskats” nav izvēlēti nejauši: pirmkārt, tie ir vienīgie galvenie un visilgāk pastāvošie politiski analītiskie raidījumi Latvijas Radio 1, sabiedriskajā radio. Otrkārt, tajos ir pieejamas plašas diskusijas un debates par attiecīgo tematu, kā arī to analīze. Arī informācijas apjoms par aktuālajiem tematiem tajos ir augsts un klausītājiem tiek piedāvāta analītiska pieeja, kā arī informatīvi analītisks jaunāko aktualitāšu izklāsts. Tajos tiek sistēmiski un informatīvi analītiski stāstīts par jaunākajām aktualitātēm, kā arī par citām svarīgām tēmām. Treškārt, šajos raidījumos caur dažādām platformām ir iespēja piedalīties ar savu viedokli arī sabiedrībai.

Pētījuma objekti

Maģistra darba pētījuma objekti ir 2017. gada valsts budžets un tā pieņemšanas procesa atspoguļojums, tā trīs galveno konceptu „mediji – sabiedrība

– politiķi” analīze Latvijas Radio politiski analītiskajos raidījumos „Krustpunktā”, „Pusdienu” un „Dienas notikumu apskats”, kā arī intervijas ar raidījumu saturu veidotājiem un iesaistītajiem attiecīgo nozaru politiķiem, un viņu vērtējums politikas ietekmei medijos. Tiks aplūkota un analizēta mediju loma politikā, kā arī „mediji – sabiedrība – politiķi” savstarpējā mijiedarbība.

Pētniecības jautājumi

Maģistra darba pētnieciskie jautājumi ir sekojoši:

1. Kāda ir sabiedrības ietekme uz raidījumu saturu?
2. Kāda ir politiķu ietekme uz raidījumu saturu?
3. Kāda ir raidījumu satura ietekme uz politiku?
4. Kāda ir raidījumu satura ietekme uz sabiedrību?

Teju gandrīz katru gadu dažādās apspriedēs par valsts gada budžetu (lielākoties medijos) nākas dzirdēt pāris konkrētas un noteiktas jomas, kuras, visticamāk, nesaņems nepieciešamos līdzekļus un, jau tā cīnoties ar zemā finansējuma sekām, vēl vairāk stigs nabadzībā. Aktuālākās jeb vienas no mazāk finansētajām budžeta jomām, vērtējot pēc budžeta apspriedēm, ir veselība, izglītība un drošība.¹⁶ Par spīti nelielajam finanšu palielinājumam, konkrētās jomas joprojām ir aktuālas – problēmas tajās līdz galam nav atrisinātas, līdz ar ko, nozares vēl nav sakārtotas, tādējādi būs interesanti tās izpētīt padziļinātāk un niansētāk – kā tās tiek apspriestas un analizētas, un kādi ir iespējamie risinājumi.

Teorētiskā bāze

Darba teorētiskajā bāzē tiks izmantota dažāda un plaša literatūra par politiku, medijiem un to dienaskārtību, valsts budžetu un to savstarpējo saistību, vairāk akcentējot tieši mediju lomu politikā. Neliela daļa no literatūras, kas palīdzēs šo jomu savstarpējības analīzē: Džons Strīts (*John Street*) „*Mass Media, Politics and Democracy*” skaidro vairākus svarīgus aspektus saistībā ar demokrātiju (analītisks un objektīvs sabiedriskais medijs kā demokrātiskas valsts veselības pazīme), ar politiku, tās procesu analīzi un objektīvu, racionālu atspoguļošanu medijos un ar mediju efektiem. Kā arī Strīts īpaši uzsver svarīgās mediju – politikas savstarpējās attiecības.¹⁷ Savukārt, darbā „*Media Power, Media*

¹⁶ 2017. gada budžeta veidošana: uzņēmēju organizācijas norāda – iet kā pa celmiem: <http://lr1.lsm.lv/raksts/aktualais-temats/2017.-gada-budzeta-veidosana-uznemeju-organizacijas-norada-iet-k.a74726/> Skatīts: 05.02.17. Plkst. 13:00.

¹⁷ Street, J. (2011). *Mass Media, Politics and Democracy: Second Edition*. London: Palgrave Macmillan. P. 3 – 4.

Politics” (edited by Mark J. Rozell, Jeremy D. Mayer) uzskatāmi tiek parādīta mediju ietekme un spēks, un līdz ar to arī to svarīgā loma attiecībā uz valstī notiekošajiem procesiem. Būtībā tie nosaka, kuras no politiķu „balsīm” jeb ziņojumiem tiks sadzirdētas/ti publiskajā telpā caur plašsaziņas līdzekļiem.¹⁸ Paula Vingfīlda Nesbīta – Larkinga (*Paul Wingfield Nesbitt-Larking*) darbā par politiku, sabiedrību un medijiem tiek skaidroti mediju efekti. Darbā tie tiek aprakstīti kā niansēti, eventuāli un ar nepieciešamību tapt konceptualizētiem.¹⁹ Autors, kura darbus izmantošu tieši saistībā ar mediatizācijas teorijas aplūkošanu ir Mazzoleni (*Gianpietro Mazzoleni*). Vēl no autoriem, kuru darbus izmantošu mediatizācijas teorijas koncepta aplūkošanā un skaidrošanā tiks pieminēti Gudmunds Herness (*Gudmund Hernes*) un Jespers Strombaks (*Jesper Strömbäck*). Mediatizācijas teorija palīdzēs labāk izprast politisko institūciju sasaisti ar masu medijiem, līdz ar to arī mediju vispārējo lomu politikā.

Tā kā viens no darba pētniecības objektiem ir sabiedriskais medijs – Latvijas Radio, no literatūras par sabiedriskajiem medijiem tika aplūkoti tādi darbi kā McQuail, D. (2003). *Media accountability and freedom of publication*, McCauley, P. M. (2003). *Public Broadcasting and the Public Interest*, kā arī (edited by Karen Arriaza Ibarra, Eva Nowak, Raymond Kuhn, (2015)) grāmata *Public Service Media in Europe. A Comparative Approach*. Arī mediju efekti un to ietekme ir būtisks aspekts valsts budžeta pieņemšanas atspoguļojuma pētniecībā – iespējams, budžeta pieņemšanas atspoguļojums Latvijas Radio politiski analītiskajos raidījumos mainās, katrā raidījumā tas ir citādāks, kā arī, iespējams, tie to var kaut kādā veidā ietekmēt. Tas tiks noskaidrots ar pētījuma palīdzību. Vēl daži no literatūras darbiem, kas palīdzēs veidot literatūras bāzi: Axford, B., Huggins, R. (2001), „*New Media and Politics*”, Kemp, G., Bahador, B., McMillan, K., Rudd, C. (2013), „*Politics and the Media*”, Schultz, J. (1998), „*Reviving the*

¹⁸ Mark J. Rozell, Jeremy D. Mayer (2008). *Media Power, Media Politics*. Plymouth: Rowman & Littlefield Publishers, Inc. P. 99. Izgūts no: <https://books.google.lv/books?id=uZuk5acdAOMC&pg=PA319&dq=politics+in+media&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwia9Mmaw-XQAhVHkywKHUcmBfcQ6AEIQDAG#v=onepage&q=politics%20in%20media&f=false>

¹⁹ Wingfield Nesbitt-Larking, P. (2007). *Politics, Society and the Media*. Second Edition. Ontario: Broadview Press. P. 283. Izgūts no: <https://books.google.lv/books?id=3Wlzx8Qss8C&printsec=frontcover&dq=politics+in+media&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwia9Mmaw-XQAhVHkywKHUcmBfcQ6AEINTAE#v=onepage&q=politics%20in%20media&f=false>

Fourth Estate: Democracy, Accountability and the Media” un Comstock, G. A., Scharrer, E. (2005), „*The Psychology of Media and Politics*”.

Pētniecības metodes

Maģistra darba metodoloģijas daļai tiks izmantotas divas kvalitatīvās pētniecības metodes: kvalitatīvā kontentanalīze un daļēji strukturēta intervija.

Tiks veikta attiecīgo raidījumu – „Krustpunktā”, „Pusdiena” un „Dienas notikumu apskats” kvalitatīvā kontentanalīze, aplūkojot tieši koncepta „mediji – politiķi – sabiedrība” mijiedarbību. Tiks aplūkotas un izpētītas arī katra raidījuma budžeta atspoguļojums – vai tas mainās un, ja jā, tad kādas ir galvenās atšķirības. Tiks veikta vispārēja Latvijas Radio 1 raidījumu kvalitatīvā kontentanalīze (konkrētāk, jau pieminētie trīs raidījumi), jo tiem ir labs materiāls pētniecībai. Piemēram, 2016. gadā, vispārēji, LR1 kopumā bija astoņi diskusiju raidījumi par valsts budžetu („Dienas notikumu apskats”, „Īstenības izteiksme 15 minūtēs”, „Krustpunktā”, „Aktuālā intervija”, „Labrīt”, „Pēcpusdiena”, „Pusdiena” un „...un ko domā Tu?”). Tomēr izvēlēti jau iepriekš pieminētie trīs, lai gūtu vispārēju skatījumu uz konkrētā temata izklāstu radio.

Daļēji strukturētās intervijas tiks izmantotas, lai:

1. Gūtu informāciju no Latvijas Radio politiski analītisko ziņu raidījumu „Krustpunktā”, „Aktuālā intervija” un „Pēcpusdiena” satura veidotājiem (producentiem);
2. Gūtu informāciju no attiecīgo nozaru politiskajiem pārstāvjiem;
3. Gūtu informāciju no attiecīgo nozaru cilvēkiem, kuri reprezentē sabiedrību un tās vēlmes, kā arī tās jomas, kuras ir aktuālākās budžeta apspriedē un pieņemšanā (izglītības un veselības nozaru arodbiedrības).

Empīriskā bāze

Darba empīriskajā bāzē tiks aplūkoti visi pētījuma objekti: valsts budžets (2017. gads, izpētīts attiecīgo aktuālo nozaru atspoguļojums (veselība, izglītība un drošība) un tas, kā budžets vispārēji tiek apspriests mediju vidē), Latvijas Radio, Latvijas Radio 1, kā arī raidījumi „Krustpunktā”, „Pusdiena” un „Dienas notikumu apskats”. Empīriskajā bāzē būs arī interviju jautājumi konkrētajiem respondentiem, kā arī tiks izklāstīts pētījuma dizains, iegūtie pētījuma rezultāti un to analīze.

Darba teorētiskā un praktiskā nozīme

No teorētiskā viedokļa raugoties, darbs sniedz labu ieskatu budžeta pieņemšanas atspoguļojumā un apspriedē sabiedriskajā medijā. Tas sniedz dažādas būtiskas un svarīgas nianšes, kuras paliek nepamanītas, ikdienišķi patērējot sabiedriskā medija raidījumus un to saturu (raidījumu uzbūve, atšķirības ziņu izklāstā, konkrēto viesu parādīšanās biežums, atšķirīgs raidījumu formāts un, līdz ar to, arī atšķirīgs, piemēram, sabiedrības līdzdalības faktors).

Savukārt, no praktiskā viedokļa raugoties, nav daudz akadēmisko darbu par valsts budžetiem un to pieņemšanas atspoguļojumu medijos, vēl jo vairāk šāda veida darbu nav tieši politikas zinātnē, mediju un žurnālistikas iedaļās. Tādējādi darbs sniegs labu praktisku pienesumu un interesantas atziņas, kas var būt par pamatu turpmākajiem pētījumiem.

1. MEDIJU LOMA POLITIKĀ

1.1. Mediju un politikas mijiedarbība demokrātiskā sabiedrībā

Demokrātiskā valstī mediju un politikas mijiedarbībai vajadzētu būt savstarpējai, attīstošai un veselīgai. Tomēr ne vienmēr tā tas ir. Demokrātija kā jēdziens nozīmē institucionālu kārtību jeb sistēmu, kurā visiem pieaugušajiem indivīdiem ir tiesības vēlēties godīgās un brīvās vēlēšanās. Uzsvars ir tieši uz godīgām, brīvām un neietekmētām vēlēšanām, jo tas ir viens no svarīgajiem punktiem valsts veselīgas demokrātijas pastāvēšanai un attīstībai. Tā ir sistēma ar politiskām tiesībām un katra indivīda personisko brīvību savos uzskatos, tostarp politiskajos un reliģiskajos, kā arī to paušanā. Brīvība savos cilvēciskajās tiesībās – savu uzskatu un domu pārliedzībā, un līdzvērtībā ar citiem sabiedrības locekļiem.²⁰ Svarīgs aspekts ir arī demokrātiskas valsts budžets – tā plānošana, pieņemšana un apstiprināšana. Un vēl svarīgāk – neietekmētu, brīvu un neatkarīgu mediju pastāvēšana un to darbība visas sabiedrības labā.

Mūsdienās pastāv uzskats, ka demokrātija ir jauna forma pēc autoritārajiem režīmiem – kā jauna ideja un pat nepieciešamība pēc „normālas politiskās organizācijas formas”.²¹ Demokrātija kā runas brīvība un uzskatu brīva paušana ir īpaši nozīmīga un svarīga tieši plašsaziņas līdzekļiem. Runas brīvība ir demokrātijas pamatelements, viens no vissvarīgākajiem aspektiem demokrātiskā valstī, tādējādi arī brīvi mediji – bez cenzūras un ierobežojumiem, ir brīvas, demokrātiskas valsts „veselības” pazīme. Tieši mediji ir viens no svarīgākajiem indikatoriem, lai noteiktu valsts demokrātiskā līmeņa pilnīgumu un tā praktisko darbību, jo, piemēram, teorētiski, valsts deklarē, ka tā ir demokrātiska, taču no praktiskā viedokļa, valsts mediji tiek ierobežoti un cenzēti.

Mediju un politikas savstarpējā sadarbība un mijiedarbība demokrātiskā valstī ir vitāla nepieciešamība. Mediji – bez cenzūras, savtīgiem nolūkiem un

²⁰ Seymour Martin Lipset, Jason M. Lakin (2004). *The Democracy Century*. Oklahoma: University of Oklahoma Press. P. 1 – 24. Izgūts no: https://books.google.lv/books?id=adE09eMgVjsC&pg=PA19&dq=democracy+definition&hl=en&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=democracy%20definition&f=false

²¹ Touraine, A. (1997). *What Is Democracy?* Colorado: Westview press. P. 7. Izgūts no: https://books.google.lv/books?id=qEu-laNXbc4C&printsec=frontcover&dq=what+is+democracy&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwi3877C08bQAhWFDSwKHSrFD_YQ6AEIGjAA#v=onepage&q=what%20is%20democracy&f=false

interesešu konfliktiem, atspoguļo politiskās norises un rāda objektīvu, neitrālu un analītiski kritisku informāciju par kādu politisko notikumu. Savukārt, politiķi – ar mediju starpniecību ziņo sabiedrībai svarīgākos vēstījumus un atskaitās par padarīto. Tādā izpratnē šāds mediju un politikas tandēms ir nešķirams un sabiedrībai nepieciešams. Tomēr politiķi, izmantojot savu ietekmi, var arī izmantot medijus savā labā un censties ietekmēt to saturu un dienaskārtību. Būtisks aspekts ir arī politiķu parādīšanās biežums medijos. Politiskās zinātnes un komunikācijas profesora Gadi Wolfsfilda (*Gadi Wolfsfeld*) grāmatā „*Making Sense of Media and Politics: Five Principles in Political Communication*” tiek aplūkots nozīmīgs faktors par to. Piemērā ir minēti divi amerikāņu politiskie aktori un katrs no tiem cenšas iekļūt ziņās (sabiedriskajos medijos). Abi ir no vienas politiskās partijas, abiem ir līdzīgs politiskais redzējums un abi vienādi labi izskatās kameras priekšā. Bet ir tikai viena maza atšķirība starp tiem – viens no tiem ir Amerikas Savienoto valstu prezidents, bet otrs ir jauns kongresmenis no ZiemeļDakotas. Prezidentam apkārt vienmēr būs liels skaists ar žurnālistiem un mediju pārstāvjiem un tas var parādīties medijos jebkurā laikā, kad vien to vēlas. Savukārt, kongresmenim ir jāsaņem ar citiem politiskajiem aktoriem, kā arī jāpārliecina medijs par to, ka tam ir kāds svarīgs ziņojums, ko teikt. Prezidentam nekad nav problēmu iekļūt nacionālajās ziņās, kamēr kongresmenim, ja paveiksies, izdosies iekļūt vietējās ziņās.²² To var ļoti labi sasaistīt arī ar Latvijas situāciju. Ir augstākstāvoši politiķi, kuri vienmēr bez grūtībām iekļūs mediju ziņu kārtībā, bet ir arī „mazie” jeb, visbiežāk, mazas frakcijas pārstāvošie vai reģionālie politiķi, kuriem tas sagādā grūtības un tie ir manāmi vien mazas nozīmes vietējos medijos. Tam ir sasaiste arī ar mediju un politikas mijiedarbību demokrātiskā sabiedrībā, jo politiķi (zināmi un mazāk zināmi) mijiedarbojas ar medijiem un pēcāk arī ar sabiedrību savstarpējā savienībā. Arī no politiķa atkarīgs, cik lielu rezonansi tālāk tā teiktais radīs medijos un sabiedrībā. Un otrādāk – cik lielu ietekmi spēj dot sabiedrība, atbildot uz kādu no politiķa sniegtajiem vēstījumiem.

Medijs, īpaši sabiedriskais, veic ne tikai informētāja funkciju, tas ir arī kā uzraugs un „sargsuns” brīvai un demokrātiskai valstij, un tās pilsoņiem. Tas raugās

²² Wolfsfeld, G., (2011). „*Making Sense of Media and Politics: Five Principles in Political Communication*”. New York: Routledge.

arī, lai valsts demokrātiskās funkcijas nav apdraudētas nevienam.²³ Tiek uzraudzīti arī politiskie procesi. Tādējādi demokrātija un mediji iet roku rokā un viens bez otra nav iedomājami. Šajā konceptā vērīgāk raugoties – mediji – politiķi – sabiedrība ir sasaistīta un ciešā savstarpējās saskarē un mijiedarbībā viens ar otru.

1.1.1. Mediju politiskā loma (mediju loma politikā)

Mediju lielākā vērtība ir neatkarība, kas sabiedrībai nodrošina objektīvu un kritiski izvērtētu informāciju. Tā ir neatkarība arī no politiskajām partijām, politiskās vides, dažādām organizācijām un citām lietām, kas varētu būtiski apdraudēt mediju saturu, kritiskumu un objektivitāti. Medijiem ir jābūt neatkarīgiem ne tikai politiski, bet vispārēji. To nosaka arī Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likums par sabiedriskajiem elektroniskajiem plašsaziņas līdzekļiem: „[...] *Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu programmās nedrīkst atspoguļot tikai atsevišķu politisko, ideoloģisko, ekonomisko, reliģisko vai citu grupu intereses.*”²⁴ Tomēr tieši mediji var būtiski un nozīmīgi ietekmēt, iespaidot un atklāt daudzus politiskos procesus – ar ziņu, reportāžu, diskusiju un raidījumu palīdzību.

Funkciju klāsts, kuras piedāvā mediji ir plašs – no informēšanas un izglītošanas, un beidzot ar izklaidi. Runājot par politisko komunikāciju, ir atsevišķi ziņu kanāli, kuri var salāgot nopietnu ziņu raidījumu ar izklaidi. Tomēr ir bezjēdzīgi politiskajā komunikācijā pieprasīt, kā arī meklēt neizteiksmīgu attieksmi un neitralitāti, jo mediji nav vien pasīvs informācijas nesējs un devējs, kā arī mehānisks starpnieks starp politisko varu un sabiedrību. Tas ir aktīvs sabiedriskās norises dalībnieks, kuram ir sava griba un mērķi. Sabiedriskajos procesos mediji sniedz savu intelektuālo un emocionālo pienesumu, arī attieksmi un pozīciju.²⁵ Tomēr mediji var arī veidot negatīvu un stereotipisku iespaidu par kādām no sabiedrības grupām, tostarp par pašiem politiķiem (to sauc par izslēdzošo

²³ Clifford G Christians, Theodore Glasser, Denis McQuail, Kaarle Nordenstreng, Robert A. White (2009). *Normative Theories of the Media: Journalism in Democratic Societies*. Illinois: University of Illinois Press. P. 30.

²⁴ Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likums. XII nodaļa, „Sabiedriskie elektroniskie plašsaziņas līdzekļi“, 66. pants, „Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu programmas“: <http://likumi.lv/doc.php?id=214039> Skatīts: 03.02.17. Plkst. 02:25.

²⁵ Skaidrīte Lasmane: Kāda ir mediju vara Latvijā? <http://www.delfi.lv/news/national/politics/skaidrite-lasmane-kada-ir-mediju-vara-latvija.d?id=18856346> Skatīts: 11.04.2017. Plkst. 01:37.

stratēģiju), kā arī tie var leģitimizēt kādu noteiktu sabiedrības grupu tiesības un arī klātbūtni mediju publiskajā telpā (to sauc par iekļaujošo stratēģiju).²⁶

Mediju iesaistes rezultāti politiskajos procesos (pat ar profesionālām un godprātīgām mediju aktivitātēm) bieži vien ir par maz, lai panāktu kādus vērā ņemamas politikas maiņas vai kādu politiku gāšanu un to nomaiņu pret citiem. Parasti atkāpšanās notiek kādu augstāku institūciju iejaukšanās gadījumā. Tomēr tā nav mediju vaina.²⁷ Par spīti tam, medijiem ir neatsverama ietekme uz politiku. Tie nemitīgi mainās un attīstās, īpaši mūsdienās, tādējādi mainās arī to formāti, informācijas apraide un saziņa ar mediju lietotājiem, sabiedrību. Piemēram, mediju platformā – radio (kas arī ir darba pētniecības viens no galvenajiem objektiem) svarīgu vietu ieņem „*talk shows*” jeb sarunu – diskusiju pārraides, interneta platforma, kurā ir iespējams gūt ātru informācijas apmaiņu ar citiem ekspertiem vai raidījumu dalībniekiem, kā arī nepārtraukta atgriezeniskā saite ar auditoriju, ar video tiešsaistes starpniecību, internetu, tiešraidēm un komunikāciju sociālajos tīklos.²⁸ Tā ir nepastarpināta vide, kurā, piemēram, par valsts budžetu atbildīgās personas ir tiešā interakcijā ar radio klausītājiem – tiek nodota un saņemta atgriezeniska informācija.

Mediji ieņem svarīgu sociāli politisku lomu sabiedrībā, jo ar to starpniecību cilvēki gūst nepieciešamo svarīgo informāciju ne tikai par politiskajām norisēm Latvijā, bet arī ārvalstīs. Arī cilvēki paši tiešā veidā var ietekmēt kādus politiskos procesus – rosinot referendumus, aptaujas un streikus, tādējādi informācijas – ziņojuma nodošanā politiķiem vai kādām citām institūcijām, tiešā veidā iesaistot arī medijus, kas tiem var būtiski palīdzēt. Tie var pastiprināt, nodot tālāk un vairojot kādas informācijas vai ierosinājuma izplatību un nonākšanu pie vajadzīgās amatpersonas. Tādējādi mediju politiskā loma ir nozīmīgs aspekts vairākos politiski svarīgos notikumos un to analīzē.

Evolūcija no liberālisma līdz demokrātijai ir notikusi reizē ar masu mediju tehnoloģiju rašanos – to spēju vienlaicīgi uzrunāt miljardiem cilvēku. Šīs

²⁶ Mediji un daudzveidība: http://www.integration.lv/uploads/files/informativie-materiali/mediji_un_daudzveidiba.pdf (2011). Latvijas Cilvēktiesību centrs. 4. lpp.

²⁷ Turpat.

²⁸ Norris. P. (1997). *Politics and the Press. The News Media and Their Influences. Introduction: The Rise of Postmodern Political Communications?* London: Lynne Rienner Publishers, Inc. P. 6. Izgūts no: https://books.google.lv/books?id=gn7gTOuVGWIC&printsec=frontcover&dq=media+influence+on+politics&hl=en&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

tehnoloģijas ir radījušas iespējas politiķiem komunicēt ar masām un tādējādi veicina masu demokrātijas veidošanu. Tādēļ nav pārsteigums, ka simboliskais komponents masu demokrātijas politikā kļuva sasaistīts ar masu medijiem. Sekojoši, masu mediju žurnālisti kļuva par atslēgas spēlētājiem politiskā simbolisma radīšanā un apritē. Žurnālisti, kuri ir specializējušies politikā ir, laika gaitā, saistīti ar politisko sistēmu dažādos veidos. Katrs mijiedarbības modelis starp žurnālistiem un politiķiem atstāj dažādu mītu un prakšu pārpalikumus, kas turpina ietekmēt mūsdienu saskarsmi. Šo prakšu raksturojums ir svarīgs, jo tas nosaka, kā politika tiks prezentēta masām. Politisko ideoloģiju, mītu un uzskatu, kā arī politisko spēlētāju portretējums ir lielā mērā reglamentēts ar mediju darbības dabu un mediju pašizpratnes par viņu attiecībām ar politiskajiem procesiem.²⁹

„Atverot” mediju lomu politiskajā procesā, lai to labāk izprastu, tas tiek skatīts caur četrām tēmām – caur žurnālistu un politiķu attiecību dabu (institucionalizētas un neoficiālas), cik liels komerciāls spiediens ir uz žurnālistiem, politikas žurnālistu prakse un žurnālistu uzskati par to lomu politiskajos procesos. Uzskatu komponents liberālā žurnālistikā var vislabāk būt saprotams, pārbaudot jēdzienus „ceturtās vara” un „sargsuņa žurnālistika” (*the Fourth Estate and watchdog journalism*).³⁰

Mediji ietekmē ne tikai cilvēku ikdienas dzīvi, bet, neapšaubāmi, arī politiku un tās dienaskārtību. Tomēr, cik liela ir politikas ietekme uz medijiem, ir noskaidrots maģistra darba pētījuma (empīriskajā) daļā.

1.1.2. Mediju efekti

Mediju efekti mēdz būt daudz un dažādi, tomēr viens no biežākajiem ir stereotipizācija par kādu cilvēku sociālo grupu un to problēmām. Piemēram, pensionāri – nabadzība, naudas trūkums; politiķi – domā tikai par sevi un apzog valsti; valdība – nesaprot „vienkāršo tautu”, izdod neizprotamus likumus utt. Šāda veida stereotipi ir dziļi iespiedušies cilvēku prātos un mediji, varbūt, reizēm pat negribot, šos pieņēmumus tikai pavairo un stiprina.

Vienas dienas laikā cilvēki patērē ievērojamu daudzumu mediju veidoto saturu un ziņu. Daudzums ir tik liels, ka pastāv liels negatīvas akumulācijas risks. Piemēram, ikreiz, kad medijs pārraida un reprezentē kādas noteiktas sociālas grupas vai statusa cilvēku (piemēram, politiķus un valdību), tam uzreiz līdzi „nāk”

²⁹ Louw, E. (2010). *The Media and Political Process*. London: Sage. P. 47.

³⁰ Turpat. P. 47 – 48.

arī kāds iepriekš noteikts stereotips saistībā ar to (piemēram, politiķi neko nedara un tikai „sagrābj” sev vēl lielāku algu no „vienkāršās tautas”). Tas pats ir sasaistāms arī ar imigrantiem – klausoties ziņas saistībā ar tiem, auditorijai (sabiedrībai) „ieslēdzas” noteikts stereotips par tiem, ka tie ir kādas etniskas grupas pārstāvji un attiecīgie cilvēki – imigranti uzreiz iegūst noteiktas stereotipiskās īpašības pat tad, ja medijs nemaz nepiemin imigrantu piederību kādai noteiktai sociālajai grupai. Tādējādi stereotipizācija kā viens no mediju efektiem ļoti lielā mērā ietekmē to, kā mēs uztveram mediju radīto saturu un veidotos vēstījumus pat tad, ja mēs paši to nemaz neapzināmies.³¹

Viena no teorijām, kas skaidro mediju efektus un to, kas analizē mūsu skaidrojumu citu cilvēku uzvedībai (kuri ir citu sociālo grupu pārstāvji) ir fundamentālās atribūcijas kļūdas teorija. Tā skaidro, ka cilvēku viedoklis par pārējo cilvēku uzvedību ir atkarīgs no tā, kādā grupā jeb „kastītē” mēs šos cilvēkus ieliekam. Saistībā ar šo teoriju, mēs iedalām cilvēkus „savējos” un „svešajos” (tie, kas neesam mēs). Tādējādi, ja kāds no „mūsējiem” izdara kaut ko nepieņemamu vai sliktu, mēs to attaisnojam ar dažādiem ārējiem apstākļiem, piemēram, tādi bija apstākļi un cita rīcība nebija iespējama. Taču, ja ko tamlīdzīgu izdara kāds no „svešajiem”, tad tādā gadījumā mēs to skaidrojam nevis ar ārējiem apstākļiem, bet gan ar šī „svešā” cilvēka individuālajām īpašībām, piemēram, cilvēkam bijusi slikta audzināšana, viņš vai viņa ir ļauns/ļauna. Šādi stereotipi mediju vidē var atbalstīt atribūcijas kļūdas, tādējādi par tiem ir jārunā un tie ir jāanalizē.³² Mediju mērķis ir atspoguļot un nodrošināt izsvērtu un analītiski objektīvu informāciju. Taču žurnālisti, kas veido medijus, katrs ir pakļauts savu pieņēmumu un aizspriedumu būtiskai ietekmei, kas nāk no žurnālista paša kultūras un audzināšanas, un arī tas var tikt neievērots.

Mediju pētnieki ir izveidojuši vairākas teorijas, kuras skaidro mediju efektus un to, kā mediju pašu veidotā realitāte spēj ietekmēt sabiedrības jeb auditorijas uzskatus un arī vērtības. Dažas no tām ir sekojošas:

- Kultivēšanas teorija – šī pieeja analizē to, kā mediji, jo sevišķi televīzija, var ilgtermiņā mainīt cilvēku priekšstatus par dažādām lietām. Viens no kultivēšanas teorijas galvenajiem aspektiem ir unifikācijas jēdziens. Ar šo jēdzienu

³¹ Mediji un daudzveidība: http://www.integration.lv/uploads/files/informativie-materiali/mediji_un_daudzveidiba.pdf (2011). Latvijas Cilvēktiesību centrs. 13 - 14 lpp.

³² Turpat.

apzīmē procesu, kad viedokļu daudzveidības vietā tiek sniegts kāds dominējošais uzskats. Unifikācija norit tad, kad auditorija uztver izveidoto un rekonstruēto realitāti kā konkrētus un noteiktus faktus par pasauli. Jo īpaši tas notiek tad, kad tiek runāts par lietām, par kurām indivīdam reālajā dzīvē ir sanācis mazāk saskarties. Šī teorija apgalvo, ka indivīdi, kuri savu dzīvi lielākoties pavada pie televīzijas ekrāniem, arī savu paša dzīvi veido, pamatojoties uz televīzijas piedāvāto realitāti. Piemēram, cilvēki, kuri bieži skatās asa sižeta filmas daudz vairāk ir pārliecināti par to, ka pasaule ir cietsirdīga un ļauna. Sociālā realitāte, kura tiek veicināta ar unikācijas palīdzību, arī ietekmē tādus faktorus kā sabiedrības jeb auditorijas priekšstatus par dzimuma lomām, tā ietekmē arī politiskos uzskatus un attieksmi ne tikai pret politiķiem, bet arī pret sociālajām minoritātēm.³³

- Socializācijas teorija – tā vēsta par to, kā mediji kļūst par sabiedrības zināšanu avotu. Piemēram, bērni cenšas vairāk līdzināties pieaugušajiem socializācijas procesā, gūstot informāciju no medijiem. Vispārēji mediji ir nacionālās un kultūras socializācijas ieguves punkts. Liela sabiedrības daļa savus uzskatus par kādām minoritāšu grupām un kultūrām bieži vien veido, pateicoties informācijai tieši no medijiem. Jo īpaši tas attiecas uz tiem, kuri reālajā dzīvē ir visai maz saskārušies ar konkrētajām minoritātēm. Turklāt mediji sabiedrībai piedāvā jau gatavu izpratni par publisko kultūru, kā arī par dažādām vērtībām, uzskatiem, kas jau dominē sabiedrībā un tiek uzskatīti par „vispareizākajiem”.

- Dienaskārtības teorija – tā tika formulēta, pētot mediju dažādo ietekmi un efektus tieši uz politisko socializāciju. Mediji, sniedzot auditorijai savu dienaskārtību (dažādus notikumus, problēmas un apspriežamos jautājumus), tie savā ziņā veido un strukturē auditorijas kognitīvās spējas jeb tādējādi mediji formulē auditorijas attieksmi pret aplūkotajiem svarīgākajiem jautājumiem. Mediji runā par to, par ko sabiedrībai būtu jādomā. Jāpiemin, ka „dienaskārtības uzspiešana” notiek arī tādos gadījumos, kad mediji konstanti kādus tematus noklusē. Piemēram, kādas budžeta aktualitātes var neparādīties mediju

³³ Mediji un daudzveidība: http://www.integration.lv/uploads/files/informativie-materiali/mediji_un_daudzveidiba.pdf (2011). Latvijas Cilvēktiesību centrs. 18. lpp.

dienaskārtībā, līdz ar to tiek pasniegts „ziņojums”, ka par to sabiedrībai nav jādomā.³⁴

Pēc mediju teorijām un efektiem spriežot, mediji nevis atspoguļo pasauli un tās notikumus, bet gan rekonstruē to. Mediji veido tādu pasauli, ar kādu tie iepazīstina savu auditoriju, informējot to, par ko tai būtu jādomā un jārunā, bet par ko nē, ko uzskatīt par svarīgu, bet ko nē.

1.2. Mediji – sabiedrība – politiķi

Mediji – sabiedrība – politiķi ir neatsverama un svarīga triāde, kuras savstarpējās attiecības un mijiedarbību varam redzēt ik dienu plašsaziņas līdzekļos. Patiesībā no šīs triādes galvenās būtības (informācijas apmaiņa un informācijas nodrošināšana, cīņa pēc taisnības, palīdzības sniegšana, nelikumību novēršana un pats galvenais – valstiski svarīgu notikumu un aktuālu tematu rādīšana un skaidrošana sabiedrībai) nebūtu nekādas jēgas, ja kāds no triādes elementiem iztrūktu, jo tie viens otru savstarpēji papildina un uztur. Katrs no šiem elementiem ir svarīgs un kāda tā neesamība padara triādes saturu bezjēdzīgu. Jo mediji sabiedrībai, galvenokārt, vēsta par valstiski nozīmīgiem un svarīgiem notikumiem, kurus veido politiskie spēki un valdība. Valdība un politiķi, savukārt, ziņo par paveiktajiem darbiem un dažādām citām politiskajām aktualitātēm medijiem, lai tie darītu zināmu sabiedrībai.

Primāri ir nepieciešams izvērtēt mediju un politikas attiecības. Ja mēs gribam saprast kompleksās attiecības starp spēku (politika) un reprezentāciju (mediji), mums ir jāpretojas situācijas definēšanai terminos, kas atbalsta spēku un varu un jāstāv ārpus „veselā saprāta” definīcijām par normalitātēm, pieklājībai, pareizībai un realitātei, kas saista mediju komfortu un ērtumu to auditorijai.³⁵

Lai to sasniegtu, politikas un mediju akadēmisko tekstu parastie ierobežojumi ir jāpārvar. Vairums pieņem politikas un sabiedrības definīcijas, kuras tikai reproducē dominējošos pieņēmumus par medijiem pašiem. Adekvāta vēsturiska kontekstualizēšana ir vissvarīgākais sākuma punkts pienācīgai attiecību novērtēšanai starp politiku un medijiem. Vēsturiskā konteksta trūkuma dēļ mēs varam tikai interpretēt jautājumus paviršā un virspusīgā manierē, naivi adoptējot

³⁴ Mediji un daudzveidība: http://www.integration.lv/uploads/files/informativie-materiali/mediji_un_daudzveidiba.pdf (2011). Latvijas Cilvēktiesību centrs. 18 - 19. lpp.

³⁵ Wingfield, Nesbitt – Larking, P. (2007). *Politics, Society and Media*. Second Edition. Ontario: Broadview press. P. 13.

iepriekš dominējošo un šī brīža simbolizējošās pasaules ceļu, it kā tas būtu vienīgais veids un ceļš.³⁶

Triāde mediji – sabiedrība – politika ne tikai savstarpēji mijiedarbojas, bet arī ir savstarpēji organizēta, kurā katram elementam ir sava vieta un uzdevums. Katrs elements savstarpējā interakcijā ir kā „ziņas sūtītājs” un „ziņas saņēmējs”. Ziņas tiek kodētas un dekodētas. „Kods” ir uzskatāms kā vienošanās un abpusēji saprasta kaut kā reprezentācija un tāpēc ir līdzīgs valodai. „Kods” izmanto dažāda veida saziņas zīmes. Kodi sevī ietver dažādus simbolus un ikonas, piemēram, vārdi „budžets”, „valdība”, „finansējums”, „nozare” utt. Šis kodēšanas un dekodēšanas modelis kalpo par pamatu politikas, sabiedrības un mediju, un to savstarpējās mijiedarbības izpētei.³⁷

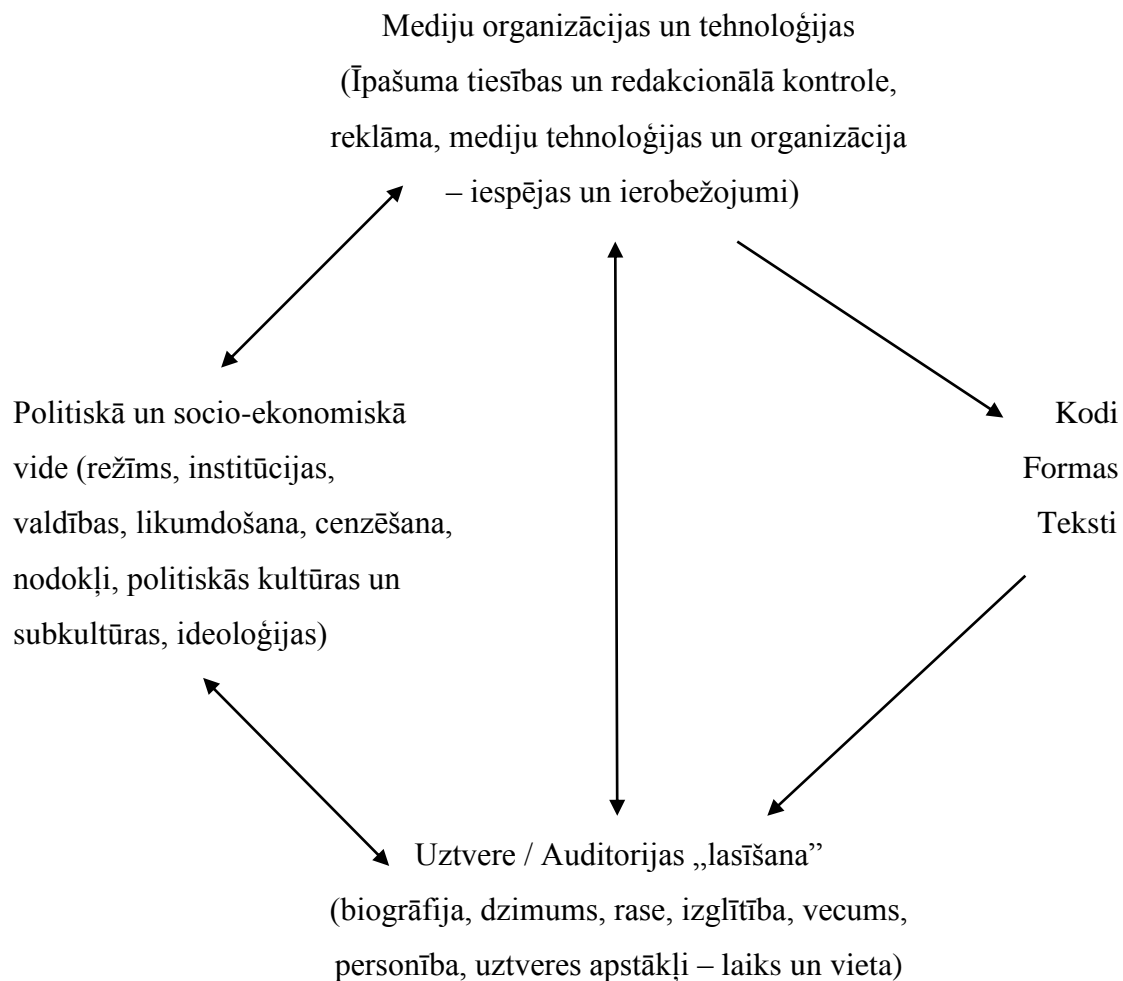
Kodēšana ir process ar kura palīdzību noteikti „ziņojumi” tiek ziņoti, lai tiktu reprezentēti, gan tīšām, gan arī netīšām. Kodēšanas prakses ir sociāli procesi, kuru nozīme ir burtiski veidota un pārveidota. Kodēšanas daļa sastāv no divām sekcijām. Pirmajā ir sociāli, ekonomiski un politiski spēki un notiek to ietekmes izpēte medijos un to ziņojumos. Otrajā sekcijā turpinās šī izpēte mediju organizāciju kontekstā, norit izpēte dažādu „ziņojumu” un kodu veidolā caur kuriem tā tiek veidota un izplatīta.³⁸

„Ziņojumi” ir trešā sekcijas, kura izskaidro, kā mēs varam vislabāk nolasīt mediju „kodus”, formas un tekstus politiskā veidā. „Ziņojums” ir reprezentācija, piemēram, grāmata, pārraide, ziņu izlaidums, filma, grafīti vai arhitektūras stils. Vispārējais „ziņojuma” termins medijiem ir „teksts”, kas sevī ietver ne tikai rakstītu vārdu, bet arī citus kulturālus artefaktus, kā izpaust kādu svarīgu nozīmi, piemēram, audio skaņas (radio pārraides) un vizuālos attēlus.

³⁶ Wingfield, Nesbitt – Larking, P. (2007). *Politics, Society and Media*. Second Edition. Ontario: Broadview press. P. 13.

³⁷ Turpat. P. 14 – 15

³⁸ Turpat.



1. attēls. Politika, sabiedrība un mediji: modelis.

Šis politikas, sabiedrības un mediju modelis izskaidro elementāru un ikdienišķu „ziņojuma” nosūtīšanu un tā uztveršanu. Poliņiķi „nodod” savus ziņojumus medijiem (atkarībā no valstiskās struktūras, politiskā režīma, cenzūras / necenzūras un likumdošanas), kurus tie analizē un veic izpēti, pēcāk mediji (atkarībā no to redakcionālās politikas, tehnoloģijām un iespējām, īpašumtiesībām) šos ziņojumus tālāk pārraida sabiedrībai, turklāt, sabiedrība tos var uztver dažādi, atkarībā no dažādiem aspektiem – indivīdu dzimuma, rases, izglītības līmeņa, vecuma, to personības, kā arī ļoti svarīgi ir „ziņojuma” uztveres apstākļi, respektīvi, kurā vietā un laikā „ziņojums” ir ticis saņemts.³⁹

1.3. Ceturtā vara un *watchdog*

³⁹ Wingfield, Nesbitt – Larking, P. (2007). *Politics, Society and Media*. Second Edition. Ontario: Broadview press. P. 16.

Galvenais veids, kurā mediju – politikas attiecības ir tikušas konceptualizētas liberālās demokrātijās ir divi savstarpēji saistīti jēdzieni: ceturta vara un sargsuņa žurnālistika. Kā norāda grāmatas par mediju un politisko procesu autors Ēriks Louvs (*Eric Louw*), tie ir meli liberālās žurnālistikas profesionālajā ideoloģijā – žurnālistiem reprezentējot pamatprincipus, kuri definē viņu „ideālās” attiecības veselā „politiskajā mašīnā”. Šis „ideāls” šifrē trīs elementus, kurus liberāli žurnālisti attiecina uz sevi. Pirmkārt, mediji tiek uzskatīti kā atsevišķa vara politiskajā procesā. Tas nozīmē, ka medijiem vajadzētu būt tādām pašām tiesībām kā citām varām – kā pilntiesīgi dalībnieki valdības procesos, turklāt, tiem būtu jābūt autonomiem spēlētājiem politiskajos procesos. Patiesībā mediji tiek uzskatīti par īpaša veida dalībniekiem (ar pievienotām tiesībām?), jo dotāciju modelis žurnālistiem piešķir *watchdog* jeb sargsuņa lomu pār citiem politiskajiem dalībniekiem. Tādējādi medijiem ir ne tikai autonomija (nodalot tos atsevišķi no citām varām), bet arī „speciālas tiesības” pār citiem spēlētājiem, proti, tiesības savas autonomijas aizstāvībai, tiesības monitorēt citus spēlētājus un tiesības uz vārda un runas brīvību (tiesības rakstīt un pārraidīt jebko, ko par piemērotiem un nepieciešamiem tematiem). No šī „ceturta varas” jēdziena izauga ideja, ka liberāliem žurnālistiem jābūt „uz sacīkstēm orientētiem” (pret politiķiem), lai būtu efektīvi *watchdogs*.⁴⁰

Ceturta varas un sargsuņa jēdzieni sākotnēji bija ierosināti no *The Times* redaktora Džona Deleina (*John Delane*). Viņš formulēja žurnālistikas konceptualizāciju 19. gadsimta vidus Britu politiskās kņadas (kā urbanizācija un industrializācija transformēja sociālo „ainavu”, veidojot stūrgalvīgu un urbānu zemāku sabiedrības šķiru) kontekstā. *The Times* apkalpoja Anglijas liberālo oligarhiju, kura bija sadalīta jautājumā par reformu. Deleins aizstāvēja liberālās oligarhijas reformēšanu uz liberālu demokrātiju un uzstāja uz reportāžām par strādnieku šķiras politiskajiem nemieriem, vērstu uz oligarhiem. Tas izraisīja konfliktu starp Deleina laikrakstu un oligarhiju, kuri nevēlējās, lai prese atainotu nemierus. No šī notikuma konteksta izauga Deleina slavenais labojums:

„Pirmais preses pienākums ir iegūt visjaunāko un viskorektāko informāciju no notikumiem un nekavējoties atklāt to sabiedrībai. Prese dzīvo no informācijas... Mums ir saistoši jāpastāsta patiesība, tiklīdz mēs to atrodam, bez bailēm no

⁴⁰ Louw, E. (2010). *The Media and Political Process*. London: Sage. P. 48.

iespējamajām sekām – mēs nedrīkstam aizdot ērtu patvērumu netaisnībai un apspiesībai, bet jānosūta tās pasaules spriedumam un kritikai. Žurnālista pienākums ir tāds pats kā vēsturniekam – meklēt patiesību un to prezentēt viņa lasītājiem, bet ne tikai tādas lietas, kuras lasītāji vēlētos dzirdēt, bet gan tādu patiesību, kādu ir žurnālista spēkos sasniegt.” (Delane, in Schultz, 1998: 25).⁴¹

Šulcs piezīmē, ka kopš Deleina, mediji, caur veiksmīgu lobiju un mārketingu, ir lielākoties naturalizējuši šo ceturtās varas žurnālistiku vīziju liberālu demokrātiju laikā. Tādējādi, liberāli žurnālisti šobrīd pieturas pie sekojošajiem sevis-definēšanas noteikumiem:

- Būt kritiskiem pret politiķiem;
- Cīnīties par pilsoņu tiesībām pret ļaunprātīgu valsts varu;
- Nodrošināt platformu debatēm un diskusijām;

Politikas zinātnieks Lerijs Sabato (*Larry Sabato*) identificē piecus ASV žurnālistikas tipus. Tie ir noderīgi, lai ne tikai saprastu Amerikas žurnālistiku, bet arī, lai vispārēji saprastu attiecību veidus, kas var rasties starp žurnālistiem un politiķiem. Tos identificējot un pārveidojot, Sabato izveido piecu veidu žurnālistu – politiķu attiecības.⁴² Jāpiebilst, ka žurnālistikas veidi ir daudzi un dažādi, bez klasiskās ziņu žurnālistikas, taču šeit izklāstītas piecas žurnālistikas galvenās pamatnozares, kuras labi iezīmē tieši saistību un sadarbību starp žurnālistiem un politiķiem un attiecības starp tiem.

1. Partizāņu žurnālistika (*pre-watchdog*) – kad medijs atbalsta kādu noteiktu politisku partiju vai ideoloģiju. Šāda mediju forma raksturo agrās liberālās oligarhijas Lielbritānijā un ASV, kad vidusšķiras pilsētnieks – žurnālists aktīvi strādā, lai izaicinātu monarhijas. Partizāņu žurnālists strādā kopīgi ar politiķiem, kuri palīdzēja veicināt un risināt tā lietas un iemeslus. Šāda veida žurnālistika šifrē žurnālistu praksi, kuri ir ārpus kādas iestādes un kuri sevi pozicionē kā politiskās sistēmas „apņēmīgiem advokātiem,” kuri pārmainīs politisko sistēmu, tomēr tie to „pārmaina” par labu kādam noteiktam politiskajam spēkam vai partijai.

2. Ceturtās varas žurnālistika – šāda veida žurnālistikā mediji ir daļa no politiskā procesa veidotājiem, bet tikai tik tālu, cik tie to ietekmē ar informācijas, reportāžu un rakstu palīdzību, viedokļiem un debatēm. Šī žurnālistika izvairās no sensāciju veidošanas un kliegšiem virsrakstiem. Šāda žurnālistika visbiežāk var

⁴¹ Louw, E. (2010). *The Media and Political Process*. London: Sage. 48 – 49.

⁴² Turpat. P. 49.

veidot politiķiem netīkamus rakstus, tādējādi atainojot patieso situāciju politiskajā vidē un darot to zināmu sabiedrībai.

3. „Dzeltenā” žurnālistika – šāda žurnālistika balstās tieši uz sensācijām, kļiedzošiem virsrakstiem un baumām. Bieži šī žurnālistika nekādu ļoti nopietnu nodarījumu politiķiem nenodara, iespējams, pat vairo kāda politiķa popularitāti, jo ar šī žanra starpniecību, tas var izrādīt savu rocību un finansiālo stāvokli, piemēram, izrādot savu plašo mājokli un dārgās mantas. Konflikts starp žurnālistiem un politiķiem sākas tad, kad žurnālisti „dzeltenās” žurnālistikas stilā, atklāj kādu „dzeltenu” jeb „sensationālu” faktu par kādu politiķi. Piemēram, ASV šis žurnālistikas žanrs kļuva korumpēts, jo politiķi sāka maksāt medijiem, lai tikai tie nublicētu kādu negatīvu vai apkaunojošu rakstu.

4. Izmeklējošā žurnālistika – tā „rok”, meklē un strādā ar faktiem, veidojot apjomīgus rakstus un pētījumus par kādu noteiktu problēmu vai lietu. Izmeklējošā žurnālistika parasti aizņem lielu un ilgu laika posmu, taču iegūtie rezultāti ir vērtīgi un dod nozīmīgu ieguldījumu, piemēram, kādas tiesvedības vai nelikumības atrisināšanā. Pārsvārā šāda veida žurnālistikā sliktas attiecības starp attiecīgajiem žurnālistiem un politiķiem ir nenovēršamas, visbiežāk, iesaistot arī policiju un tiesvedību.

5. Debašu un raidījumu žurnālistika (*broadcasting*) – tai ir vistiešākā saistība ar ceturtās varas žurnālistiku, tikai šis atzars piedāvā konkrēti ne rakstus, reportāžas vai vienkārši ziņas, bet gan debašu platformu un dažāda veida raidījumus, kuros politiskajiem spēkiem ir dota iespēja izteikties, skaidrot savu pozīciju un informēt sabiedrību par padarītajiem un veicamajiem darbiem. Te ietilpst publiskās pirmsvēlēšanu debates televīzijā, televīzijas un radio politiski analītiskie raidījumi (žurnālisti kopā ar politiķiem un ekspertiem), *hard – talks* (raidījuma vadītājs divatā sarunājas ar kādu politiķi) u.c. veida pārraides tieši elektroniskajos medijos.^{43 44}

No visiem šiem žurnālistikas veidiem, maģistra darbā ir apskatītas žurnālistu – politiķu attiecības un valsts budžeta pieņemšanas procesa atspoguļojums tieši caur ceturtās varas žurnālistikas un debašu un raidījumu žurnālistikas jeb *broadcasting* prizmas. Sabiedriskais medijs – sabiedriskais radio

⁴³ Louw, E. (2010). *The Media and Political Process*. London: Sage. P. 49 – 50.

⁴⁴ Erik Alb'k, Arjen van Dalen, Nael Jebiril, Claes H. de Vreese (2014). *Journalism in Comparative Perspective*. New York: Cambridge University Press. P. 94 – 96.

pilnā mērā izpilda ceturtās varas žurnālistikas funkciju un tajā ir pietiekami daudz politisko debašu un raidījumu. Trīs no politiski analītiskajiem raidījumiem Latvijas Radio ir maģistra darba pētniecības vieni no galvenajiem objektiem – raidījumi „Krustpunktā”, „Pusdiena” un „Dienas notikumu apskats”.

1.4. Mediatizācijas teorija

Mediatizācija tiek analizēta un arī aplūkota kā sabiedrības fenomens. Kas šo mediatizācijas procesu „darbina”? Kas to vada? Un, kādas ir sekas no šī procesa? Socio-teorētiskais ieguldījums mediatizācijas diskursā vispārēji ir neliels un rets. Piemēram, amerikāņu sociologs Džons B. Tompsons (*John B. Thompson*) redz agrāro sabiedrību transformāciju funkcionāli diferencētos modernās ēras sociālos veidojumos kā rezultāts sabiedrības iespējām uzkrāt informāciju un veidot komunikāciju, komunicējot. Kā skaidro Tompsons, šīs iespējas sākotnēji bija nodrošinātas ar drukātajiem masu medijiem (avīzes, laikraksti un žurnāli) un vēlāk ar elektroniskajiem masu medijiem (radio un televīzija) un šo procesu viņš dēvē par „mediatizāciju”.⁴⁵ Veidojot un turpinot Tompsona darbu, dāņu mediju pētnieks Stigs Hjarvards (*Stig Hjarvard*) „mediatizāciju” ir iecerējis kā modernizācijas procesu, kuras centrā ir organizatorisks, tehnoloģisks un estētisks mediju darba režīms (mediju loģika) un tas veido interakciju formas starp sociālajām institūcijām.⁴⁶

Grāmatā par Mediatizāciju politikā (*Mediatization of Politics: Understanding the Transformation of Western Democracies*) termins „mediatizācija” tiek saprasts kā individuāls fenomens, kas notiek ne- mediju (*non-media*) sociālo sistēmu laikā. Tas rezultējas no mediju sistēmas diferencēšanas, saturot pašu mediju būtību, loģiku un nepieciešamību pēc sabiedrības uzmanības, izteiktas citās sociālajās sistēmās. Termins „mediatizācija” apzīmē ne tik daudz pasīvu padevību, paklausību citām sistēmām, bet gan aktīvu mediju servisu izmantošanu. Šo servisu pieeju strukturālās sekas ir iecerētas kā „mediatizācijas sekas”. Tādējādi mediatizācijas jēdziens tiek saprasts ne kā lineārs mediju izraisītas ietekmes termins, bet gan kā rezultāts dažādiem mediju un ne – mediju kompleksiem interakcijas cēloņiem.⁴⁷

⁴⁵ F. Esser, J. Strömbäck (2014). *Mediatization of Politics: Understanding the Transformation of Western Democracies*. New York: Palgrave Macmillan.

⁴⁶ Turpat.

⁴⁷ Turpat.

Komunikācijas vai mediju studijās mediatizācijas teorija tiek lietota, lai aprakstītu procesu, kurā tiek formēta modernitāte (Krotz, 2008). Tas ir process, kurš sākas ar pārmaiņām mediju komunikācijā un balstās uz dominējošo, ietekmīgo institūciju spēku (Harvard, 2008). Šī situācija vislabāk tiek raksturota kā „mediatizācija” un, kā sekas no šī procesa, institūcijas un veselas sabiedrības ir formētas kā atkarīgas no masu medijiem (Mazzoleni & Schulz, 1999). Koncepta galvenā nozīmīguma izpratne ir mediju, kultūras un sabiedrības mediatizācija. Termins ir lietots vairākos kontekstos, lai raksturotu mediju ietekmi uz dažādām parādībām, bet maz darbu ir par to, lai noteiktu un precizētu pašu jēdzienu. Tikai pavisam nesen mediju pētnieki centās izstrādāt koncepciju uz saskaņotāku un precīzāku izpratni par mediatizāciju kā sociālo un kultūras procesu (Krotz, 2007; Schulz, 2004). Tāpēc vispirms ir jāsāk ar jēdziena dažādo nozīmju skaidrojumu agrākajos darbos.⁴⁸

Norvēģu politikas zinātnieks Gudmunds Herness (*Gudmund Hernes*) šo perspektīvu attīsta tikai ar salīdzinoši īsu analīzi par mediju ietekmi uz politiku un izglītības sektoru, attiecīgi, kur viņš norāda, ka plašsaziņas līdzekļu izaicinājums ir iestāžu, skolu un politisko institūciju spēja regulēt piekļuvi zināšanām un noteikt politisko dienaskārtību un darbākārtību. Viens galvenais punkts, ko Hernes rada ir tas, ka mediji ir pārveidojuši sabiedrību no situācijas, kurā no vienas puses ir informācijas nepietiekamība, bet no otras – pārpilnība, kas ir padarīts par uzmanības stratēģisko resursu, uz kuru ikviens var konkurēt.⁴⁹

Divi jēdzieni, kas ir izmantoti, lai aprakstītu izmaiņas attiecībā uz medijiem un politiku pēdējo piecdesmit gadu laikā ir „starpniecība” un „mediatizācija” („mediation” un „mediatization”). Tomēr šie jēdzieni ir izmantoti biežāk nekā tie ir pareizi definēti. Turklāt trūkst mediatizācijas procesa analīze, lai gan jēdziens kā tāds apzīmē procesu. Tādējādi mērķis ir analizēt konceptus „starpniecība” un „mediatizācija” politikā no procesa orientētas perspektīvas. Konkrēti šis raksts par mediatizācijas konceptu un tās procesu politikā apgalvo mediatizācija ir multidimensionāls, daudzpusīgs un pēc būtības uz procesu orientēts koncepts un ir iespējams noteikt atšķirību starp četrām pastāvošajām mediatizācijas fāzēm.⁵⁰ Šo

⁴⁸ Ratnesh Dwivedi. "Mediatization: The Definition, The Concept and The Process in Politics and Postmodernism with Reference to The Meditization in India" *Department of Integrated Communication, National University of Higher School of Economics* (2015).

⁴⁹ Turpat.

⁵⁰ Turpat.

četrus fāžu mediatizācijas modeli zviedru žurnālistikas un politiskās komunikācijas profesors Jespers Strombaks (*Jesper Strömbäck*) prezentēja kā tādu modeli, kas piedāvā veidu, lai izpētītu šādu mediatizācijas procesu skaidri un sistematizēti. Rezultātā cīņa starp politiskajām partijām un medijiem par to, kurš kontrolē (un kuram būtu jākontrolē) kampaņu darba kārtības liek politiķiem pielāgoties un, visbeidzot, pieņemt un adaptēties mediju loģikā.⁵¹ Šo četrus fāžu operacionalizēšana ļauj veidot empīriskus pētījumus. Piemēram, tika izpētītas ziņu mediju un politisko partiju lomas komunikācijā Austrijas kampaņās pēdējās četrās desmitgadēs. Ņemot darba kārtības noteikšanas spēku jeb jaudu kā izmaiņu rādītāju šajās mediji – politika attiecībās, rakstā parādītais pētījums ir balstīts uz darba kārtības veidošanas un politikas darba kārtības noteikšanas jēdzieniem kā darba kārtības noteikšanas modeļa paplašināšanās. Lai izveidotu partiju un mediju darba kārtības, tika veikta kontentanalīze par visiem Austrijas parlamenta partiju ziņu izlaidumiem, par galvenajām Austrijas raidorganizāciju vakara ziņu pārraidēm, kā arī par „politikas pārklāšanos” jeb ietekmi uz diviem laikrakstiem un diviem galvenajiem tabloīdu medijiem kampaņas „karstās fāzes” laikā.⁵²

Rezumējot, no tā visa izriet, ka mediatizācija ir komunikācijas un mediju studiju teorija, kas apgalvo, ka mediji formē un rāmē politiskās komunikācijas procesus un diskursu, kā arī sabiedrību, kurā konkrētā komunikācija / mediji ieņem vietu. Mediji nosaka politikas tēmas, to rāmējumu pašā medijā, kā arī konkrētās informācijas pasniegšanu.

1.4.1. Mediatizācija un demokrātija

Mediatizācijas koncepts mūsdienās izpilda smagu pienākumu neskaitāmos komunikācijas analīzes līmeņos, vairākās komunikācijas organizācijas sfērās un dažādos politiskās komunikācijas aspektos. Tādējādi, ja mediatizācijas jēdziens ir joprojām augošs un svarīgs politiskajā komunikācijā, tad ir ārkārtīgi nozīmīgi apsvērt tās līdzdalību un tās sekas arī demokrātijā. Tas gan nav vienkārši izdarāms. Tomēr grāmatas par mediatizāciju politikā autori ir aplūkojuši dažādās mediatizācijas ietekmes uz sabiedrību un demokrātiju kopumā detaļās – kā sociālās, politiskās un mediju tendences to visu ietekmē. Vissvarīgākais aspekts mediatizācijas un demokrātijas savstarpējības aplūkošanai ir politiķu – žurnālistu

⁵¹ Seethaler, J., Melischek, G. (2014). Phases of Mediatization: *Empirical evidence from Austrian election campaigns since 1970*. Taylor&Francis Online.

⁵² Turpat.

attiecību fons. Ir bieži ticis atzīmēts tas, ka attiecības starp žurnālistiem un politiķiem ir iesaistītas dinamikā un vienmēr bijušas sasaistītas viena ar otru – pamatā, kombinācijā ar savstarpēju un kopēju atkarību un interešu konfliktu dēļ. Svarīgi ir arī, kā laika gaitā šīs attiecības ir bijušas strukturētas plūduma stāvoklī. Ir jāsaprot, kur mediatizācija attīstības procesā iederas tieši žurnālistu – politiķu attiecībās jau izsenis.⁵³

Pirmkārt, agrajos pēckara gados kaut kas līdzīgs darba dalīšanai var teikt, ka dominēja starp divām komunicējošām pusēm. Piemēram, autors Kacs (*Katz, 1971*) apraksta politiskās komunikācijas procesu kā metaforu, ko ir izdomājis Lielbritānijas ITN ziņu redaktors, attēlojot politiskās komunikācijas procesu savos izteikumos kā „Platformas un logi”. Ideja radās caur vēlēšanu tipa pārraidēm, kurās politiskajām partijām ir platforma no kuras uzrunāt vēlētājus, kamēr konkrētā ziņu pārraide un televīzija kļuva par „logu”, caur kuru vēlētājs var novērot politiķu aktivitātes un reakcijas. Vissvarīgākais bija, no vienas puses, partijas atbalsta bāzes vājināšana, bet no otras puses – pieaugoša popularitāte, parādoties televīzijā, tādējādi stiprinot savas pozīcijas un publisko tēlu. Politiskajā komunikācijā šāda veida komunikācijas modelis tiek saukts par „stratēģisko komunikāciju”, lai sasniegtu „politiskos mērķus”, kādi nu katram politiskajam spēkam tie ir.⁵⁴ Lielākajām partijām šis komunikācijas modelis var ņemt virsroku – tās var pielietot dažādas taktikas un pieejas, lai projicētu savu pašu dienaskārtību caur ziņu medijiem. To politiķi var darīt tik prasmīgi, ka izpaliek mediju veidotās dienaskārtības, atbildes uz mediju uzdotajiem jautājumiem, kā arī, rezultātā, mediji tiek prasmīgi izmantoti kā politiķu pašapziņas celšanas vieta, arēna, kur izrādīties un izvēlēties un veidot sava paša dienaskārtību. Lielai daļai žurnālistu šāda raidījumu un debašu attīstība traucē un ir nepatīkama. Saskaņā ar mediju profesionālo ideoloģiju, tieši žurnālistiem ir jābūt tiem, kas ņem virsroku un uzstāda savu dienaskārtību, neņemot vērā politiķu prioritātes. Kā skaidro politikas zinātnieks Džons Zallers (*John Zaller*), „agresīva ziņu menedžmenta stratēģija mēģina piespiest žurnālistus būt lomā, kura tiem ir nepieņemama – vienkārši nogādājot politiķu vēstījumus sabiedrībai”. Atsaucoties uz Zalleru, šādā situācijā rodas pretreakcija no žurnālistu puses jeb *fight-back*, kurā žurnālisti politiķu

⁵³ F. Esser, J. Strömbäck (2014). *Mediatization of Politics: Understanding the Transformation of Western Democracies*. New York: Palgrave Macmillan.

⁵⁴ Turpat.

piedāvājumus aizstāj vairāk ar mediju pašu radītiem produktiem, piemēram, veidojot kādu negatīvu materiālu par attiecīgajiem politiskajiem spēkiem.⁵⁵

Šis ir aspekts, kurā mediatizācija var ieņemt lielu vietu kopējā žurnālisti – politiķi savstarpējo attiecību attēlā.

1.5. Sabiedriskais medijs

Latvijā kopumā ir divi sabiedriskie mediji, televīzija un radio – Latvijas Radio (kas ir viens no maģistra darba pētījuma objektiem) un Latvijas televīzija. Katram no šiem medijiem ir vairāki kanāli, raidījumi un atsevišķas institūcijas. Kopš 2013. gada 3. februāra abiem sabiedriskajiem medijiem ir vienots ziņu portāls, kurā ir apkopots abu mediju informatīvi analītiskais saturs.⁵⁶

Sabiedriskais medijs, kopš tā izveidošanās pirmsākumiem līdz pat mūsdienām, ir saglabājis un uzturējis savas galvenās raksturojošās iezīmes (tam arī ir vislielākais pienākums tās uzturēt), pēc kurām to var identificēt: saturs, mērķis, reputācija, kā arī ietekme uz sabiedrību, pārklājot dažādas vecuma grupas, kā arī mazākumtautības. Sabiedriskais medijs ir kļuvis par uzticamu un drošu informācijas avotu, atspoguļojot dažādus valsts un ārvalstu notikumus un procesus.⁵⁷ Sabiedrisko mediju apraidei ir jābūt reprezentatīvai un līdzdalīgai sabiedrībai – tai ne tikai jābūt atbildīgai pret to, bet arī jāpiedāvā atbilstošs, aktuāls saturs. Tai jābūt tādai apraidei, kuru klausās lielākais vairākums no visas valsts sabiedrības populācijas – arī mazākumtautībām un citām etniskajām grupām.⁵⁸

Originālā ideja sabiedriskajam medijam kā publiskajam servisam ir spēt nodrošināt saturu visiem auditorijas dalībniekiem, neatkarīgi no tā dzimuma, vecuma, reliģijas un tautības. Tas viss tiek atrunāts likumos, sabiedriskajā pasūtījumā un normatīvajos aktos.⁵⁹

Kā tiek skaidrots darbā par publiskā servisa medijiem Eiropā, sabiedriskā medija autonomija un neatkarība nav bezierunu, bet gan drīzāk raksturota kā „ārēja atkarība”, kuru cenšas ietekmēt dažādi aktori. Politika, bez šaubām, ir visietekmējošākais faktors. Sabiedriskā medija definīcijas ir noteiktas publiskajos

⁵⁵ F. Esser, J. Strömbäck (2014). *Mediatization of Politics: Understanding the Transformation of Western Democracies*. New York: Palgrave Macmillan.

⁵⁶ <http://www.lsm.lv/lv/par-mums/> Skatīts: 12.02.17. Plkst. 01:35.

⁵⁷ McQuail, D. (2003). *Media accountability and freedom of publication*. New York: Oxford University Press Inc. P. 5.

⁵⁸ McCauley, P. M. (2003). *Public Broadcasting and the Public Interest*. New York: M. E. Sharpe, Inc. P. 83.

⁵⁹ Edited by Karen Arriaza Ibarra, Eva Nowak, Raymond Kuhn, (2015). *Public Service Media in Europe. A Comparative Approach*. New York: Routledge. P. 172.

dokumentos, likumos un pārvaldes aktos un ir to rokās, kuri ir atbildīgi par politisko lēmumu pieņemšanu.⁶⁰ Likumi sabiedriskajam medijam ir iepriekš atrunāti un skaidri noteikti, arī tam piešķiramais finansējums. Sabiedriskajam medijam ir jāstiprina valsts informatīvā telpa, jāakcentē demokrātiskās vērtības un nacionālo identitāti, kā arī jāstiprina saliedētība un jāuzrunā sabiedrība ar savu daudzveidīgo saturu. Sabiedriskā medija satura veidošanas principi ir sekojoši:

1. Augsta satura kvalitāte;
2. Formu un žanru dažādība;
3. Diskusiju raisīšana un rosināšana, plaša dažādu sabiedrības slāņu viedokļu atspoguļojums;
4. Medija tehnoloģiju attīstība daudzpusīgāka satura veidošanas atbalstam.⁶¹

Latvijas sabiedriskie mediji, tostarp Latvijas Radio un Latvijas Televīzija tiek finansēti no valsts (no ieņēmuma nodokļiem) 60% apmērā. Pārējo daļu mediji nosedz ar reklāmu ieņēmumiem un ziedojumiem. Iepriekš tika runāts par sabiedrisko mediju aiziešanu no reklāmas tirgus, taču šis jautājums šobrīd ir atlikts uz noteiktu laiku.

Lielā mērā, pašos pamatos, sabiedriskā medija definīcija un raksturojums, kā arī tā nozīme ir saistīta ar Lielbritānijas BBC (*British Broadcasting Corporation*) sabiedrisko raidorganizāciju, kas dibināta 1922. gadā. Šī raidorganizācija ir kā sabiedriskā medija „etalons”, kura misija ir informēt, izglītēt un izklaidēt – klasiska sabiedriskā medija trīs pamatelementi. Raidorganizācijai ir seši galvenie mērķi jeb prakse, kuru tā pielieto savā ikdienas darbā un, kurai seko arī pārējie pasaules sabiedriskie mediji, jo pašos pamatos tie ataino sabiedriskā medija pamatbūtību. BBC mērķi ir izklāstīti arī karaliskajā hartā un nolīgumā, un, kā konstitucionāls pamats, iesniegts Parlamentam. Tie ir šādi:

1. Ilgtspējīga pilsoniskā sabiedrība;
2. Izglītības veicināšana un attīstība;
3. Radošuma veicināšana, attīstība un izcilība kultūrā;

⁶⁰ Edited by Karen Arriaza Ibarra, Eva Nowak, Raymond Kuhn, (2015). *Public Service Media in Europe. A Comparative Approach*. New York: Routledge. P. 172.

⁶¹ Sabiedriskais pasūtījums 2016. Latvijas Radio kanālu satura un tēmu prioritātes: http://neplpadome.lv/lv/assets/documents/Lemumi/28.01.2016_lemums_18_LR_SP_2016.pdf Skatīts: 28.04.17. Plkst. 03:25.

4. Savas valsts reprezentācija kā vesela nācija ar tās reģioniem un kopienām, ieskaitot dažādās etniskās un reliģiskās grupas;
5. Savas valsts piensums pasaulei un pasaules piensums savai valstij;
6. Jaunākās sakaru tehnoloģijas un pakalpojumi – labuma īstenošana un to nodrošināšana sabiedrībai.⁶²

Šie seši raidorganizācijas izvirzītie galvenie punkti pilnībā atbilst sabiedriskā medija pamata būtībai – sabiedriskā medija orientācija ir vērsta tieši uz sabiedrības un cilvēku vajadzībām un interesēm, ne uz peļņu un komerciju, salīdzinot, piemēram, ar komerciālajiem medijiem. Sabiedrisko mediju, tostarp sabiedriskā radio, galvenais pamatuzdevums un misija ir objektīvas patiesības un informācijas atspoguļošana, kā arī sabiedrības interešu nodrošināšana. Viens no demokrātiskas valsts pastāvēšanas garantiem un būtiskākajiem pamatelementiem ir brīva un necenzēta sabiedriskā apraide, tādējādi tās mērķis ir kalpot sabiedrībai un būt par tās galveno informētāju.

1.5.1. Sabiedriskais radio

Sabiedriskā radio apraide savā darbības specifikā sevī iekļauj plašu pieejamību jebkuram un jebkurā laikā. Tai ir visa veida jaunākā un aktuālākā informācija, lai to tālāk nodotu klausītājiem un kuru tiem ir nepieciešams zināt. Tas ir viens no galvenajiem sabiedrības (sabiedriskajiem) medijiem, kura rīcībā ir visa aktuālā informācija. Ja televīzija nav pieejama katram, tad radio ir pieejams teju ikvienam, tā izdevīguma, cenas un kompaktās lietošanas dēļ. Tas arī ir visoperatīvākais medijs, jo spēj aktualitātes translēt uzreiz, bez iepriekšējas sižetiskas līnijas sagatavošanas (kā tas ir, piemēram, televīzijas video materiālam).

Sabiedriskais radio sevī ietver visa veida aktualitātes – jaunākās ziņas, analītiku, politiku, ekonomiku, kultūru, sociālās lietas, mūziku, literatūru – plašu un dažādu spektru ar dažāda veida nepieciešamo nozaru klāstu katram cilvēkam atsevišķi un sabiedrībai kopumā.⁶³

Tā kā sabiedriskais radio ir valsts un sabiedrības finansēts sabiedriskais medijs, tam ir nozīmīgi liela atbildība, lai „kalpotu” sabiedrībai ar dažādu izglītojošu un informatīvu programmu palīdzību, kuru galvenie un vissvarīgākie

⁶² <http://www.bbc.co.uk/aboutthebbc/insidethebbc/whoweare/publicpurposes> Six public purposes and how they will be delivered. Skatīts: 10.02.17. Plkst. 16:00.

⁶³ McLeish, R. (2005). *Radio production. Fifth edition*. Oxford: Focal Press. P. 12. Izgūts no: https://books.google.lv/books?id=JzJJ6kg3hLUC&pg=PA14&dq=radio+types&hl=en&sa=X&ei=gSZzVbn0KYepsAGvpIGIBg&redir_esc=y#v=onepage&q=radio%20types&f=false

uzdevumi ir informēt par visjaunākajām aktualitātēm, izglītot par dažādiem tematiem, kā arī izklaidēt ar mūziku un interesantiem raidījumiem.⁶⁴

Sabiedriskais radio ir sabiedriskās apraides medijs ar visiem sabiedriskajam radio raksturojošiem un noteiktajiem nosacījumiem, elementiem – tam jāpilda informētāja, izglītotāja, uzklaustāja un izklaidētāja funkcijas, kā arī jākalpo sabiedrības interesēm. Sabiedriskajam radio, tāpat kā sabiedriskajai televīzijai ir ārkārtīgi liela atbildība, jo tiem ir jāpiedāvā un jāspēj nodrošināt plaša un daudzveidīga satura programma dažādām sabiedrības grupām – lai ikkatrs tajā spētu atrast sev ko noderīgu un interesantu.

Par sabiedrisko radio (arī televīziju) Latvijā vēl aizvien ir saglabājies priekšstats un stereotips kā par aizbildni un audzinātāju. Par piemēru ņemot 2004. gadā izveidotais likumu Sabiedriskajām raidorganizācijām, kas skan šādi: „[...] *sekmēt humānu, kulturāli daudzpusīgu, harmonisku, izglītotu, demokrātisku, iecietīgu, patriotisku un ar augstu tiesiskās apziņas līmeni apveltītu personību izaugsmi.*”⁶⁵ Šāds uzstādījums jeb likums attiecīgi uzliek sabiedriskajam medijam daudz lielāku atbildību, salīdzinājumā ar komerciālajiem medijiem.

Sabiedriskais radio Latvijā ir Latvijas Radio, kuru, tāpat kā Latvijas Televīziju, pārrauga Nacionālā Elektronisko Plašsaziņas līdzekļu padome (NEPLP). Latvijas Radio kopumā ir seši kanāli un katrs no tiem paredzēts dažādām sabiedrības vēlmēm un vajadzībām.

Kā jau žurnālistikas galvenajai būtībai, sabiedriskajam radio ir jābūt neatkarīgam no dažādiem politiskajiem spēkiem, to ietekmes un valdības. Tam ir jākopj valsts un cilvēku nacionālā identitāte, kā arī jāveido daudzpusīgas programmas, bet ne tikai auditorijas dēļ.⁶⁶ Sabiedriskā radio raksturojošie elementi ir kritiskums, analīze, informatīva daudzveidība, tajā iekļaujot arī reģionālās un kultūras vēstis, kā arī savas informatīvās platformas piedāvāšanu jauniem māksliniekiem un talantiem. Tieši pateicoties jaunajiem māksliniekiem, sabiedriskais radio sevī iekļauj arī ļoti daudzveidīgu mūziku, tādējādi tas var viegli izvairīties no globālajām tendencēm mūzikas industrijā.⁶⁷

Salīdzinājumā ar komerciālajām radio stacijām, sabiedriskā radio daži atsevišķi tā kanāli pārraida daudz vairāk raidījumu, turklāt, tie tiek atkārtoti arī

⁶⁴ Fleming, C. (2002). *The Radio Handbook*. Second edition. London: Routledge. P. 7.

⁶⁵ Kruks, S. (2005). *Radiožurnālistika*. Rīga: Apgāds „Valters un Rapa”. 24. lpp.

⁶⁶ Fleming, C. (2002). *The Radio Handbook*. Second edition. London: Routledge. P. 7.

⁶⁷ Turpat. P. 8.

naktī, regulārā diennakts formātā. Tādēļ viena no būtiskajām atšķirībām starp komerciālajām un sabiedriskajām radio stacijām ir sabiedriskā radio gandrīz nepārtraukta jaunāko aktualitāšu un raidījumu pārraide jebkurā diennakts stundā. Sabiedriskās radio stacijas ar satelīta palīdzību var arī pārraidīt tiešraides koncertus no to notikumu vietas.⁶⁸

1.5.2. Sabiedriskais pasūtījums

Sabiedriskais pasūtījums ir programmu un raidījumu kopums, kurš ir apstiprināts Nacionālajā radio un televīzijas padomē – informatīvais saturs, kurš atbilst sabiedriskā medija būtībai. Tā galvenie uzdevumi ir sekojoši:

- 1) nodrošināt brīvu daudzpusīgas informācijas izplatīšanu par dažādiem notikumiem Latvijā un ārzemēs;
- 2) nodrošināt latviešu valodas un kultūras attīstību, tādējādi sekmējot vienas kopienas valsts nostiprināšanu;
- 3) saskaņā ar divpusējiem līgumiem, nodrošināt un atspoguļot Saeimas, Valsts prezidenta, Ministru kabineta un pašvaldību darbību;
- 4) nodrošināt sabiedrības vajadzības pēc izglītojošiem (arī reliģiski izglītojošiem), kultūras, zinātnes, izklaides, bērnu, sporta un citiem daudzpusīgiem raidījumiem (arī ar surdotulkotāju);
- 5) veicināt raidījumu veidošanu par Latvijā dzīvojošo mazākumtautību dzīvi un to kultūru;
- 6) nodrošināt priekšvēlēšanu aģitācijas pieļaujamās iespējas saskaņā ar likumu;
- 7) veikt Latvijas Radio kora fondu ierakstus Latvijas Radio vajadzībām, tādējādi nodrošinot kultūrvēsturiskā mantojuma saglabāšanu.⁶⁹

Sabiedrisko pasūtījumu veido atbilstoši klausītāju vēlmēm, kuras tiek izziņātas vispusīgi⁷⁰ Sabiedriskajam pasūtījumam pēc iespējas plaši un visaptveroši

⁶⁸ Warner, C., Buchman, J. (1992). *Broadcast and Cable Selling*. Updated Second Edition. California: Wadsworth Publishing Company. P. 187.

⁶⁹ <http://m.likumi.lv/doc.php?id=36673> VII nodaļa. Nacionālais pasūtījums. Skatīts: 13.02.17. Plkst. 03:20.

⁷⁰ Turpat.

jāatspoguļo sabiedrībā pastāvošie uzskati un viedokļi, kā arī politiskie, filozofiskie un kultūras novirzieni. Tas nedrīkst vienpusīgi kalpot un atspoguļot kādas politiskās organizācijas vai partijas interesēm. Tādējādi var teikt, ka sabiedriskais pasūtījums tiek veidots un gatavots atbilstoši sabiedrības dažādo slāņu, mazākumtautības un vecuma grupu interesēm – tas tos nosedz pilnībā un piedāvā plašu satura spektru.

Latvijas Radio sabiedriskā pasūtījuma ietvaros pilda sava sabiedriskā medija misiju – stiprināt Latvijas valsts informatīvo telpu, ieskicējot tās demokrātiskās vērtības, Latvijas nacionālo identitāti, sabiedrības grupu saskaņu, kā arī visas sabiedrības uzrunāšanu caur satura dažādību.⁷¹

1.5.3. Sabiedriskā medija finansējums

Lielāko daļu no sabiedriskā medija jeb, konkrētāk, Latvijas Radio budžeta ieņēmumu daļu veido valsts budžeta līdzekļi jeb ienākumi no nodokļu maksātāju naudas (sabiedriskais medijs – sabiedrības finansējums), ienākumi no pašu mediju komercdarbības (patstāvīga uzņēmējdarbība – reklāmas un projekti), kā arī finanses no dāvinājumiem, ziedojumiem un sponsorējumiem⁷² Tā kā sabiedrisko mediju darbības finansēšana ir valsts pārraudzībā, tās ir vispārēji finansiāli neatkarīgas un nepakļautas nekādām politiskām, reliģiskām vai citu veidu ietekmēm. Tomēr, neatkarīgi no valsts budžeta finansējuma, sabiedriskais medijs joprojām nelielu daļu no finansējuma iegūst, pateicoties reklāmām. Vēl aizvien norit diskusijas saistībā ar sabiedriskā medija palikšanu vai nepalikšanu komerciālās reklāmas tirgū, bet konkrēti pasākumi vēl nav veikti. Viedokļi ir dažādi un gala iznākums ir cieši saistīts ar valsts budžeta finansējuma apjomu, jo tad valstij abi sabiedriskie mediji (radio un televīzija) būtu jāfinansē pilnībā. Jautājums par sabiedrisko mediju aiziešanu no komerciālās reklāmas tirgus joprojām ir dienaskārtībā, taču šobrīd valdībai ir nepieciešams veikt to izvērtēšanu.⁷³

1.6. Radio žurnālistika – politisko ziņu kontekstā

⁷¹ http://neplpadome.lv/lv/assets/documents/Lemumi/28.01.2016_lemums_18_LR_SP_2016.pdf Latvijas Radio kanālu satura un tēmu prioritātes. Sabiedriskais pasūtījums 2016. Skatīts: 15.02.17. Plkst. 15:00.

⁷² <http://m.likumi.lv/doc.php?id=36673> VII nodaļa. Latvijas Radio, Latvijas Televīzija un Latvijas valsts radio un televīzijas centrs. 61.pants. Latvijas Radio un Latvijas Televīzijas finansēšana. Skatīts: 15.02.17. Plkst. 14:00.

⁷³ <http://www.lsm.lv/lv/raksts/latvija/zinas/latvijas-radio-un-ltv-nakamgad-neaizies-no-reklamas-tirgus-ieceri-vel-vertes.a204921/> Latvijas Radio un LTV nākamgad neaizies no reklāmas tirgus; ieceri vēl vērtēs. Skatīts: 15.02.17. Plkst. 15:30.

Radio ir fona medijs, kuru cilvēki visbiežāk klausās, esot kādā darbībā – braucot ar auto, esot darbā vai veicot mājas darbus. Tomēr šāds radio klausīšanās aspekts var būt arī traucējošs, jo cilvēki nepieciešamo informāciju var līdz galam nesadzirdēt vai nedzirdēt pilnībā. Problēma ir faktā, ka bieži vien cilvēki radio „dzird”, bet neklausās, tādējādi zūd radio informatīvā loma. Tādējādi radio žurnālistikai ir īpaši svarīgi savas ziņas un raidījumus veidot tā, lai piesaistītu cilvēku uzmanību, bet tai pat laikā, lai tā nekļūtu kā „dzeltenā” žurnālistika, kas piesaista uzmanību ar sensacionāliem virsrakstiem un skandāliem, bet bez īpašas analīzes, analītikas un vērtīgas informācijas.

Salīdzinājumā ar vizuālo materiālu televīzijā vai drukāto presi, klausāmo tekstu uztvert ir daudz grūtāk. Tamdēļ radio informatīvās ziņas, kā arī analītiskos raidījumus ir jāveido audio uztverei vieglāk saprotamus un uztveramus, jo radio klausītājam nav tādu iespēju, kā vēlreiz pārlasīt kādu nesaprotamu teikumu vai frāzi, vai tā kontekstu saprast ar video palīdzību. Radio informācijas plūsma neatkārtojas, tā turpinās, tādēļ radio ziņu teksts ir jāveido pēc iespējas tā, lai tas nesaturētu lieku informāciju un komplicētus teikumus. Tie jābūt īsiem un kodolīgiem, ar galveno informāciju. Tādā veidā tiks atvieglota klausītāja uztvere.⁷⁴

Ziņu un raidījumu veidošana radio ir mērķīgi vienkārša – žurnālistam ziņas ir jāveido pēc iespējas vienkāršākas, tomēr jāatceras, ka to pasniegšanas veidam ir jābūt individuālam, it kā ziņas nebūtu domātas veselai masai, bet tikai vienam cilvēkam. Pasniegšanas veidam ir jābūt personiskam.⁷⁵ Tas pats attiecas uz politiskajiem tematiem – sarežģītus terminus, komplicētus apzīmējumus un viedokļus ir jāskaidro pēc iespējas vienkāršāk.

Akadēmiķi politiskajā komunikācijā ir pētījuši dažādas attīstības pakāpes un nonākuši pie tādas vispārējas rubrikas kā „tabloidizēšana”. Tā ir hipotēze, ka kvalitāte (presē jo īpaši), bet arī televīzijas un radio ziņās ir „inficēta” ar tabloīdu ziņu vērtībām un to prezentācijas stilu. Grāmatā par „*Talking Politics in Broadcast Media. Discourse Approaches to Politics, Society and Culture*” ir aplūkoti vairāki pētījumi par šo problēmu un ir secināts, ka, vispārēji, piemēram, televīzijas ziņas ir atspēkojušas šo pētījumu hipotēzes, savukārt, joprojām elektroniskajos medijos (radio) var manīt kādas zināmas tendences saistībā ar tabloīda stila ziņu

⁷⁴ Kruks, S. (2005). *Radiožurnālistika*. Rīga: Apgāds „Valters un Rapa”. 55. lpp.

⁷⁵ Chantler, P., Stewart, P. (2003). *Basic Radio Journalism*. Oxford: Focal Press. P. 50 – 51.

materiāliem.⁷⁶ Tas pats attiecas arī uz pieaicinātajiem raidījuma viesiem – politiķiem, kuri, iespējams, savās runās un debatēs pielietos populistiskus saukļus un jau iepriekš pieminēto „tabloidizēto” runas manieri. Tādā gadījumā radio raidījumu vadītājiem jābūt īpaši akurātiem, konkrētiem un striktiem.⁷⁷

1.6.1. Politiski analītisks raidījums

Mūsdienās piedāvātie mediju satura raidījumi ir dažādi, visām vecuma un etniskajām grupām, aptverot plašu sabiedrības interešu loku. Kā jau pieminēts iepriekš, sabiedriskais medijs īpaši raugās uz to, lai tā piedāvātie raidījumi atbilstu un interesētu plašam sabiedrības lokam, jo tam ir jāpiedāvā atbilstošs saturs dažādām vecuma kategorijām, tautības un reliģiskās piederības grupām, kā arī jānodrošina ne tikai jaunāko aktualitāšu atspoguļojums, bet arī kultūras, izaugsmes un izglītības sektori.

Politiski analītisko raidījumu pārstāvēniecība Latvijas Radio ir tā galvenais „kodols” – tas ir saistīti, bet tomēr ārpus ierastajiem ikdienas ziņu izlaidumiem, tas ir visbūtiskākais informatīvais elements sabiedriskā medija informatīvajā aprītē, kas attiecīgi analizē, pēta un skaidro dažādos politiskos un sabiedriski sociālos fenomenus un notikumus Latvijā un ārpus tās. Politiski analītisks raidījums ir tāds, kas pēta dažādus lielākus un mazākus politiskus, ekonomiskus un sociāli nozīmīgus notikumus mums apkārt. Pirms raidījuma, kā arī raidījuma gaitā notikumi un parādības tiek analizēti, padziļināti pētīti un, ja nepieciešams, tiek veikti arī eksperimenti un sabiedriskās aptaujas. Raidījumā notiek ne tikai informācijas apraide un aktualitāšu atspoguļojums, bet tajā norisinās arī plašas diskusijas un viedokļu apmaiņa ar konkrētās jomas speciālistiem un ekspertiem. Pastāv formāts, kurā tiek iesaistīta arī auditorija, sabiedrība, kas nav tikai internets un sociālo tīklu platforma, piemēram, raidījuma „Krustpunktā” sadaļa „Brīvais mikrofons”.

Politiski analītiskais radio raidījums ir iepriekš gatavots rūpīgi analizēts informatīvs materiāls, kas sevī ietver attiecīgi intervijas, diskusijas, kā arī reportāžas, dažreiz ar auditorijas iesaisti par aktuālajiem politiskajiem procesiem un notikumiem. Raidījuma tēma un specifiskācija var būt ļoti dažāda, tomēr, galvenokārt, orientēta uz politiku. Raidījums var būt koncentrēts uz kādu vienu

⁷⁶ Ekstrom, M., Patrona, M. (2011). *Talking Politics in Broadcast Media. Discourse Approaches to Politics, Society and Culture*. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company. P. 61.

⁷⁷ Turpat.

problēmu, tomēr vienas pārraides laikā tas var apskatīt arī vairākus citus problēm-jautājumus. Viena radio raidījuma garums parasti ir no 20 minūtēm līdz pat vienai stundai vai pat ilgāk.

Vienā no darba pētniecības objektiem, Latvijas Radio 1. kanālā, kopumā ir pavisam trīs galvenie politiski analītiskie raidījumi: „Krustpunktā”, „Pēcpusdiena” un „Aktuālais temats”. Pirmie divi raidījumi – „Krustpunktā” un „Pēcpusdiena”, ir nedaudz līdzīgi satura un tā pasniegšanas izpratnē (raidījuma formāts) tādā ziņā, ka tie analizē, pēta un diskutē ar ekspertiem un viesiem dažādus ekonomiskus, politiskus un sabiedriski svarīgus notikumus Latvijā un pasaulē, lielāku akcentu liekot uz politisko parādību analīzi.^{78 79} Savukārt, raidījums „Aktuālā intervija” katru dienu pēta, analizē un apspriež ar viesiem attiecīgās dienas svarīgāko un aktuālo notikumu.⁸⁰

Analizējot un aplūkojot šos konkrētos raidījumus, jāsecina, ka politiski analītisks raidījums var būt ļoti dažāds, atkarībā no interesēm un pasaulē notiekošajiem politiskajiem fenomeniem. Tas pats attiecas arī uz šo raidījumu pētniecību – šāda veida politiski analītiskie raidījumi ir dažādi, atkarībā no konkrētā pētniecības mērķa un raidījuma galvenā uzstādījuma. Tomēr, galvenokārt, politiski analītisks raidījums ir vērsts uz informāciju, tās apriti, izpēti, analīzi, raksturojumu, risinājumiem, atrisinājumiem un rezultātiem, kā arī uz debatēm un sabiedrības iesaisti.

1.7. Mediju dienaskārtība

Mediju dienaskārtība ir shēma jeb sistēma, kādā veidā ziņas tiek sakārtotas vienotā un veselā, loģiskā un auditorijai viegli saprotamā stāstījumā, sākot ar svarīgākajām un nesenākajām un beidzot ar ne tik svarīgām ziņām. Dienaskārtības teorijas pamatā ir tas, kādā veidā mediji nodod savas ziņas auditorijai, kā tie tās veido pēc kārtas, secības un, kā tās šajā kārtībā ietekmē auditoriju, kā arī palīdz veidot publisko informētības formu un debates. Mediju dienaskārtības atspoguļo atlases procesu jeb galveno prioritāšu noteikšanu.⁸¹ Respektīvi, kura no visām

⁷⁸ <http://lr1.lsm.lv/lv/lr1/raidijumi/krustpunkta/> Raidījums „Krustpunktā”. Skatīts: 15.02.17. Plkst. 16:10.

⁷⁹ <http://lr1.lsm.lv/lv/lr1/raidijumi/pecpusdiena/> Raidījums „Pēcpusdiena”. Skatīts: 15.02.17. Plkst. 16:15.

⁸⁰ <http://lr1.lsm.lv/lv/lr1/raidijumi/aktualais-temats/> Raidījums „Aktuālā intervija”. Skatīts: 15.02.17. Plkst. 16:20.

⁸¹ Franklin, B., Hamer, M., Hanna, M., Kinsey, M., Richardson, J., E., (2005). *Key Concepts in Journalism Studies*. London: Sage Publications Ltd. P. 12.

ziņām, raugoties no svarīguma aspekta, nāks pēc kārtas – vai tā būt viena no pirmajām, vairāk pa vidu vai arī noslēgumā. Tātad, dienaskārtības galvenais uzdevums ir sakārtot ziņas pēc to svarīguma, aktualitātes, notikšanas brīža un konteksta, tādējādi veidojot plašu informatīvu stāstījumu par svarīgākajām lietām un notikumiem vienotā veselā ziņu plūdumā un stāstījumā.

Lielākā daļa mediju producentu atzīs to, ka ziņu vākšana, veidošana un salikšana vienotā un veselā ziņu izklāstā ir vairāk māksla nevis zinātne. Ir nepieciešama īpaša prasme, lai atlasītu dažādus stāstus, saliktu to kopā loģiski un saprotami, un ar tiem arī piesaistītu auditoriju.⁸²

Dienaskārtība raksturo ļoti spēcīgu mediju ietekmi, jo tiem ir iespējas noteikt auditorijai, kuri no visiem ziņu tematiem ir vairāk svarīgi un, kuri mazāk. Tas pats attiecas arī uz politiskajiem notikumiem un ziņām par to. Attiecīgi, kādi no politiskajiem ziņu izklāstiem parādās ziņu dienaskārtības augšgalā, līdz ar to tiek norādīts uz to svarīgumu un aktualitāti, savukārt jau pēc tam sekojošie politisko ziņu materiāli vairs nav tik uzsvērti un aktuāli par pirmajām ziņām.

Vēsturiski raugoties, mediju dienaskārtības teorija radās jau 1922. gadā, kad laikrakstu un avīžu komentētājs Valters Lipmans (*Walter Lippman*) bija noraizējies par to, cik liela vara un ietekme ir medijiem, jo tie var atainot sabiedrībā dažādus viedokļus un tematus, un ar dienaskārtības palīdzību ietekmēt sabiedrību un pat politiskos procesus, kā arī norādīt cilvēkiem uz to, kas ir svarīgāks un aktuālāks.

Tālāk jau 1968. gadā mediju pētnieki M. Makoums un (*M. McCombs*) un D. Šavs (*D. Shaw*) ir veikuši pētījumu par prezidenta vēlēšanu kampaņām – kā tās tiek parādītas mediju vidē, un tā rezultātā attīstījās dienaskārtības teorija. Viņi pievērsa uzmanību diviem noteiktiem elementiem – informācijai un tās izpratnei. Rezultātā viņi secināja, ka masu medijiem ir ļoti būtiska un ievērojama ietekme uz sabiedrības domāšanu. Konkrēti šajā pētījumā masu mediji ietekmēja sabiedrības

⁸² Boyd, A. (2001). *Broadcast Journalism. Techniques of Radio and Television News*. Fifth Edition. Oxford: Elsevier. P. 18.

viedokli par vēlēšanu kampaņām.⁸³ Plašākai sabiedrībai atklājums par šo dienaskārtības teoriju tika piedāvāts 1972. gadā kādā Sabiedriskās domas žurnālā.⁸⁴

Makouma un Šava teorija, kas mūsdienās ir pazīstama kā masu mediju dienaskārtība, norāda uz to, ka tieši mediji ir tie, kas nosaka arī sabiedrības dienaskārtību un pat domu virzienu, kādā sabiedrībai ir jādomā un jāseko līdzi apkārt notiekošajiem notikumiem. Tādējādi, savā ziņā, tie sabiedrībai stāsta, skaidro un norāda uz to, par ko tai ir jādomā un kam jāseko līdzi.⁸⁵

Vienkāršākā nozīmē izsakoties – dienaskārtības noteikšana ir sabiedrības izpratnes veicināšana par to, kas ir nozīmīgs un svarīgs, un, kas nav, izmantojot tieši plašsaziņas līdzekļus.

Pamata punkti jeb pieņēmumi dienaskārtības noteikšanai un skaidrošanai ir sekojoši:

- Prese un mediji neatspoguļo reālo situāciju, tā tiek veidota ar to palīdzību;
- Dažas atsevišķas mediju izceltas tēmas un jautājumi liek sabiedrībai tos uztvert par svarīgākiem, salīdzinājumā ar citām tēmām.⁸⁶

Reizēm lieli un nozīmīgi temati, kas ir notikuši tikko vai arī notiek šobrīd (piemēram, valsts budžeta pieņemšana) var tikt un tiek aizstāti ar citām aktualitātēm, kas bija ļoti aktuālas pirms kāda laika, taču tiek ir iekļauti dienaskārtībā to gadskārtas dēļ vai kādu jaunu pagrieziena dēļ, vai arī nozīmīgu svētku dēļ (piemēram, Zolitūdes gadadiena, izmeklēšanas rezultāti, Valsts svētki u.c.).

Laika posmā, kad nenotiek nekādi ārkārtēji notikumi, katastrofas vai spraižas politiskas sadursmes, dienaskārtības saturs ļoti daudz un krasi nemainās – tā turpina aplūkot dažādus ikdienišķus notikumus, tematus un viedokļus. Savukārt, ja ir atgadījies kāds vērā ņemams notikums, dienaskārtības saturs tiek būtiski izmainīts, piemēram, ziņas par valsts budžeta pieņemšanu, valdības krišanu budžeta nepieņemšanas gadījumā vai arī ziņas par kādas nozares streiku budžeta

⁸³ Agenda – Setting Theory: http://www.tcw.utwente.nl/theorieenoverzicht/Theory%20clusters/Public%20Relations%2C%20Advertising%2C%20Marketing%20and%20Consumer%20Behavior/Agenda-Setting_Theory.doc/ Skatīts: 23.04.17. Plkst. 18:15

⁸⁴ An Overview of Agenda Setting Theory in Mass Communications: http://www.academia.edu/3355260/An_Overview_of_Agenda_Setting_Theory_in_Mass_Communications Skatīts: 24.04.17. Plkst. 23:00

⁸⁵ Turpat.

⁸⁶ Turpat.

netaisnīgas sadales dēļ. Tādējādi pirmās ziņu vietas tiek uzreiz aizņemtas ar konkrēto atgadījumu vai notikumu un pārējās, iespējams, ar dažādiem viedokļiem un intervijām, arī sakarā ar atgadījumu.

1.8. Politīki ziņu pārraidēs – radio raidījuma diskursā. Budžeta tematikas apspriede

Visi politiskie aktori vienmēr un visos laikos ir centušies gūt ietekmi: savā domubiedru vidē, savā valstī un visā pasaulē. Viņi ir dažādi gan raksturos, gan pielietotajos rīcības variantos. Tie to cenšas gūt ietekmi, pielietojot dažādus līdzekļus un veidus. Viņi ir politiskie līderi, politiskās partijas, politiskās kustības, komerciālās kompānijas, interešu grupas, lobiji, arodbiedrības, kaimiņu biedrības un grupas vai arī dažreiz tikai daži indivīdi, kuri sanāk un darbojas kopā tikai tāpēc, ka tie ir par kaut ko dusmīgi un neapmierināti. Viena no vissvarīgākajām lietām, kas visiem šiem politiskajiem grupējumiem ir kopīgs, ir tas, ka tie visi vēlas, lai mediji, kā sabiedrības uzrunājošais pārstāvis, tiem palīdzētu sasniegt viņu izvirzītos mērķus. Piemēram, pozitīvs stāsts medijos par kādu politisko kustību, var dot šai kustībai jaunus biedrus vai atbalstītājus, palīdzēt tai vairot finansiālos līdzekļus, vairot tās idejas publiskajā dienaskārtībā, kā arī atļaut tiem izlikt spiedienu uz politiskajiem līderiem. Tomēr viena no galvenajām problēmām šiem politiskajiem grupējumiem ir tas, ka tiem ir jākonkurē ar daudziem citiem politiskajiem aktoriem, kuri arī vēlas, lai to vārds un ietekme parādās mediju dienaskārtībā. Tā ir grūta sacensība, jo īpaši tiem, kuriem nav nekāds politiskais stāvoklis vai pieredze.⁸⁷

Fokusējoties uz ziņām par budžetu un tā pieņemšanu, „politiskais stāstījums” tie izvēlēts tāds, kas vienmēr būs vadošais un svarīgākais pieturas punkts attiecīgajā notiekošajā dienā. Kā ikgadējs mediju rituāls, budžeta ziņojums ļoti atšķiras no standarta ziņu raidījuma izklāsta un tā vadīšanas. Tas nesatur pilnīgi dažādus tematus, ko parasti aplūko klasiskajos politiski analītiskajos radio raidījumos (kad budžeta apspriede nav aktuāla) – tas lielākoties sevī iekļauj galvenās ziņu reportāžas un tiešraides, piemēram, no Saeimas un valdības namiem, kur norisinās jaunā valsts budžeta pieņemšana un diskusijas par to. Tām klāt seko

⁸⁷ Wolfsfeld, G. (2011). *Making Sense of Media and Politics; Five Principles in Political Communication*. P. 7.

ekspertu un politiķu viedoklis, arī vienkāršo cilvēku (sabiedrības) viedoklis.⁸⁸ Mediji nodrošina budžeta pieņemšanas procesa precīzu atspoguļojumu savā dienaskārtībā, kā arī tiešraides iespēju no attiecīgajā instancēm. Mediji piedāvā arī izvērtētu informāciju saistībā ar to, kā arī platformu diskusijām un viedokļiem.

Raidījumu vadītājiem ir nepieciešams ievērot pieaicināto politiķu runas izteiksmi, tematiku un neļaut tiem būt galvenajiem vadītājiem pār visu raidījumu. Bieži vien tas ir īpaši grūti, ņemot vērā dažu politiķu debatētāju un runas prasmes.

Visbiežāk raidījuma vadītājs un pretējā pusē esošais politiķis cenšas viens otru pārbaudīt zināšanu un izdarīto darbu (pēdējais attiecas tieši uz politiķiem) kontekstā, kā arī tie cenšas viens otru provocēt un pat savā ziņā izaicināt. Jo uzskatāmāk tas parādās un šādas metodes tiek pielietotas *hard-talk* raidījumos, kuros pārsvarā ir vien divi dalībnieki – raidījuma vadītājs un politiķis. Pētniecības objektu – raidījumu „Krustpunktā”, „Pusdiena” un „Dienas notikumu apskats” vidū nav neviena *hard-talk* tipa raidījuma. Tajos visos kā dalībnieki ir vairāki cilvēki – pats raidījuma vadītājs, pieaicināti žurnālisti, politiķi un eksperti.

Budžeta apspriešanas tematika raidījumos ir plaša un argumentēta. Ņemot vērā tieši pētījuma galvenos pētniecības objektus, raidījumus „Krustpunktā”, „Pusdiena” un „Dienas notikumu apskats”, jāsaprot, ka katrā no tiem temats par valsts budžeta pieņemšanu un tā analīzi ir nopietni pārstāvēta. „Krustpunktā” šim tematam tika atvēlēta vesela raidījuma garuma programma, savukārt, raidījumos „Pusdiena” un „Dienas notikumu apskats” bija pat atsevišķa rubrika ar nosaukumu „Budžets 2017”. Apspriedes par pašu budžetu norisinājās atbilstoši raidījumu formātiem, jo ne visi raidījumi pēc saturiskā un formas veidola bija vienādi – ja „Krustpunktā” bija vairāk diskusiju un debašu tipa raidījums, kurā diskusiju un debašu veidolā arī tika apspriestas ar valsts budžetu saistītās aktualitātes, tad raidījumi „Pusdiena” un „Dienas notikumu apskats” ir vairāk uz analītiku un izpēti orientēti raidījumi, kurus veido nevis plašas debātes, bet gan žurnālistu veidoti sižeti par dažādām tēmām, tostarp budžetu aktualitātēm. Debātes un viedokļi tajos parādās atsevišķi intervētu respondentu veidolā, kurus žurnālisti izvēlas paši un sagatavo tiem attiecīgos jautājumus par konkrēto tematu.

1.9. Politisko spēku ietekme mediju saturā

⁸⁸ Ekstrom, M., Patrona, M. (2011). *Talking Politics in Broadcast Media. Discourse Approaches to Politics, Society and Culture*. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company. P. 62.

Politika pāri visam ir sāncensība. Sāncensība par tikšanu valdībā un Saeimā, sāncensība par labākajām vietām tajās, sāncensība par pārējiem vēlēšanās un sāncensība vispārēji, lai tiktu politiskajā karjerā uz priekšu un sasniegtu ievērojamus rezultātus. Ziņu mediji ir ārkārtīgi nozīmīga daļa gandrīz katrā politiskajā sāncensībā, jo tie nodrošina auditoriju ar tūkstošiem vai pat miljoniem skatītāju un klausītāju, un tas ir tieši tas, kas nepieciešams politiskajiem spēkiem – pēc iespējas lielāka auditorija, kas tos redzēs un sadzirdēs. Mediju daba ir daudz mainījiesies kopš interneta parādīšanās, bet vēlme tapt sadzirdētam ir palikusi nemainīga un ieņem centrālo daļu politiskā spēlē. Visi politiskie aktori vēlas nosūtīt savus „ziņojumus” pēc iespējas lielākai auditorijai, lai mobilizētu savus atbalstītājus savām vajadzībām. Ir tikai pavisam nedaudz pārspīlēti teikt, ka, ja tu neeksistē medijos, tu neeksistē politiski.⁸⁹ Vēl viens svarīgs faktors ir sekojošs – ja politiskā spēka autoritāte ir zaudējusi savu ietekmi politiskajā vidē, tad tā ir zaudējusi savu kontroli arī pār ziņām.⁹⁰ Tā ziņu un mediju dienaskārtībā vairs neparādās kā ietekmīgs politisks spēks, kuru visi ņem vērā, bet gan ir zaudējis savas pozīcijas vispārējā politiskajā kontekstā.

Princips par politisko spēku ietekmi medijos ir sekojošs – politiskais spēks var tikt tulkots kā spēks pār ziņu medijiem. Tiem, kuriem ir politiskais spēks ir ne tikai daudz vieglāk „piesegt” dažādas nelikumības un pārkāpumus, bet arī labāka pozīcija, lai viņu „ziņojums” tiktu sadzirdēts. Ziņu mediji ir vairāk ieinteresēti tieši elitēs un šī preference līdz šim ir sasniegusi savus rezultātus un lomu mediju spēlē politiskajos procesos.⁹¹

Savukārt, tiem, kuriem nav politiskais spēks un ir vājākas pozīcijas politiskajā vidē, ir sarežģītāk tapt sadzirdētiem un būt ņemtiem vērā no ziņu mediju puses. Līdz ar definīcijām par to, kas ir vērā ņemams ziņām, vājākajiem bieži ir izvēle vai nu darīt kaut ko briesmīgu vai nu kļūt par izsūtītajiem uz to tālo vietu, kas pazīstama kā neziņa un neskaidrība (par to politisko nākotni). Skarbie noteikumi, kuri nosaka, kam ir liegta pieeja mediju videi, ne tikai ietekme tajos ir vairākām opozīciju partijām un kustībām. Šie noteikumi arī ietekmē vājāko valstu efektivitāti un pārstāvību uz visas pasaules skatuves. Vispārēji un tieši izsakoties,

⁸⁹ Wolfsfeld, G. (2011). *Making Sense of Media and Politics; Five Principles in Political Communication*. New York: Routledge. P. 1.

⁹⁰ Turpat. P. 3.

⁹¹ Turpat. P. 2.

ja nāk mediju uzmanība, tad bagātais kļūst vēl bagātāks, bet nabadzīgais joprojām paliek nabadzīgs.⁹²

Lai labāk saprastu medijus, ir nepieciešams izprast, kādā politiskā vidē tie darbojas. Šis politiskās vides faktors kļūst acīmredzams, kad mēs apsveram drastiskās atšķirības starp medijiem demokrātiskā sabiedrībā un medijiem totalitārajos režīmos. Valsts kontrole pār masu medijiem ir normāla kārtība totalitārajos režīmos. Ekstremālos gadījumos valstij pieder ziņu aģentūras, apraides mediji un filmu studijas, lai izplatītu un kontrolētu propagandu un uzturētu cenzūru visai informācijas aprītei. Savukārt, demokrātiskās valstīs pats primārais nosacījums ir brīva prese un vārda brīvība, tās to aizsargā. Šādās demokrātiskās valstīs lielākoties ir miksts mediju pārklājums – ir gan tādi, kuri pieder valstij un tās sabiedrībai (piemēram, sabiedriskie mediji, kuri tiek uzturēti no nodokļu maksātāju naudas, tiem ir valstisks regulējums, tomēr tie var darboties brīvi), gan privātajiem piederoši mediji (tiek uzturēti no reklāmu ieņēmumiem).⁹³ Visbiežāk mediji tieši no politiķu puses tiek pastiprināti ietekmēti pirmsvēlēšanu laikā, tādējādi mediju satura veidotājiem un žurnālistiem ir jābūt īpaši vērtīgiem, lai nepieļautu un novērstu mediju ietekmēšanu no malas.

Politisko spēku ietekme medijos var būt dažāda, visbiežākie varianti ir sekojoši:

1. Medijs (visbiežāk ne reģionālais, bet drīzāk valstiska mēroga) pieder kādam noteiktam politiskajam spēkam, kādai firmai / organizācijai vai atsevišķam indivīdam;

2. Reģionālais medijs, kuram maksā vietējā pašvaldība (jo īpaši – pirms pašvaldību vēlēšanām), apmēros tas ir mazāks, vieglāk pārvaldāms un kontrolējams;

Tomēr, lai globāli pārraudzītu, uzraudzītu, regulētu un noteiktu valsts vispārējās mediju politikas pamatprincipus, to mērķus, kā arī veicamos darbus (bez kontrolējošas ietekmes), Kultūras ministrija ir izstrādājusi Latvijas mediju politikas pamatnostādnes 2016 – 2020. gadam. Pamatnostādnes sevī ietver mediju politikas mērķi, kā arī rīcības virzienus un uzdevumus, un novērtējumu uz valsts un pašvaldību budžetiem. Latvijas mediju politikas pamatnostādņu mērķis un rīcības

⁹² Wolfsfeld, G. (2011). *Making Sense of Media and Politics; Five Principles in Political Communication*. New York: Routledge. P. 2.

⁹³ Croteau, D., Hoynes, W., Milan, S. (2012) *Media / Society: Industries, Images and Audiences*. California: SAGE Publications. P. 71.

virzieni ir pamatoti piecos būtiskākajos Latvijas mediju politikas pamatprincipos (likumi.lv):

1) Mediju daudzveidība – „Demokrātiska valsts balstās uz medijiem, kas pārstāv dažādas sabiedrības grupas un ļauj publiskajā telpā brīvi pastāvēt atšķirīgām pārlicībām un dzīves veidiem. Šādi mediji stiprina demokrātisku valsti un sabiedrību. Mediju daudzveidību raksturo dažādi formāti, žanri, autori, avoti, aptvertās tēmas, viedokļi, valodas un sabiedrības grupas. Medijos reprezentētie viedokļi ir daudzveidīgi pēc būtības, ne tikai polāri. Mediju daudzveidība sekmē kvalitatīva satura dažādību, viedokļu plurālismu, ģeogrāfisku un sociālu pieejamību, veicina vārda un izteiksmes brīvību, daudzpusīgu diskusiju un debašu telpu demokrātiskā sabiedrībā. Apzinoties, ka mūsdienās arvien vairāk raksturīgas mediju satura konverģences tendences, mediju politika tomēr iestājas pret tādu mediju īpašnieku koncentrāciju, kas apdraud viedokļu daudzveidību. Mediju vides ekonomiskā vitalitāte ir pamatā tam, lai nodrošinātu veiksmīgu mediju uzņēmējdarbības iespēju un tādējādi - saglabātu un attīstītu mediju daudzveidību.”

2) Mediju vides kvalitāte un atbildīgums – „Mediji sabiedrībai piedāvā kvalitatīvu, atbildīgu, uzticamu, neatkarīgu žurnālistiku. Mediju darbinieki un individuālie žurnālisti apzinās un ievēro profesionālās ētikas un kvalitātes kritērijus - objektivitāti, viedokļu sabalansēšanu, atbildību un citus. Profesionālās organizācijas rosina diskusijas sabiedrībā par ētikas, profesionalitātes un citiem žurnālistikas kvalitātes aspektiem. Mediji ievēro dzimumu līdztiesību un bērnu tiesības, novērš jebkāda veida diskrimināciju vai tās riskus kā redakcijas darbā, tā saturā, kā arī nepieļauj aicinājumus uz naidu un vardarbību.”

3) Profesionāla mediju vide – „Mediju izglītības programmas augstākajās izglītības iestādēs kvalitatīvi sagatavo studentus darbam mediju nozarē. Mediji, nozares organizācijas sekmē medijos un individuāli nozarē strādājošo apmācības, mūžizglītību u.tml. profesionālo izaugsmi.”

4) Auditorijas mediju pratība – „Auditorijas prasme lietot medijus, meklēt un analizēt informāciju, kritiski izvērtēt mediju vēstījumus veicina sabiedrības komunikatīvo integrāciju. Šādas prasmes sekmē indivīda radošo darbību, kā arī mazina mediju komunikācijas vienvirziena ietekmi, ļaujot atpazīt un novērst tendenciozas informācijas izplatīšanu. Zinoša auditorija spēj atšķirt medijus, kas atbalsta un pārstāv kvalitatīvas un uzticamas žurnālistikas principus.”

5) Mediju vides drošumspēja – „Latvijas mediju nozarei ir stratēģiska nozīme nacionālās drošības un Latvijas kultūrtelpas uzturēšanā un saglabāšanā, kvalitatīva un demokrātijas vērtībām atbilstoša mediju satura piedāvāšanā, ņemot vērā visas Latvijas sabiedrības intereses un spēcinošot latviešu valodu Latvijas kultūras un sabiedriski politiskajā vidē. Latvijas mediju telpā ir svarīgi atbalstīt kvalitatīva satura radīšanu un izplatīšanu Latvijā dzīvojošo mazākumtautību sasniegšanai ar mērķi stiprināt valstiskuma apziņu un piederības sajūtu Latvijai.”⁹⁴

Vispārēji šādas pamatnostādnes ir nepieciešamas, lai radītu mediju videi un darbībai labvēlīgus un drošus apstākļus, tādējādi nodrošinot, kā arī attīstot mediju daudzveidību, veicinot un pilnveidojot profesionālu mediju vides kvalitāti un sekmējot mediju pratības augšupeju un attīstību, kā rezultātā radot visai sabiedrībai un indivīdiem atsevišķi drošu un pilnīgu mediju vidi.⁹⁵

Tomēr šobrīd Latvijas sabiedriskajā telpā vairāk tiek apspriesta mediju kvalitāte un profesionalitāte, ne tik ļoti daudz politikas ietekme tajā, lai gan arī tas ir svarīgs faktors. Tāpēc tiek pat runāts par mediju ombuda ieviešanu, kas palīdzētu nodrošināt mediju atbildību sabiedrības priekšā, jo vismaz šobrīd Latvijā nav nevienas iestādes, kur Latvijas iedzīvotājiem vērsties ar jautājumiem par mediju darbu kvalitāti.⁹⁶

1.10. Politiskā komunikācija un tās efekti

Tāpat kā komunikācijai ir dažādi novirzieni, viens no tiem, kas bieži parādās plašsaziņas līdzekļos un ir diezgan svarīgs mediju dienaskārtības veidošana ir politiskās komunikācijas novirziens. Būtībā varētu pat teikt, ka tas ir viens no vissvarīgākajiem komunikācijas virzieniem, kas ziņās vispār tiek izmantots, pielietots un apspēlēts. Un arī politiskajai komunikācijai, tāpat kā medijiem ir savi efekti, kas var būtiski ietekmēt tā darbību un interakciju ar citiem.

Arī politiskie aktori, esot un piedaloties plašsaziņas līdzekļos, to dienaskārtībā, sagatavo, transformē un sūta savus „politiskos ziņojumus” ziņās, ir

⁹⁴ Par Latvijas mediju politikas pamatnostādņēm 2016. – 2020. gadam. 1. Pamatnostādņu kopsavilkums: <https://likumi.lv/doc.php?id=286455> Skatīts: 06.05.17. Plkst. 16:35.

⁹⁵ Par Latvijas mediju politikas pamatnostādņēm 2016. – 2020. gadam. 2. Politikas mērķis un rīcības virzieni: <https://likumi.lv/doc.php?id=286455> Skatīts: 06.05.17. Plkst. 17:10.

⁹⁶ Ombudu – visiem medijiem vai tikai sabiedriskajiem? <http://www.lsm.lv/raksts/latvija/zinas/ombudu-visiem-medijiem-vai-tikai-sabiedriskajiem.a203027/> Skatīts: 06.05.17. Plkst. 17:15.

kāds/i, kas tos mediju vidē nodod tālāk klausītājiem un skatītājiem.⁹⁷ Mediji velta ļoti daudz laika un uzmanības, lai tiem sanāktu un izdotos labs stāsts, ko nodot klausītājiem. Tādējādi šis faktors bieži var dot lielu ietekmi politiskajā procesā un komunikācijā. Medijiem un žurnālistiem ir svarīga uzmanības iegūšana un noturēšana no respondentiem (intervijas vai raidījuma laikā), reizēm pat vairāk par, piemēram, inteligentu pienesumu. Termins, kas tiek bieži lietots, lai apzīmētu šo tendenci, ir „*infotainment*”: „info” no „information” – informācija, „tainment” no „entertainment” – izklaide, kā rezultātā – „*informatīva izklaide*”.⁹⁸ Tas nozīmē, ka mediji pilda savu uzdevumu un it kā sniedz informāciju, taču tai pat laikā tiem ir nepieciešams kāds uzmanības noturošs elements, lai piesaistītu un uzturētu ne tikai auditorijas uzmanību, bet arī iesaistīto respondentu (piemēram, politiķu un valdības pārstāvju) uzmanību, tādējādi tiek pielietots arī kāds izklaides elements, lai to visu panāktu un gūtu vairākus nepieciešamos elementus vienkopus.

Šis ir viens no iemesliem, kādēļ politiskās ziņas (un arī politiskā komunikācija) vienmēr ir tik negatīvas un ciniskas. Piemēram, nav nekā ziņu vērtā stāstā par to, ka kāds ministrs izdara labu darbu. Tomēr, ja tas pats ministrs ir iesaistīts kādā, piemēram, mīlas afērā, tas uzreiz piesaista mediju un reportieru uzmanību. Runājot par cinismu, „*informatīvās izklaides*” pasaule nav tikai saistīta ar ziņām, tā sevī iekļauj arī sarunu šovus. „Politiskā zobošanās” ir kļuvusi par lielu biznesu viscaur pasaulē un tas ir kļuvis par transformācijas elementu tam, kā cilvēki domā par politiku kā nozari. Tiek uzskatīts, ka šī nepārtrauktā parādība ar cinismu politiskajās ziņās un izklaidi piedevām, noved pie sabiedrības vispārējas uzticības lejupslīdes.⁹⁹ Vēl būtisks aspekts politiskajā komunikācijā ir tas, kā ziņu mediji ietekmē to, kā cilvēki domā, jūt un uzvedas, īpaši, kā mediji ietekmē publisko viedokli, politisko toleranci, politisko līdzdalību dažādos valstiski nozīmīgos notikumos (vēlēšanas, referendumu, mītiņi un protesti), vardarbību un dalību vēlēšanās.¹⁰⁰

Politiskās komunikācijas pētnieki Roberts Dentons (*Robert E. Denton*) un Gerijs Vūdwards (*Gary C. Woodward*) piedāvā vienu no politiskās komunikācijas definīcijām – tā ir tīra diskusija par publisko resursu iedalīšanu, par oficiālajām

⁹⁷ Wolfsfeld, G. (2011). *Making Sense of Media and Politics; Five Principles in Political Communication*. New York: Routledge. P. 3.

⁹⁸ Turpat. P. 4.

⁹⁹ Wolfsfeld, G. (2011). *Making Sense of Media and Politics; Five Principles in Political Communication*. New York: Routledge. P. 5.

¹⁰⁰ Turpat.

autoritātēm (kuram ir dots spēks šo iedalīšanu veikt legāli, ar likumdošanas un izpildvaras lēmumu) un par oficiālajām sankcijām (ar kurām valsts kaut ko apbalvo vai soda).¹⁰¹ Šī definīcija sevī iekļauj verbālu un rakstītu politisko retoriku, bet ne simbolisku komunikāciju aktus, kuriem ir pieaugoša nozīme, lai saprastu politisko komunikāciju kā vienotu veselumu. Abi pētnieki politisko komunikāciju raksturo kā „ziņojumu sūtītāju” nodomu terminus, lai tādējādi ietekmētu politisko vidi. Izšķirošs faktors, kas komunikāciju padara par politisku ir nevis ziņojuma avots vai tā forma, bet gan saturs un nolūks.¹⁰²

Tiek uzsvērtā politiskās komunikācijas „tīšums”, kas tiek definēts kā mērķtiecīga komunikācija par politiku. Tas sevī ietver:

1. Visas komunikācijas formas, ko veic politiķi un citi politiskie aktori ar mērķi sasniegt specifiskus mērķus;

2. Ne-politiķu (tādi kā vēlētāji un laikrakstu sleju rakstītāji) komunikācija, kas adresēta *tiem* aktoriem;

3. Komunikācija *par* šiem aktoriem un viņu aktivitātēm, kuras satur ziņu reportāžas, slejas un citas mediju diskusiju formas par politiku.¹⁰³

Īsāk sakot, viss politiskais diskurss ir iekļauts šajā definīcijā. Ar politisko komunikāciju tiek saprasti ne tikai verbāli un rakstiski paziņojumi, bet arī vizuālo līdzekļu nozīmes, piemēram, apģērbs, frizūra un logo dizains – visi tie komunikācijas elementi, kuri „var tapt pateikt”, radot „politisko attēlu” vai identitāti.¹⁰⁴

Politiskā komunikācija sevī ietver attiecības starp trīs procesa elementiem ar kuriem politiskā darbība ir iecerēta un realizēta. Pirmais elements ir politiskie aktori – tie individuāli, kuri tiecas nodibināt politiskās partijas, kā arī, kuri caur organizatoriskiem un institucionāliem līdzekļiem tiecas ietekmēt lēmumu pieņemšanas procesus (skatīt 2. attēlu par politiskās komunikācijas elementiem). Tie var meklēt iespējas, to darīt, lai sasniegtu institucionālu politisko spēku valdībā vai kļūtu par kādas politiskās asamblejas sastāvdaļu, caur kurām vēlamo politiku var īstenot. Otrais elements ir publiskās organizācijas – ja partijas ir kā konstitucionāls viduspunkts demokrātiskā politiskā procesā, tad tās, protams, nesastāv tikai no politiskajiem aktoriem. Apkārt nodibinātās politiskās institūcijas

¹⁰¹ McNair, B. (2011). *An Introduction to Political Communication*. New York: Routledge. P. 3.

¹⁰² Turpat. P. 3 – 4.

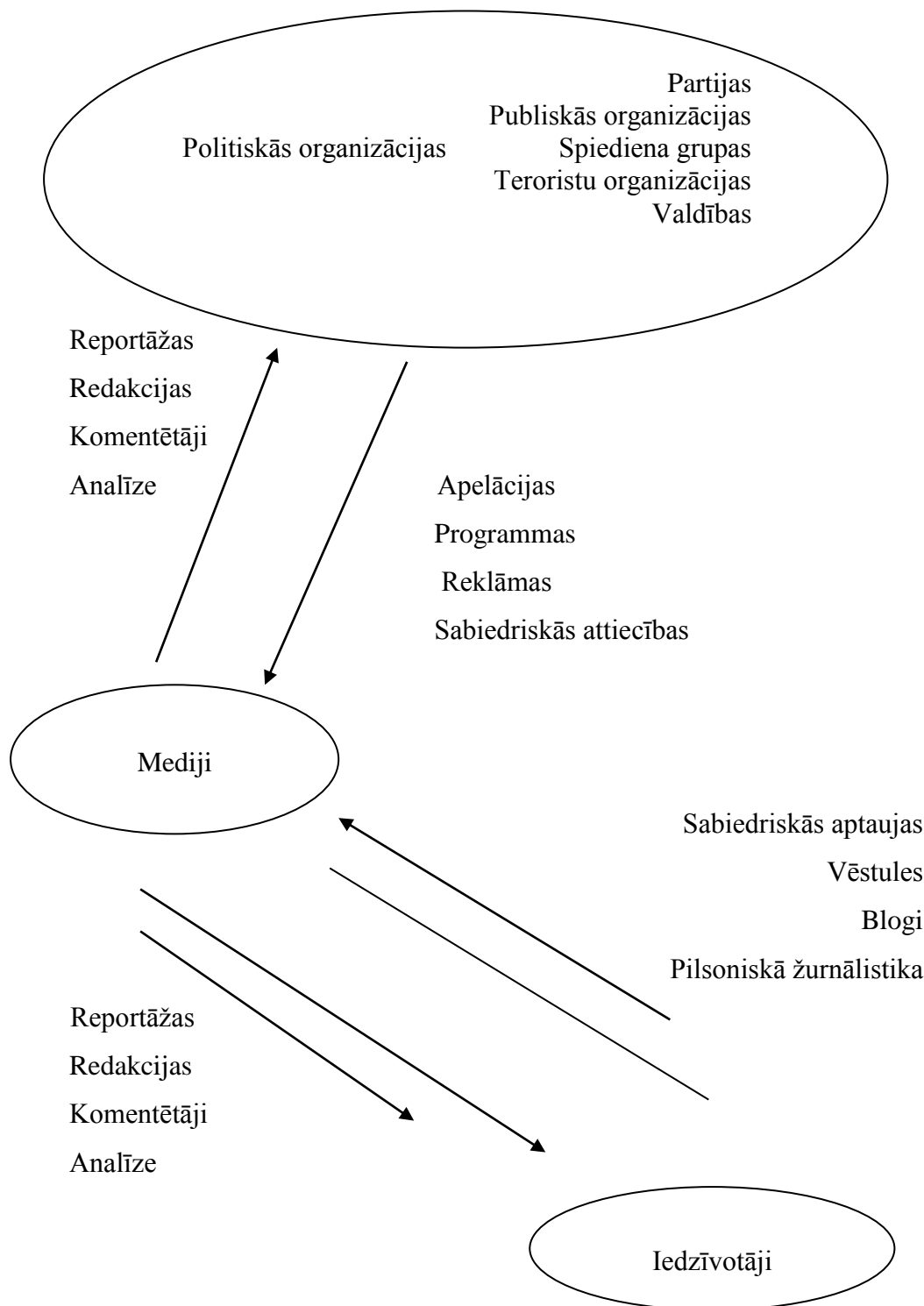
¹⁰³ Turpat. P. 4.

¹⁰⁴ Turpat.

ir apsaimniekotājas ne-partiju organizācijām ar politiskajiem mērķiem. Ne-partiju aktorus var iedalīt arodbiedrībās, patērētāju grupās, profesionāļu asociācijās un citos, ko var definēt kā publiskās organizācijas. Tie visi ir vienoti ne ar ideoloģiju, bet ar kādu kopīgu to dalībnieku iezīmi, kas tam visam pievieno kādu kopēju problemātiku, ko risināt, piemēram, problēmas darbā (arodbiedrības) vai individuālu iedzīvotāju vājums pret lielām korporācijām (patērētāju grupas). Trešais elements ir spiediena grupas. Tās ir lielākoties par komunikāciju, pielietojot reklāmu dažādību un sabiedriskās attiecības.¹⁰⁵

Globāli raugoties, viss politiskās komunikācijas modelis izskatās šādi:

¹⁰⁵ McNair, B. (2011). *An Introduction to Political Communication*. New York: Routledge. P. 5 – 8.



2. attēls. Politiskās komunikācijas elementi.¹⁰⁶

¹⁰⁶ McNair, B. (2011). *An Introduction to Political Communication*. New York: Routledge. P. 6.

1.11. Politiski analītisko raidījumu nozīme

Mediji ar vēstījumu, ziņu un raidījumu palīdzību var ietekmēt svarīgu notikumu attīstību un procesus, kā arī pat atklāt nelikumīgus pārkāpumus. Tādējādi tieši politiski analītisko raidījumiem ir liela ietekme, jo ar to palīdzību var panākt nopietnas pārmaiņas. Informatīvi politiski analītiskie raidījumi veic gan ziņu analīzes, gan ziņu tematu izziņas procesu, tie padziļināti un analītiski pēta un reprezentē attiecīgo jautājumu. Līdz ar to konkrētu un aktuālu ziņu atlasē kritēriji ir analizējami kontekstā ar politiski analītisko un pētniecisko raidījumu tēmu atlasē kritērijiem. Politiski analītiskie radio raidījumi spēj būtiski ietekmēt kriminālprocesu uzsākšanu un pat izmeklēšanu, ja tas nepieciešams.

Vienmēr ir nepieciešams atrast iemeslu, kāpēc auditorijai būtu nepieciešams klausīties konkrēto pārraidi, raidījumu, jo katru dienu nenotiek tādi aktuāli un vitāli svarīgi notikumi, kurus var iekļaut konkrētā politiski analītiskā raidījuma dienaskārtībā. Tādējādi nepieciešams domāt par dažādām alternatīvām, piemēram, kāda temata padziļināta analīze un diskusijas par to. Raidījuma saturs, protams, ir vissvarīgākais, bet ārkārtīgi lielu ietekmi dod arī raidījumu vadītāja vokālais tembrs un ar to saistītās nianšes, kā piemēram, runas temps un intonācija, kādā raidījums tiek vadīts. Radio, kā klausāmajam (arī fona) medijam, tas ir īpaši vitāli svarīgi, jo balss ir vienīgais „instruments”, bez skaņu efektiem, ar kura palīdzību konkrētais vēstījums klausītājam tiek ne tikai nodots, bet arī pēc iespējas vairāk vizualizēts un raksturots.¹⁰⁷

Radio, salīdzinājumā, piemēram, ar drukāto presi, ir būtiska priekšrocība – papildus raidījuma informatīvajai būtībai, tas klausītājam spēj iedot arī nepieciešamās „sajūtas” un arī līdzdalības sajūtu (iesaistoties diskusijā) par konkrēto notikumu. No radio raidījuma vadītāja balss var dzirdēt ne vien jaunākās un svarīgākās aktualitātes – tā dod klausītājiem arī kādas noteiktas sajūtas, atkarībā ne tikai no raidījumā aplūkotās tēmas, bet arī no diktora balss intonācijas un tās tembrālajām nokrāsām.¹⁰⁸

Sabiedriskajam medijam, pildot galvenā valstiski sabiedriskā informētāja un izglītāja lomu, ir īpaši svarīgs tā raidījumu ietekmes faktors. Pēc tā tiek arī vērtēts gan sabiedriskā medija darbs, tā saturs, gan arī tā loma sabiedrības uztverē.

¹⁰⁷ Gibson, R. (1991). *Radio and Television Reporting*. Needham Heights: Allyn and Bacon. P. 170 – 171.

¹⁰⁸ Turpat. P. 182.

1.12. Auditorija

Vissvarīgākais un nozīmīgākais elements ikvienam medijam ir tā auditorija, jo bez tās medija darbība ir bezjēdzīga. Auditorija ir būtiska un neatņemama sastāvdaļa gan raidījumu veidošanas, gan to uzturēšanas ziņā. Pirmkārt, tā veido raidījumu saturu un iesaistās tajā, gan iesakot raidījumu veidotājiem kādus aplūkojamus tematus, gan arī ar reitingu palīdzību uzskatāmi parādot, kuri temati tai patīk un kuri neinteresē. Otrkārt, auditorija raidījumu „uztur” dzīvu, tam sniedzot jēgu. Ja raidījumam ir pašam sava auditorija, tas nozīmē, ka raidījums pastāv un ir svarīgs. Līdz ar to, auditorija raidījumam ir vissvarīgākais, kas var būt.

Teorētiski raugoties, auditorija ir cilvēku grupa, kas patērē kādu no medijiem un to raidījumiem, piemēram, skatoties televīziju vai klausoties radio.¹⁰⁹

Ko tieši auditorija vēlas dzirdēt un, ko tā vispār sagaida no konkrētā medija, ko tā patērē? Šie ir galvenie jautājumi un faktori, kuri tad nosaka kādi raidījumi un pārraides ir piemēroti konkrētā medija programmai. Tie arī nosaka, vai raidījums ir dzīvotspējīgs, vai tam ir pievienotā vērtība un vai tas sniedz labumu sabiedrībai. Programmu veidotājiem, žurnālistiem un raidījumu satura veidotājiem ir jāpārzina sava auditorija, kā arī jāzina vai vismaz jānojaus, ko tā vēlas no medija vai raidījuma saņemt informatīvajā ziņā. Ir jāzina, aptuveni, kādi varētu būt šie cilvēki un kādā vecuma kategorijā, sociālajā slānī tie ietilpst.¹¹⁰

Radio auditorija, pateicoties tā mobilitātei, nav sezonāla, salīdzinot, piemēram, ar televīziju. Radio auditorijas apjoms gada griezumā ir aptuveni vienādā līmenī un tas īpaši nemainās nevienā no gadalaikiem. Piemēram, televīzijas auditorija siltajā gada periodā – vasaras mēnešos, ir zemāka, nekā, piemēram, ziemas mēnešos.¹¹¹ Radio auditorijas intensitāte un patērēšanas apjoms atšķiras tikai noteiktos pulksteņa laikos, diennakts stundās.

Auditorija un tās apmēri konkrēti Latvijas sabiedriskajiem medijiem vistiešākajā mērā ir saistīta ar vēsturisko aspektu. Tā kā Latvijas Radio un Latvijas Televīzija ir visvecākie un pieredzes bagātākie mediji Latvijas teritorijā, arī to auditorija pārsvarā ir nedaudz vecāka gadagājuma un arī plašāka, salīdzinājumā ar komerciālajiem medijiem. Tomēr, piedāvājot daudzveidīgu un plašu saturu visām

¹⁰⁹ McDougall, J. (2012). *Media Studies. The basics*. Abingdon: Routledge. P. 174.

¹¹⁰ Hudson, G., Rowlands, S. (2007). *The Broadcast Journalism Handbook*. Harlow: Pearson Education Limited. P. 20.

¹¹¹ Warner, C., Buchman, J. (1992). *Broadcast and Cable Selling*. Updated Second Edition. California: Wadsworth Publishing Company. P. 190.

vecuma grupām, to auditorijā ir dažāda vecuma cilvēki. Sabiedriskais medijs mainās līdz atbilstoši laikam un aktualitātēm.

Tomēr, kas pārsvarā klausās radio un, kas šim indivīdam ir vissvarīgākais un nepieciešams no radio pārraidēm? Ir daudz un dažādi atšķirīgi skaidrojumi par to, kas īsti ir auditorija, ja to aplūkojam radio prizmā:

1. Auditorija – masa. Tā ir anonīma, liels cilvēku pūlis, masa, kas ir nesaliedēta, izkaisīta un var pat neatrasties vienā ģeogrāfiskā punktā;

2. Auditorija – saliedēta, cieša grupa. Mediji šo auditorijas grupu paši neveido un tā pastāv neatkarīgi pati par sevi. Konkrēti šo auditorijas veidu var saukt par lojālo, uzticamo grupu, informēto auditoriju, kas sekos līdz konkrētā medija un tā raidījuma aktualitātēm;

3. Auditorija – tirgus. Tās dalībnieki ir šī brīža vai potenciālie kādu mediju produktu vai pakalpojumu lietotāji jeb patērētāji. Šī auditorijas grupa nav tāda grupa, kas sevi apzinās kā vienu veselumu un tajā nav nekādas mijiedarbības. Tomēr tā var būt, piemēram, kāda sociālā kategorija.¹¹²

Sabiedriskais radio – Latvijas Radio pieder pie otrās auditorijas kategorijas raksturojuma, jo tas uzrunā lojālu, neatkarīgu, informētu, kulturālu un patstāvīgu cilvēku grupu. Tā sekos līdz medija aktualitātēm un tā ir vienkopus arī bez attiecīgā medija – gan vienotā domu līmenī, gan vienā ģeogrāfiskā lokācijā. Piemēram, latvieši, pusmūža un vecāki, no lauku un Rīgas reģioniem, kuriem ir vienotas intereses par valstī notiekošajiem politiskajiem procesiem un to attīstību.

Katras radio auditorijas un tā lieluma noteikšanai pielieto mērījumus, kurus veic speciāli noteiktas socioloģisko pētījumu kompānijas – Latvijā tā ir TNS Latvia. Mērījumu noteikšanai un veikšanai piemēro dažādus faktorus un rādītājus, pēc kuriem nosaka auditorijas apjomus. Tie ir sekojoši:

1. Sasniedzamība – visu to Latvijas iedzīvotāju skaits, kuri konkrētā laikā un noteiktā brīdī klausās radio;

2. Reitings – vidējais radio klausītāju skaits kādā konkrētā un noteiktā laika posmā. Tas ir aprēķināts, procentos izteikts radio programmas klausītāju skaits, kas tiek salīdzināts pret mērķauditorijas apjomu;

3. Daļa – tā ir raidstacijas atpazīstamība, popularitāte un patērēšanas biežums, lielums, salīdzinājumā ar citām radio stacijām kādā noteiktā laika posmā.

¹¹² Kruks, S. (2005). *Radiožurnālistika*. Rīga: Apgāds „Valters un Rapa”. 123. lpp.

Daļa ir kādas raidstacijas auditorijas apjoms un tā tiek rēķināta no visa kopējā iedzīvotāju skaita, kas konkrētajā brīdī klausās radio staciju. Tieši daļa procentuāli visprecīzāk parāda, cik cilvēku klausās šo radio;

4. Klausīšanās laiks – cik tad lielu laika periodu cilvēki patērē, klausoties kādu noteiktu radio staciju noteiktā laika posmā.¹¹³

Vienas dienas laika posmā cilvēki radio klausās ļoti nevienmērīgi, viļņveidīgi. Tieši cilvēku darbības konkrētajā laika brīdī un stundā arī ir noteicošais faktors auditorijas apjomam. Tādējādi radio ir neaizvietojams, nesalīdzināms, piemēram, ar TV un viegli pieejams medijs ikdienas plūdam. Pārsvārā radio klausās no rīta – brokastojot vai, visbiežāk, braucot automašīnā uz darbu, kā arī pēcpusdienās, kad cilvēki dodas mājup (tādējādi arī raidījums „Dienas notikumu apskats” tiek pārraidīts attiecīgi pēcpusdienās). Tādā ziņā izriet divi dominējošie laika periodi, kuros ir vislielākā radio auditorija – rīta stundas un pēcpusdiena.¹¹⁴ Jāpiebilst, ka Latvijas Radio ir diennakts tiešais ēters (konkrētāk, ziņām), tādējādi tas savu auditoriju informē 24 stundas diennaktī, septiņas dienas nedēļā, salīdzinājumā ar citiem radio.

1.13. Aktualitāte

Raidījuma viens no galvenajiem pamata veidošanas priekšnosacījumiem ir tā tēmas aktualitāte un svarīgums. Īpaši svarīgi tas ir tieši informatīvajiem, politiski analītiskajiem raidījumiem, jo tie tiek veidoti, vadoties pēc valstī pēdējā laikā aktuāliem notikumiem un svarīgiem tematiem sabiedrībā, politikā, ekonomikā, kā arī citās sfērās. Piemēram, tā kā raidījumi „Pusdiena” un „Dienas notikumu apskats” savā dienas tematu lokā ietver tikai tādas svarīgas tēmas, kas ir aktuālas attiecīgajā raidījuma pārraides dienā, aktualitāte, kā jēdziens pašā raidījuma veidošanas procesā, abu raidījumu satura veidotājiem ir īpaši svarīgs. Tiek iekļauts tieši šajā dienā vissvarīgākais un aktuālākais, jo tas, kas ir noticis iepriekšējā dienā vai pat vēl vēlāk, raidījumā netiks iekļauts.

Arī raidījumos „Krustpunktā”, aktualitāte, kā neatsverama raidījuma un tā veidošanas sastāvdaļa, ir būtiska. Varētu pat teikt, ka tā ir vissvarīgākais elements raidījumu veidošanas gaitā. Raidījums „Krustpunktā” apskata ne tikai konkrētajā raidījuma konkrētajā pārraides dienā aktuālos notikumus, bet arī tos, kas ir parādījušies dienaskārtībā jau pirms tam, tāpēc šiem raidījumiem nav tik striktas un

¹¹³ Kruks, S. (2005). *Radiožurnālistika*. Rīga: Apgāds „Valters un Rapa”. 125. lpp.

¹¹⁴ Turpat. 127. lpp.

noteiktas vadlīnijas aktualitātes, kā jēdziena, ieviešanai konkrētā raidījuma satura izveidē. Tomēr aktualitāte ir svarīgs elements radio raidījumu sagatavošanā.

Tēmas aktualitāti jeb to, par ko tiks spriests raidījumā, pārsvarā izvēlas konkrētā raidījuma satura veidotājs jeb producents, taču to var noteikt arī auditorija – raidījuma klausītāji, piedāvājot savus tēmu variantus. Piemēram, raidījumā „Krustpunktā”, ir sadaļa „Brīvais mikrofons”, kurā bieži vien tieši skatītāji iesaka par ko varētu runāt nākamajos raidījumos, tādā veidā parādot, kāds temats viņiem konkrētajā brīdī ir svarīgs. Tomēr svarīgākos raidījuma tematus izvēlas tieši raidījuma vadītāji, apspriežoties savā starpā. Raidījuma tēmas parasti tiek noteiktas nedēļu uz priekšu, respektīvi, piemēram, nākošās nedēļas temati tiek nolemti šajā nedēļā. Savukārt, raidījumiem „Pusdiena” skatītāji savas tēmas iesaka reti, jo raidījumam nav tāda attiecīgā formāta, kur var izteikties klausītāji, kāds tas ir, piemēram, „Krustpunktā”. Klausītāji to, protams, var darīt bez atsevišķas platformas, vienkārši sazinoties ar radio ar zvana, e-pasta, pasta vai sociālo tīklu palīdzību. „Pusdienas” un „Dienas notikumu apskats” tematiku nosaka producents, apspriežoties ar programmas vadītāju un ar raidījuma vadītājiem. Raidījuma tēmas, visbiežāk, tiek noteiktas tajā pašā dienā, kad raidījumu pārraida, jo tas nodrošina raidījumam nepieciešamo aktualitātes potenciālu, tikai pašu jaunāko un aktuālāko.

Radio raidījumā, kas nav ziņu izlaidums, bet gan aktualitāšu pārraide, der izmantot arī tās aktualitātes, kas ir tieši ziņās, tādējādi sasaistot abus kopā (raidījums + jaunākais ziņu izlaidums). No kādas konkurētas, aktuālas ziņas var izveidot daudzpusīgu stāstu, ja attiecīgo ziņu vēl vairāk papildina ar kādiem faktiem un viedokļiem, intervijām, iespējams, ar audio vizualizāciju.¹¹⁵ Tas tiek pielietots arī trīs konkrēto Latvijas Radio raidījumu veidošanas specifikā. Piemēram, raidījums „Krustpunktā” tiek raidīts tieši pēc raidījuma jeb dienas ziņu galvenā izlaiduma „Pusdiena” pulksten 12:00, kurā tiek aplūkotas dienas svarīgākās aktualitātes. Kāds no ziņu tematiem noteikti tiek vismaz pieminēts un aplūkots arī sekojošajā raidījumā. Tas pats ir arī ar raidījumu „Dienas notikumu apskats”, jo tas tiek pārraidīts pēcpusdienā pēc viena no pēcpusdienas ziņu izlaidumiem, kā arī nākošā

¹¹⁵ Basic Books, (2013). *The Associated Press Stylebook and Briefing on Media Law 2013*. New York: The Associated Press. P. 464. Izgūts no: <https://books.google.lv/books?id=0QcXBQAAQBAJ&pg=PA464&dq=actuality+radio+story&hl=en&sa=X&ei=8mhzVe-BMOvXygOzroP4DQ&ved=0CDsQ6AEwBA#v=onepage&q=actuality%20radio%20story&f=false>

ziņu izlaiduma laikā, tādējādi tas automātiski kādu no ziņu tematiem arī analizē raidījuma laikā.

Aktualitātei ir jābūt vienmēr. Tikai ar aktualitāti var piesaistīt kritiski domājošu auditoriju un padarīt raidījumu saturīgāku. Turklāt, bez aktualitātes nav jēgas ne ziņu izlaidumam, ne, jo vairāk, analītiskam ziņu raidījumam. Tā nav vienkārša saruna kādā raidījumā par kaut ko, bet gan tajā tiek risinātas valstiski svarīgas aktualitātes un temati.

Raidījumam jāsniedz klausītājiem jaunu informāciju un sapratni par kādu notikumu vai problēmu, kā arī jāsniedz dažādi viedokļi, redzējumi un to argumentācija.¹¹⁶ Tam noteikti ir jābūt ar kādu pienesumu un pievienoto vērtību. Ja tāda/tādas nav, tad raidījuma nākotne patiesībā ir diezgan limitēta. Darbā aplūkotie raidījumi ir gan arī lielu pienesumu un pievienoto vērtību, gan arī ar ilgu darba stāžu, kas tos padara par vēl uzticamākiem un klausītāju iemīļotākajiem raidījumiem.

¹¹⁶ Geller, V. (2007). *Creating Powerful Radio*. London: Focal Press. Chapter 18. Izgūts no: <https://books.google.lv/books?id=1AXgfaSyzFkC&pg=PT141&dq=actuality+at+radio+story&hl=en&sa=X&ei=T25zVdDcJYX-UILvg-gI&ved=0CE8Q6AEwBw#v=onepage&q=actuality%20at%20radio%20story&f=false>

2. METODOLOĢIJA

Veicot pētījumu par budžeta pieņemšanas atspoguļojumu Latvijas Radio raidījumos „Krustpunktā”, „Pusdienu” un „Dienas notikumu apskats”, ir izmantotas un pielietotas divas kvalitatīvās pētniecības metodes – kvalitatīvā kontentanalīze un daļēji strukturētā intervija. Šajā nodaļā ir aprakstīts un izklāstīts darba pētījuma dizains un process, kā arī apskatītas abas pētījumā pielietotās pētniecības metodes.

2.1. Pētījuma dizains un process

Ar pirmo metodi – kontentanalīzi ir noskaidrots koncepta „mediji – politika – sabiedrība” savstarpējā mijiedarbība un katra atsevišķā elementa ietekme uz otru. Respektīvi, ir noskaidrots, kāda ir šo elementu savstarpējā korelācija katrā raidījumā, budžeta apspriešanā un atspoguļošanā, kā tie viens otru ietekmē, kā arī ir rastas atbildes uz iepriekš izvirzītajiem pētniecības jautājumiem.

Pētniecība norisinās sekojoši: katrs no radio ziņu raidījumiem ir pētīts konkrētu laika periodu, pusgadu – no jūlija līdz decembrim, 2016. Gadā, un tikai darba dienas (jo, piemēram, raidījums „Krustpunktā” sestdienās un svētdienās netiek pārraidīts). Laika posms no jūlija līdz decembrim ir tas posms, kad tiek diskutēts un apriests jaunais Latvijas valsts budžets un tas, cik daudz līdzekļu tiks piešķirts katrai no nozarēm, kurām tiks palielināts vai samazināts finansējums, kā arī tiek globāli apspriests jaunā budžeta plusi un mīnusi, tiek veikti salīdzinājumi ar iepriekšējiem budžetiem, analīze un dažādas debates ne tikai ar politiķiem, bet arī ar atbildīgo nozaru pārstāvjiem.

Šis pusgada pētniecības laika periods visiem trim raidījumiem ir vienāds. Bet katrs raidījums ir pētīts dažādās dienās, līdz ar to, to skaits kopsummā, kā arī iegūto rezultātu apjoms nedaudz atšķiras (vienam raidījumam tas ir lielāks, bet otram mazāks). Piemēram, no raidījuma „Krustpunktā” kopsummā ir apskatītas 11 pārraides, no „Pusdienu” tie ir 6 raidījumi, savukārt, no raidījuma „Dienas notikumu apskats” tie ir 12 raidījumi. Tas tā ir tāpēc, jo pētītas tika tikai tās dienas, kuru raidījumu tematos parādās attiecīgā tēma par valsts budžeta apspriedi. Katras darba dienas pārraidēs budžeta temats netika apspriests, līdz ar to arī konkrēti raidījumu datumi.

Katram raidījumam ir sava tabula, kurā ir atzīmēts attiecīgais dienas datums un nodalītas atsevišķas kategorijas, kas diviem raidījumiem visas ir pilnīgi

vienādas, bet vienam raidījumam divas kategorijas tomēr atšķiras. Tas tā ir tāpēc, jo raidījumiem atšķiras kategorija par sabiedrības līdzdalību un viesiem jeb dalībniekiem. Raidījumiem „Pusdienu” un „Dienas notikumu apskats” kategorija par sabiedrības līdzdalību ir ar nosaukumu „Sabiedrības iesaiste”, savukārt, raidījumam „Krustpunktā” tā ir ar nosaukumu „Brīvais mikrofonu (temati)”. „Krustpunktā” „Brīvais mikrofonu” ir atsevišķa sadaļa jeb platforma, kurā sabiedrībai ir iespējams brīvi izteikties par tai aktuālajiem tematiem, kā arī pārrunāt raidījumā izskanējušos tematus. „Dienas notikumu apskats” un „Pusdienu” šādas platformas nav, tādēļ tur ir sadaļa par sabiedrības iesaisti, kura izpaužas ar zvanīšanu vai e-pasta sūtīšanu uz radio vai studiju, vai arī notiek telefona vai ielu intervijas ar cilvēkiem. Piemēram, ziņu tematā par pilsētnieka un skolēnu kartes ieviešanu Rēzeknē, tika intervēti bērnu vecāki un citi Rēzeknes iedzīvotāji, tādā veidā tiem sniedzot iespēju izteikt savas domas un viedokli. Arī tēmā par studentu piketu, kurā tie pieprasa lielāku valsts finansējumu augstākajai izglītībai, tika intervēti paši studenti, kur tie varēja pateikt savas domas par konkrēto problēmu. Kategorija par viesiem jeb dalībniekiem raidījumiem atšķiras, jo raidījumam „Krustpunktā” cilvēki, kas piedalās raidījumā ir viesi, kas ir speciāli uzaicināti uz raidījuma ierakstu, lai runātu par attiecīgo raidījuma tematu, savukārt, raidījumiem „Pusdienu” un „Dienas notikumu apskats” ir kategorija „Dalībnieki”, jo nav atsevišķu, uz studiju uzaicināti viesi, bet gan dalībnieki – politiķi vai nozaru speciālisti, kuri tiek intervēti diezgan nejauši pēc kādas sēdes, pasākuma vai apspriedes. Tālāk seko kategorijas, kas visiem raidījumiem ir vienādas: „Numurs pēc kārtas” (tēmas), „Tēma”, „Ilgums”, „Viesi” un „Dalībnieki”, „Brīvais mikrofonu (temati)” un „Sabiedrības iesaiste”.

Tomēr ir arī viena kopējā tabula par visiem raidījumiem, kurā ir noskaidrots visos raidījumos aplūkoto galveno tēmu skaits kategorijās un to parādīšanās biežums. Tās ir sekojošas: „Veselība”, „Izglītība”, „Drošība” un „Finanses kopumā”, un tad attiecīgi tiek uzskaitīts, cik katra no šīm kategorijām parādās katrā no raidījumiem.

Jāpiebilst, ka, lai gan 2017. gada valsts budžetā, kā prioritātes ir noteiktas trīs – veselība, izglītība un drošība, maģistra darbā un tā pētniecībā tiek skatītas, galvenokārt, divas – veselība un izglītība, galveno akcentu liekot uz veselību, jo tā šī gada budžetā tiek apspriesta visvairāk un tā ir aktuālāka nozare par pārējām, finansējuma un ilgstoši nerisināto problēmu dēļ. Abas attiecīgās nozares ir izvēlētas,

jo no to pētniecības var izdarīt kādus secinājumus, savukārt, drošības aspekts nav tik regulārs un budžetā tas neparādās tādā daudzumā, lai tas tiktu atsevišķi analizēts un pētīts.

Katra raidījuma attiecīgās darba dienas ziņa, visa pētniecības laika posma ietvaros, ir iedalīta attiecīgajās kategorijās, tādējādi, pētījuma noslēgumā, ar kvalitatīvās kontentanalīzes palīdzību tika sadalīti un sakārtoti iegūtie dati, lai pēcāk gūtu izpratni par valsts budžeta pieņemšanas atspoguļojumu sabiedriskajā medijā, kā arī saprastu koncepta „mediji – politiķi – sabiedrība” mijiedarbību un katra elementa ietekmi vienam uz otru atsevišķi. Iegūtie dati ir salīdzināti, tādējādi arī ir gūtas atbildes uz darba sākumā izvirzītajiem pētniecības jautājumiem:

1. Kāda ir sabiedrības ietekme uz raidījumu saturu?
2. Kāda ir politiķu ietekme uz raidījumu saturu?
3. Kāda ir raidījumu satura ietekme uz politiķu?
4. Kāda ir raidījumu satura ietekme uz sabiedrību?

Ar daļēji strukturēto interviju palīdzību ir iegūta informācija no visu trīs raidījumu satura veidotājiem – to sniegtās atbildes ir devušas nepieciešamo informāciju par katra politiski analītiskā radio raidījuma satura veidošanas specifiku, to galvenajām atšķirībām un tematu izvēles procesu, kā arī to sniegtās atbildes ir, savukārt, sniegušas būtiskas un nozīmīgas atbildes uz iepriekš minētajiem pētniecības jautājumiem.

No pētniecības raidījumu satura veidotājiem ir veiktas intervijas ar raidījuma „Krustpunktā” satura veidotāju Aidi Tomsonu un „Pusdienas” un „Dienas notikumu apskats” producentu Viktoru Pupiku. Tālāk ar daļēji strukturēto interviju palīdzību ir iegūtas atbildes arī no politiskā pārstāvja Mārtiņa Šica (12. Saeimas deputāts, Latvijas Reģionu apvienība), kā arī no attiecīgo nozaru (izglītība un veselība) cilvēkiem, kas reprezentē sabiedrību – ar Ingu Vanagu (Latvijas Izglītības un zinātnes darbinieku arodbiedrības priekšsēdētāja) un ar Latvijas Ārstu biedrības prezidentu Pēteri Apini. Savukārt, intervija ar ekspertu, kas situāciju vērtē no malas, ir veikta ar Sociālo lietu un sociālās drošības ekspertu Pēteri Leiškalnu.

Attiecīgie raidījumu satura producēšanas cilvēki ir izvēlēti tāpēc, ka raidījumu veidotāju nav daudz, tie ir daži un konkrēti cilvēki, kuri rūpējas par raidījuma saturu un tā izpildi. Politiķis ir izvēlēts no tiem, kuri biežāk parādās, kā raidījumu viesis un dalībnieks, līdz ar to tiem ir ko vairāk teikt par attiecīgo

raidījumu saturu un formātu. Jāatzīst, ka laika trūkuma dēļ, intervijām vairāki politiķi neatsaucās, lai būtu vismaz divi pārstāvošie politiskie spēki. Savukārt, izglītības un veselības nozaru pārstāvji ir izvēlēti, jo konkrētie cilvēki ir no valsts budžeta aktuālās nozares arodbiedrības un apvienības, kuras pārstāv ne tikai savus darbiniekus, bet arī visu Latvijas sabiedrību kopumā, jo gan problēmas, gan to risinājumi ietekmē gan attiecīgo nozaru darbiniekus (un viņi tās iekšienē risina), gan arī sabiedrības vēlmes un nepieciešamības.

2.2. Kvalitatīvā kontentanalīze

Kvalitatīvā kontentanalīze ir viena no 60analītiskajām pētniecības metodēm, kuru pielieto, lai gūtu datus no teksta materiāla vai secinājumus no visa teksta kopējā konteksta. Tomēr šo metodi var pielietot arī citus objektu pētniecībā, ne vien tikai darbā ar teksta materiāliem.¹¹⁷

Kontentanalīze kā pētniecības metode palīdz sistēmiski analizēt kāda teksta vai dokumenta saturu, kā arī palīdz izdalīt atsevišķus teksta elementus – to dažādos paveidus un parādīšanās regularitāti tekstā. Ar tās palīdzību ir iespējams noteikt elementu parādīšanās skaitu, to apjomu, biežumu, arī to, kā elementi tiek pielietoti tekstā, tā kontekstā un to pielietošanas globālo nepieciešamību.¹¹⁸

Vēsturiski raugoties kontentanalīze kā pētniecības metode parādījās un attīstījās 40. gados – tas bija laiks, kad attīstījās un aktualizējās masu mediju pētījumi, bet, tai pat laikā, valdīja propaganda un cenzūra. Šajā vēstures laika posmā kontentanalīzes mērķis bija parādīt un pierādīt to, ka informācija, kuru sabiedrībai pasniedz plašsaziņas līdzekļi – radio un laikraksti, var arī atšķirties no realitātes, īpaši, ja runa ir par kara notikumu atspoguļošanu medijos¹¹⁹ Ar kontentanalīzes palīdzību, saturu par komunikāciju un medijiem var izpētīt gan sistemātiski, gan objektīvi.¹²⁰

To bieži pielieto arī laikrakstu tekstu elementu padziļinātā pētniecībā, kā rezultātā konkrētā laikraksta teksta satura detaļas tiek izanalizētas ne tikai pēc to biežuma – parādīšanās laikrakstā, bet arī pēc kādām noteiktām konkrētām kategorijām.

¹¹⁷ Krippendorff, K. (2004). *Content Analysis. An Introduction to Its Methodology*. Second Edition. California: Sage Publications Inc. P. 18 – 19.

¹¹⁸ Jupp, V. (2006). *The SAGE Dictionary of Social Research Methods*. London: Sage Publications Ltd. P. 40.

¹¹⁹ Turpat.

¹²⁰ Krippendorff, K. (2004). *Content Analysis. An Introduction to Its Methodology*. Second Edition. California: Sage Publications Inc. P. 19.

Maģistra darba pētniecībā kvalitatīvā kontentanalīze izmantota, strādājot ar klausāmā teksta analīzi – klausoties radio raidījumus, nosakot pie kuras kategorijas katra raidījuma tēma pieder, kuri ir pieaicinātie raidījuma viesi un eksperti, un sagrupējot tās, kā rezultātā, rodot atbildes saviem iepriekš izvirzītajiem problēmjaudājumiem, kā arī, rodot nepieciešamos secinājumus.

2.3. Daļēji strukturēta intervija

Daļēji strukturēta intervija ir strukturētu, dažādu iepriekš pārdomātu un sagatavotu jautājumu kopums izvēlētiem cilvēkiem, kas var būtiski palīdzēt iegūt nepieciešamo informāciju pētnieciskam darbam vai izpētei. Intervijas jautājumi pirms pašas intervijas tiek īpaši sagatavoti, atsaucoties uz apgūto teoriju un balstoties uz iepriekš veiktiem pētījumiem un uz intervējamā nodarbošanos, kā arī intervijas gaitā, kad bieži rodas papildjautājumi, esošās informācijas precizēšanai un papildināšanai. Svarīgi ir tieši atslēgas vārdi, ne ļoti precīzi atrunāta un atšifrēta intervija, tādējādi jautājumi, kuri tiek uzdoti, ir sastrukturēti, līdz ar to – nepieciešamas strukturētas atbildes, kas vislabāk izskaidro un papildina nepieciešamo informāciju.¹²¹ Daļēji strukturētas intervijas sevī ietver tikai galvenos un pašus svarīgākos jautājumus. Respondents uz tiem var atbildēt brīvi un, galvenais, nepiespiesti.¹²²

Šādas intervijas pielietotas, galvenokārt, gadījumos, kad konkrētā aplūkojamā tēma vai problēma ir pietiekami izzināta un izprasta pirms tam, jo tikai tādos gadījumos rodas precizējoši un papildinoši jautājumi uz kuriem nepieciešamas atbildes, kuras līdz šim nav līdz galam saprastas vai identificētas. Visiem respondentiem, no kuriem ir nepieciešamas atbildes daļēji strukturētas intervijas ietvaros, uzdod vienādus jautājumus, taču ne šī darba gadījumā, jo intervējamās personas ir no dažādu nozaru vides, kā arī nodarbošanās krasī atšķiras, par spīti vienotajam elementam – valsts budžetam.

Respondentu atbildes analizē, pielietojot kontentanalīzi.¹²³ Šādas intervijas ir viegli analizējamās un pētāmas, jo to pašu pamatu veido atbildes uz stingri, iepriekš veidotiem un strukturētiem jautājumiem.¹²⁴ Daļēji strukturētām intervijām

¹²¹ Kropļijs, A., Raščevska, M. (2010). *Kvalitatīvās pētniecības metodes sociālajās zinātnēs*. Rīga: „Izdevniecība RaKa”. 103. lpp.

¹²² Gubrium, F., J., Holstein, A., J., Marvasti, B., A., McKinney, D., K. (2012). *The Sage Handbook of Interview Research. The Complexity of the Craft*. California: Sage Publications Inc. P. 197.

¹²³ Turpat.

¹²⁴ Kropļijs, A., Raščevska, M. (2010). *Kvalitatīvās pētniecības metodes sociālajās zinātnēs*. Rīga: „Izdevniecība RaKa”. 104. lpp.

ir precīzi jautājumi, atkarībā no pētāmās nozares. Svarīgi, kā respondents uz tiem atbild – vai tikpat detalizēti vai nē. Tā ir paša respondenta izvēle.¹²⁵ Iepriekš sagatavotie jautājumi respondentiem ir dažādi, visiem netiek uzdoti identiski jautājumi. Visiem respondentiem daļa no jautājumiem ir vienādi, savukārt, otra daļa atšķiras. Tas ir saistīts ar raidījuma specifiku un katra respondenta nodarbošanos, kas diezgan krasi atšķiras viena no otras. Piemēram, raidījuma „Krustpunktā” satura veidotājam Aidim Tomsonam, atšķirīgie jautājumi ir par raidījuma sadaļu „Brīvais mikrofons”, kas nav pārējiem raidījumiem. Bet politiskajam, arodbiedrības, biedrības un ekspertam – visiem šiem pārstāvjiem jautājumi atšķiras, pateicoties to dažādajiem ieņemamajiem amatiem. 4. pielikumā ir uzskaitīti visi iepriekš sagatavotie interviju jautājumi respondentiem.¹²⁶ Tajā var aplūkot to dažādību katrai intervējamajai personai.

¹²⁵ Kvale, S., Brinkman, S. (2009). *Interviews. Learning the Craft of Qualitative research Interviewing*. California: Sage Publications Inc. P. 130.

¹²⁶ Skatīt 4. pielikumu. Iepriekš sagatavotie interviju jautājumi respondentiem.

3. EMPĪRISKĀ DAĻA

Maģistra darba empīriskajā daļā ir apskatīti pētījuma galvenie objekti: Latvijas Radio, Latvijas Radio 1, raidījumi „Krustpunktā”, „Pusdiens” un „Dienas notikumu apskats”, kā arī valsts budžets un tā pieņemšanas process. Pēc tam ir aprakstīti un analizēti iegūtie darba pētījuma rezultāti.

3.1. Latvijas Radio

Latvijas Radio ir Latvijas nacionālais raiduzņēmums. Tas ir Latvijas sabiedriskais radio – sabiedriskais medijs – kas savu programmu izplata FM diapazonā, kā arī internetā. Tam kopumā ir piecas pamatprogrammas jeb kanāli, kā arī vairākas mākslinieciskās struktūrvienības, kuras sasniegušas ievērojamus sasniegumus savās darbības jomās. Latvijas Radio kanāli ir sekojoši: Latvijas Radio 1 (aktualitāšu, raidījumu, analītiskas un ziņu kanāls), Latvijas Radio 2 (dziesmas dzimtajā valodā), Latvijas Radio 3 (klasiskā mūzika), Latvijas Radio 4 (kanāls krievu valodā), Latvijas Radio 5 (uz jauniešu auditoriju orientēts kanāls, mūzika, raidījumi un viesi). Vēl ir arī Latvijas Radio 6 (Radio Naba, jauniešu kanāls, alternatīva mūzika), kas skan tikai internetā un mobilajā lietotnē, kā arī kanāla saturam ir iespējams sekot līdz sociālajos tīklos.

Šī gada Latvijas Radio sabiedriskajā pasūtījumā, kā galvenie radio rīcības virzieni ir minēti būt par augstas kvalitātes žurnālistikas profesionālo principu uzturētāju tieši radio nozarē, tādējādi veicinot demokrātiskas sabiedrības pilsoniskos, sociālos un arī kultūras procesus. Šo vīziju Latvijas Radio īsteno, sekojot konkrētiem rīcības virzieniem:

1. Oriģināla satura radīšana – Latvijas Radio pats uztur un tādā veidā nostiprina savu vietu vadošo Latvijas plašsaziņas līdzekļu vidū ar uzticamām ziņām, kā sabiedrības dienaskārtības veidotājs un aktuālu tēmu atspoguļotājs. Tiek veidots oriģināls un aktuāls, kvalitatīvs un interesants saturs;
2. Auditorijas noturēšana un iesaistīšana – Latvijas Radio tiek nodrošināts plašs piedāvājums dažādām Latvijas sabiedrības grupām. Auditorija tiek saglabāta, turpinot pilnveidot medija saturu, stiprinot atgriezenisko saiti ar klausītājiem un veicinot tās iesaisti raidījumos;

3. Kvalitātes uzturēšana – Latvijas Radio satura kvalitāti nosaka žurnālistu profesionalitāte un radošums, tiek veicinātas jaunas idejas, paaugstināta profesionalitātes iespējas un attīstība, kā arī komunikācija ar auditoriju;
4. Sadarbība – Latvijas Radio sadarbojas ar otru Latvijas sabiedrisko mediju, Latvijas Televīziju, dažādos kopējos projektos, īpaši jauniešu un mazākumtautību satura projektos, kā arī sabiedrisko mediju kopīgajā interneta platformā un vietnē lsm.lv.¹²⁷

Neliels vēstures ieskats – Latvijas Radio sākotnējais nosaukums bija Latvijas Radiofons un tas savu darbu tas sāka 1925. gada 1. novembrī. Pirmajai radiofona pārraidei toreiz bija pierēģistrējušies vien 331 abonents. Kopš tā brīža ir pagājuši gandrīz 90 gadi, pasaules karš un vairākas politiskās varas. Šobrīd Latvijas Radiofons ir pārvērties par Latvijas radio ar sešiem kanāliem, savu kori, radio teātri, bērnu vokālo grupu un bigbendu, kā arī ar lielu klausītāju loku ne tikai Latvijā, bet arī ar ārvalstīs dzīvojošajiem latviešiem.¹²⁸

Latvijas Radio uzrunā cilvēkus – Latvijas sabiedrību, lai tādā veidā veicinātu tās labāku dzīves kvalitāti, izaugsmi un attīstību, kā arī, lai nodrošinātu pārbaudītas un uzticamas, objektīvas un operatīvas, un daudzveidīgas informācijas pieejamību visiem Latvijas robežās dzīvojošajiem cilvēkiem. Latvijas Radio ir ne tikai lielākais programmu producentis Latvijā, bet arī nozīmīga kultūras iestāde ar savu daudzpusīgo vēsturi, saturu un cilvēkiem, savu bigbendu, kori, radio teātri un bērnu vokālo grupu. Radio fonoarhīvā ir uzkrāts aptuveni 500 000 ierakstu vienību. No 1993. gada 1. janvāra Latvijas Radio ir Eiropas Raidorganizāciju savienības (EBU) biedrs.¹²⁹

3.1.1. Latvijas Radio 1

Latvijas Radio 1 jeb Latvijas Radio pirmā programma pilnā apmērā veic sabiedriskā radio pamata uzdevumus – tas informē par jaunākajām aktualitātēm, rosina uz diskusijām un viedokļiem, to dažādību, tas izglīto, sniedz platformu

¹²⁷ Latvijas Radio 2017. gada Sabiedriskā pasūtījuma satura plāns. Latvijas Radio vīzija un rīcības virzieni:

<http://neplpadome.lv/lv/assets/documents/sabiedriskais%20pasutijums/LR%20sabiedriskais%20pasutijums%202017.pdf> Skatīts: 28.04.17. Plkst. 04:10.

¹²⁸ Kruks, S. (2005). *Radiožurnālistika*. Rīga: Apgāds „Valters un Rapa”. 7. lpp.

¹²⁹ <http://lr1.lsm.lv/lv/par-mums/radio/> Latvijas Radio misija. Skatīts: 18.03.15. Plkst. 17:15.

debatēm, kā arī rosina nozīmīgas pārmaiņas sabiedrībā. Var pat teikt, ka tas rosina sabiedrību domāt līdzīgi un sekot savas valsts aktualitātēm.

Pirmais kanāls ir nacionāla programma – nacionāls latviešu radio kanāls, kas savu saturu veido un pārraida latviešu valodā.¹³⁰ Latvijas Radio 1 sevī iekļauj Latvijas un pasaules jaunākās ziņas, dienas notikumu apskatu, Latvijas politisko un sociālo notikumu analīzi, piedāvā kultūras programmu, literatūru, folkloras mantojumu, raidījumus bērniem un arī mūziku.¹³¹

Tā devīze ir „Latvijas Radio 1 – vienmēr pirmais”. Tas nozīmē, ka tam, kā sabiedriskā medija sastāvdaļai, ir jābūt priekšzīmīgam, objektīvam un ātram jaunākās informācijas un citu aktualitāšu ziņā.

3.1.2. „Krustpunktā”

„Krustpunktā” ir politiski analītisks ziņu raidījums, kuru translē Latvijas Radio 1. kanāls. Tas ir centrālais un galvenais politiski ekonomiski, kā arī sociāli analītiskais raidījums sabiedriskajā medijā – Latvijas Radio. Tajā tiek analizēti, vērtēti, komentēti un debatēti par dažādiem aktuāli Latvijas un ārvalstu notikumiem un procesiem. Norisinās diskusijas ne vien ar pieaicinātajiem ekspertiem, bet arī ar auditoriju, jo raidījumā tā tiek iesaistīta gan ar Brīvā mikrofonu (zvans uz studiju tiešajā ēterā), gan ar e-pasta un sociālo tīklu palīdzību. Katru darba dienu veselu stundu raidījumā „Krustpunktā” norisinās politiskas diskusijas, amatpersonu iztaujāšana, kā arī dažādu problēmu, tostarp, sociālo un ekonomisko, analīze.¹³² Tomēr visplašāk un visvairāk apspriestākās tēmas ir tieši saistībā ar politiskajiem procesiem.

Raidījuma nosaukums – „Krustpunktā” – varētu būt izskaidrojams ar to, ka tajā tiek aplūkotas centrālas un vitāli svarīgas tēmas, par kurām dažādi viedokļi var būt gan galēji pretēji, gan arī tādi, kas „krustojas” un uzklausa citu viedokļu dažādību, jo to ietekmē maina vai tieši pretēji, notur spēcīgāku savu pozīciju.¹³³

Raidījuma galvenais pamats un kodols ir žurnālistiska izmeklēšana, kas tiek pielietota tādos gadījumos, kad, saistībā ar kādu tematu vai notikumu, ir radušās aizdomas par negodīgu rīcību. Iegūtā informācija tiek pārbaudīta, analizēta un izpētīta, kā rezultātā, pēc izskaidrojošajiem raidījumiem dažkārt pat tiek uzsākts

¹³⁰ Hans – Bredow – Institute for Radio and Television, Hambourg. (2000). *Radio and Television Systems in Europe. 2000/2001 Edition*. Strasbourg: European Audiovisual Observatory. P. 248.

¹³¹ <http://lr1.lsm.lv/lv/par-mums/radio/> Latvijas Radio 1. Skatīts: 18.03.17. Plkst. 17:17.

¹³² <http://www.latvijaradio.lsm.lv/lv/lr1/raidijumi/krustpunkta/> Raidījums „Krustpunktā”. Skatīts: 22.03.17. Plkst. 20:10.

¹³³ Skatīt 4. pielikumu: Intervija ar „Krustpunktā” vadītāju Aidi Tomsonu.

izmeklēšanas process un ierosināti kriminālprocesi. Un tas arī ir viens no raidījuma kā sabiedriskā medija pamatuzdevumiem – strādāt tieši sabiedrības labā, atklāt kādas nelikumības, sniegt aktuālu un analītisku informāciju, kā arī vērot un uzmanīt dažādus valstiskus notiekošos procesus ne tikai Latvijā, bet arī visā pasaulē.¹³⁴ Raidījumu veido Aidis Tomsons, Ingrīda Ābola un Māra Jansone.

3.1.3. „Pusdiens”

Raidījums „Pusdiens” ir informatīvi analītisks raidījums, kurā katru dienu tiek vēstīts par jaunāko un svarīgāko Latvijā, kā arī citur Eiropā un pasaulē. Korespondenti no Latvijas Radio 1 Ziņu dienesta vēsta par aktualitātēm no vietām, kur pieņem svarīgus lēmumus un, kur risinās dažādi aktuāli notikumi, lai par to pavēstītu radio tiešraidēs, reportāžās un izsmeļošos komentāros.

Raidījumu veido Latvijas Radio 1 Ziņu dienesta žurnālisti un producenti Vija Bremze, Rudīte Spakovska, Aiga Pelāne un Viktors Pupiks. Tas tiek pārraidīts katru dienu plkst. 12:00 dienā.¹³⁵ Tas tiek uzskatīts par vissvarīgāko dienas informatīvi analītisko pārraidi.

3.1.4. „Dienas notikumu apskats”

Raidījums „Dienas notikumu apskats” ir informatīvi analītisks raidījums, kurā katru dienu tiek aplūkoti attiecīgās dienas svarīgākie notikumi. Tajā ar korespondentu veiktiem sižetiem un ziņojumiem, reportāžām un notikumu skaidrojumiem tiek analizēti nozīmīgi procesi. Ir dota iespēja arī diskutēt starp atbildīgajām amatpersonām, kā arī sabiedrības iesaiste.

Raidījumu veido Latvijas Radio 1 Ziņu dienesta žurnālisti un producenti Vija Bremze, Rudīte Spakovska, Aiga Pelāne un Viktors Pupiks. Tas tiek pārraidīts katru dienu plkst. 18:00 vakarā.¹³⁶ Tas tiek uzskatīts par vissvarīgāko vakara informatīvi analītisko pārraidi.

3.2. Valsts budžets un tā pieņemšanas process

Valsts budžets ir valsts saimniecības plāns, kas sevī ietver ienākumus un izdevumus viena gada laikā. To izstrādā valdība, bet pieņem Saeima. Attiecīgajā gadā valsts budžets nākamajam gadam ir jāiesniedz līdz 1. oktobrim. Pēc tam, kad tas ir iesniegts Saeimā, tas tiek izskatīts īpašā procedūrā un divos lasījumos. Tomēr,

¹³⁴ <http://www.latvijaradio.lsm.lv/lv/lr1/raidijumi/krustpunkta/> Raidījums „Krustpunktā”. Skatīts: 22.03.17. Plkst. 20:12.

¹³⁵ Raidījums „Pusdiens”: <http://lr1.lsm.lv/lv/lr1/raidijumi/pusdiens/> Skatīts: 28.04.17. Plkst 04:45.

¹³⁶ Raidījums „Dienas notikumu apskats”: <http://lr1.lsm.lv/lv/lr1/raidijumi/dienas-notikumu-apskats/> Skatīts: 28.04.17. Plkst 04:45.

ja Saeima šo budžetu noraida kādā no abiem lasījumiem, tad Ministru kabinetam ir izteikta neuzticība, kā rezultātā valdība krīt. Ja valdībai šādā veidā tiek izteikta neuzticība, tad ir nepieciešams uzsākt jauna Ministru kabineta veidošanu un, līdz ar to, arī sākt budžeta likumprojekta izstrādi no jauna. Piemēram, 2004. gada 28. oktobrī Saeima jau 1. lasījumā noraidīja toreizējā premjera Induļa Emša vadītā Ministru kabineta izstrādāto valsts budžeta projektu un valdība krita. Tad tika veidota jauna valdība ar Aigaru Kalvīti priekšgalā un arī jauns valsts budžets.¹³⁷

Tomēr, ja valsts budžets ir pieņemts, pēc tam to ir iespējams grozīt, veicot kādas izmaiņas attiecīgajos likumos. Valsts budžeta sadalei starp ieņēmumiem un izdevumiem ir jābūt līdzsvarotai, tā, lai finanšu līdzekļi pietiktu visām sfērām. Attiecīgi, finanses ir nepieciešamas tādām sfērām, kā sociālajai aizsardzībai, ģimeņu atbalstam, izglītībai, veselībai, valsts drošībai, valsts un pašvaldību institūcijām.¹³⁸ Vienas no katra gada valsts budžeta problemātiskajām sfērām (kuras regulāri saņem mazāko finansējumu, tiek nepietiekami finansētas un ir vienas no vismazākajām jomām, salīdzinājumā ar pārējām, tieši naudas sadales ziņā) ir izglītība un veselība. Naudas sadales pieaugums ir neliels un lēns, kas nespēj atrisināt sasāpējušos jautājumus attiecīgajām nozarēm. Salīdzinājumam: 2016. gadā veselībai tika atvēlēti 9,7 % budžeta līdzekļu, bet izglītībai – 8,5 %, savukārt, šajā, 2017. gadā, veselībai ir atvēlēti +6,4 %, bet izglītībai vien +2,5 %.

139 140

Tomēr mazais finansiālais pieaugums šīm nozarēm budžetā neatrisina to daudz lielākās problēmas, kas radušās vairāku gadu laikā. Mediķi pieprasa samaksu par virsstundām, bet izglītības nozarē plāno samazināt klases un skolu skaitu, kā arī joprojām aktuāls ir skolotāju atalgojums. Salīdzinot ar pārējām jomām, šīm divas vienmēr ir bijušas problemātiskas un aktuālas, lemjot par katra gada valsts budžeta sadali.¹⁴¹

¹³⁷ Budžeta pieņemšana – Infografika. http://www.saeima.lv/Inf_mat/Infogr/infografika_budzeta_pienemsana.pdf Skatīts: 19.04.17. Plkst. 08:35.

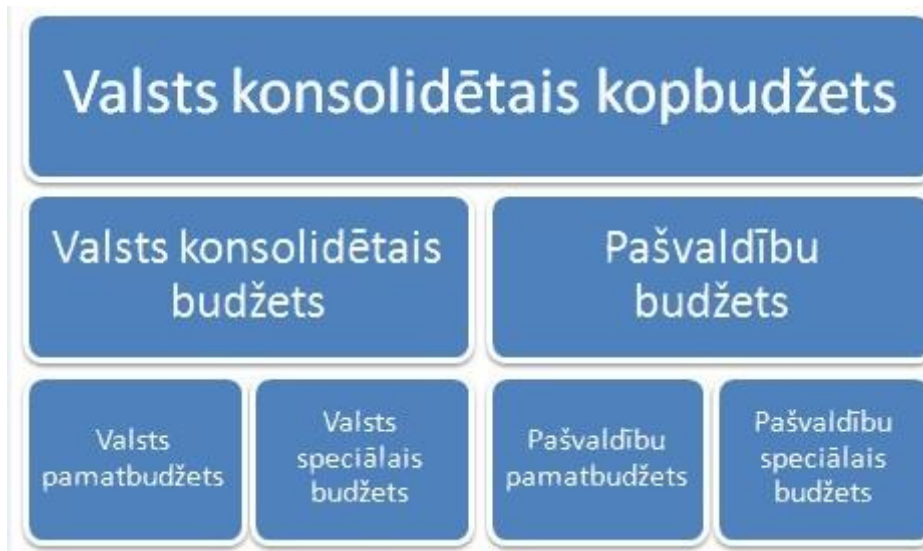
¹³⁸ Turpat.

¹³⁹ Infografika: Lielākā daļa valsts budžeta līdzekļu atvēlēta sociālajai aizsardzībai: <http://www.fm.gov.lv/lv/aktualitates/jaunumi/budzets/51797-infografika-lielaka-dala-valsts-budzeta-lidzeklu-atveleta-socialajai-aizsardzibai> Skatīts: 19.04.17. Plkst. 09:10.

¹⁴⁰ Izsludināts 2017. gada valsts budžets: <http://www.lsm.lv/lv/raksts/ekonomika/zinas/izsludinats-2017-gada-valsts-budzets.a214007/> Skatīts: 19.04.17. Plkst. 09:10.

¹⁴¹ Budžeta pieņemšana – Infografika. http://www.saeima.lv/Inf_mat/Infogr/infografika_budzeta_pienemsana.pdf Skatīts: 19.04.17. Plkst. 08:35.

Viss valsts konsolidētais kopbudžets tiek dalīts divās daļās – valsts konsolidētajā budžetā un pašvaldību budžetā. Šīs divas budžeta daļas tiek dalītas vēl uz pusēm – no valsts konsolidētā budžeta tiek izdalīts valsts pamatbudžets un valsts speciālais budžets. Savukārt, pašvaldību budžets tiek izdalīts pašvaldību pamatbudžetā un pašvaldību speciālajā budžetā. Visa valsts budžeta struktūra lielās kategorijās ir sekojoša:



3. attēls. Valsts budžets. Budžeta struktūra.¹⁴²

Valsts budžeta plānošana un veidošana ir Finanšu ministrijas pārziņā. Tā sagatavo valsts makroekonomiskās attīstības scenāriju, kā arī prognozes par nodokļu ieņēmumiem un pēc tam to apstiprina Ministru kabinets. Visa valsts budžeta ieņēmumi veidojas no ienākošajiem nodokļiem un nodevām, kā arī no citiem maksājumiem, piemēram, no maksājumiem par valsts kapitāla daļu izmantošanu un Eiropas Savienības fondu līdzekļiem (ārvalstu finanšu palīdzības maksājumi).¹⁴³

Katra no nozaru ministrijām sagatavo savus budžeta pieprasījumus, kā arī papildus līdzekļus dažādiem prioritārajiem pasākumiem – arī to visu apkopo Finanšu ministrija un tālāk iesniedz Ministru kabinetā. Tālāk Ministru kabinets akceptē gan scenāriju, gan prognozes, kā arī katras ministrijas pieprasīto finansējumu. Visu ministriju finanšu pieprasījumi tiek izdiskutēti Ministru kabinetā,

¹⁴² Valsts budžets. Budžeta struktūra: http://www.fm.gov.lv/lv/sadalas/valsts_budzets/ Skatīts: 19.04.17. Plkst. 09:20.

¹⁴³ Valsts budžets. Kā veidojas budžeta ieņēmumi? http://www.fm.gov.lv/lv/sadalas/valsts_budzets/ Skatīts: 19.04.17. Plkst. 09:10.

kur arī notiek lēmums par finansējuma sadali. Kad Ministru kabinets akceptē budžeta projektu, tas tiek nogādāts Saeimā. Saeima projektu izskata divos lasījumos un tai ir tiesības mainīt jebkuru no normām, ko Ministru kabinets ir sagatavojis budžeta likumprojektā.¹⁴⁴ Budžeta likumprojektu izskata visas Saeimas komisijas, bet par atbildīgo nosaka Saeimas Budžeta un finanšu (nodokļu) komisiju. Debates saistībā par budžetu ir atļautas kopumā par visu budžeta likumprojekta paketi. Pirmā lasījuma debatēs deputāts pirmoreiz var runāt 15 minūtes, savukārt, otrreiz – 5 minūtes. Par katru budžeta likumprojektu deputāti balso noteiktā kārtībā:

1. Pavadošie budžeta likumprojekti;
2. Vidēja termiņa budžeta ietvara likumprojekts;
3. Budžeta likumprojekts.¹⁴⁵

Starp abiem lasījumiem tiek iesniegti dažādi priekšlikumi, respektīvi, pēc pirmā lasījuma tiek iesniegti priekšlikumi otrajam lasījumam, lai kaut ko jaunajā budžetā uzlabotu. Pēcāk Saeimas Budžeta un finanšu (nodokļu) komisija visus iesniegtos priekšlikumus apkopo un tad nosūta tos izskatīšanai Ministru kabinetam. Pēc tam Ministru kabinets noteiktā kārtībā sniedz savu atzinumu par šiem iesniegtajiem priekšlikumiem. Ja valdība par kādu no priekšlikumiem savu atzinumu nesniedz, tad tas uzskatāms, ka priekšlikums no valdības puses tiek atbalstīts. Rezultātā viss tiek vēlreiz apkopots (to dara Saeimas Budžeta un finanšu (nodokļu) komisija) un tiek sagatavota priekšlikumu tabula izskatīšanai Saeimas sēdē. Visi iesniegtie priekšlikumi tiek izskatīti un par katru no tiem var notikt debates. Otrā lasījuma debatēs deputāts pirmoreiz var runāt 5 minūtes, savukārt otrajā vien divas minūtes. Pēc tam, pēc visu jauno priekšlikumu izskatīšanas Saeima balso par visu budžeta likumprojektu kopumā. Tas tiek pieņemts, ja „par” likumprojektu nobalso vairāk nekā puse no visiem klātesošajiem deputātiem. Tas ne tiek pieņemts, ja „par” nobalso mazāk nekā puse no klātesošajiem deputātiem. Budžeta pieņemšanas sēdes Saeimā parasti ir ļoti ilgas un darbietilpīgas un tās ievēlās vēlās nakts stundās. Garākā budžeta pieņemšanas sēde bija 2008. gada decembrī, kad tā ilga 28 stundas un 14 minūtes, jo Saeima toreiz grozīja vēl spēkā nestājušos 2009. gada valsts budžetu, tādējādi, ekonomiskās krīzes ietekmē,

¹⁴⁴ Budžeta izstrādes un pieņemšanas kārtība un dažādu institūciju atbildība: http://www.fm.gov.lv/lv/sadalas/valsts_budzets/ Skatīts: 11.04.17. Plkst. 22:20.

¹⁴⁵ Infografika. Budžeta pieņemšana: http://www.saeima.lv/Inf_mat/Infogr/infografika_budzeta_pienemsana.pdf Skatīts: 19.04.17. Plkst. 10:15.

paredzot būtiskus samazinājumus.¹⁴⁶ Veidot valsts budžeta projekta izstrādi krīzes laikā bija liels izaicinājums valdībai, jo jau tā īpaši svarīgi jautājumi un problēmas saistībā ar valsts budžeta pieņemšanu bija jāpārdomā un jāizsver pastiprinātāk, lai veiksmīgi sadalītu finanšu līdzekļus visām jomām.

Pēc tam, kad valsts budžets ir ticis pieņemts Saeimā, to izsludina Valsts prezidents. Arī pēc valsts budžeta pieņemšanas to ir iespējams grozīt, veicot kādas izmaiņas attiecīgajos likumos. Ja nu gadās tā, ka gadskārtējais valsts budžets vēl nav stājies spēkā, tad valsts darbībai nepieciešamos līdzekļus (izdevumus, aizdevumus un aizņēmumu limitus) nosaka finanšu ministrs. Ja ir šāda situācija, tad valsts izdevumi vienā mēnesī nedrīkst pārsniegt divpadsmito daļu no iepriekšējā gada valsts budžeta apropriācijas.

3.3. Raidījumu galveno tēmu un viedokļu kopsavilkums. Iegūtie pētījuma rezultāti

Ar kontentanalīzes palīdzību, iegūtie pētījuma rezultāti par valsts budžeta pieņemšanas atspoguļojumu Latvijas Radio raidījumos „Krustpunktā”, „Pusdiens” un „Dienas notikumu apskats” ir saskaitīti un iedalīti kopumā četrās tabulās un divos galvenajos novirzienos:

1. Raidījumu galvenās tēmas;
2. Raidījumos izskanējušie galvenie viedokļi.

Raidījuma galvenās tēmas ir iedalītas kopumā četrās kategorijās – „Veselība”, „Izglītība”, „Drošība” un „Budžets un finanses kopumā”, atsaucoties uz 2017. gada budžeta aktuālākajām nozarēm, kā arī to, kas visbiežāk raidījumos noteiktajā laika periodā parādās. Saskaņā ar kategorijām, visbiežāk pētniecības laika posmā parādās trīs iepriekš uzskaitītās 2017. gada aktuālās nozares (visvairāk tomēr izglītība un veselība, jo īpaši akcentējot veselību), kā arī budžeta un tā finansēšana kopumā.

Atsaucoties uz visu darba pētniecības laiku, raidījumā „Krustpunktā” visvairāk ir aplūkoti temati kategorijā „Veselība” un „Budžets un finanses kopumā” – katrai kategorijai pa četrām reizēm. Runājot tieši par veselības temata biežo apspriešanu raidījumā „Krustpunktā”, tā satura vadītājs Aidis Tompsons apstiprina, ka šogad tas ir viens no aktuālākajiem apspriežamajiem tematiem, līdz ar to, tas

¹⁴⁶

bieži arī parādās raidījuma dienaskārtībā.¹⁴⁷ Savukārt, „Izglītība” un „Drošība” kategorijas raidījumā katra ir pārstāvēta pa divām reizēm.¹⁴⁸

Raidījumā „Pusdiens” visu darba pētniecības laiku visvairāk aplūkoti temati ir kategorijā „Budžets un finanses kopumā”, kopumā piecas reizes. Tas varētu būt saistīts un skaidrojams ar to, ka raidījumā daudz tika vērtēts budžeta finansiālais aspekts, kā arī naudas izlietojums nozarēm kopumā.¹⁴⁹ Bet pārējās kategorijas ir aplūkotas vien pa vienai reizei.¹⁵⁰

Tāpat kā iepriekšējos raidījumos, arī raidījumā „Dienas notikumu apskats” visu darba pētniecības laiku visvairāk aplūkoti temati ir kategorijā „Budžets un finanses kopumā”, kopumā deviņas reizes.¹⁵¹

	Veselība	Izglītība	Drošība	Budžets un finanses kopumā
„Krustpunktā”	4	2	2	4
„Pusdiens”	1	1	1	5
„Dienas notikumu apskats”	1	2	1	9

4. attēls. Raidījumu galveno tēmu kopsavilkums.

Raidījumos izskanējušie galvenie viedokļi no viesu, ekspertu, politiķu un žurnālistu puses, katram no raidījumiem ir dažādi un atšķirīgi. Raidījumam „Krustpunktā” tie pavisam ir pieci: „Jāsakārto veselības nozare”, „Finansējuma rašana”, „Iespējamie risinājumi (kā palīdzēt cilvēkiem)”, „Aptieku negodīgais bizness” un „Galvenās problēmas e-veselībā”. Visbiežāk, kopumā trīs reizes, raidījumā izskanējis viedoklis „Iespējamie risinājumi (kā palīdzēt cilvēkiem)”, pēc tam, ar divām reizēm, izskan viedoklis „Galvenās problēmas e-veselībā”. Tad, katrs pa vienai reizei, izskan pārējie trīs viedokļi.¹⁵²

¹⁴⁷ Skatīt 5. pielikumu. Intervija ar raidījuma „Krustpunktā” satura veidotāju Aidi Tompsonu.

¹⁴⁸ Skatīt 4. attēlu. Raidījumu galveno tēmu kopsavilkums. Raidījums „Krustpunktā”.

¹⁴⁹ Skatīt 6. pielikumu. Intervija ar raidījumu „Pusdiens” un „Dienas notikumu apskats” producentu Viktoru Pupiku.

¹⁵⁰ Skatīt 4. attēlu. Raidījumu galveno tēmu kopsavilkums. Raidījums „Pusdiens”.

¹⁵¹ Skatīt 4. attēlu. Raidījumu galveno tēmu kopsavilkums. Raidījums „Dienas notikumu apskats”.

¹⁵² Skatīt 5. attēlu. Raidījuma „Krustpunktā” izskanējušie galvenie viedokļi.

Raidījums „Krustpunktā”

„Jāsakārto veselības nozare	1
„Finansējuma rašana”	1
„Iespējamie risinājumi” (kā palīdzēt cilvēkiem)	3
„Aptieku negodīgais bizness”	1
„Galvenās problēmas e-veselībā”	2

5. attēls. Raidījuma „Krustpunktā” izskanējušie galvenie viedokļi.

Raidījumam „Pusdiens”, tāpat kā „Krustpunktā” arī ir pieci visbiežāk izskanējušie viedokļi, tomēr tie ir atšķirīgi, lai arī saistīti ar valsts budžeta tematiku: „Budžeta prognozes nākamajiem gadiem”, „Budžeta efektivitāte”, „Lielāks finansējuma pieprasījums izglītībai”, „Rindas pie ārstiem” un „Algas apmēri dažādām nozarēm”. Katrs no šiem viedokļiem visā pētniecības laikā raidījumā „Pusdiens” ir izskanējis vienu reizi.¹⁵³

Raidījums „Pusdiens”

„Budžeta prognozes nākamajiem gadiem”	1
„Budžeta efektivitāte”	1
„Lielāks finansējuma pieprasījums izglītībai”	1
„Rindas pie ārstiem”	1
„Algas apmēri dažādām nozarēm”	1

6. attēls. Raidījuma „Pusdiens” izskanējušie galvenie viedokļi.

Raidījumam „Dienas notikumu apskats”, atšķirībā no raidījumiem „Krustpunktā” un „Pusdiens” ir četri biežāk izskanējušie viedokļi: „Ceļu sliktais stāvoklis”, „Minimālās algas pieauguma apmērs”, „Algas apmēri dažādām nozarēm” un „Veselības nozares finansēšana”. Visbiežāk, kopumā divas reizes, raidījumā ir izskanējis viedoklis „Veselības nozares finansēšana”, savukārt, pārējie viedokļi raidījumā ir izskanējuši pa vienai reizei.¹⁵⁴

Raidījums „Dienas notikumu apskats”

„Ceļu sliktais stāvoklis”	1
„Minimālās algas pieauguma apmērs”	1
„Algas apmēri dažādām nozarēm”	1
„Veselības nozares finansēšana”	2

7. attēls. Raidījuma „Dienas notikumu apskats” izskanējušie galvenie viedokļi.

¹⁵³ Skatīt 6. attēlu. Raidījuma „Pusdiens” izskanējušie galvenie viedokļi.

¹⁵⁴ Skatīt 6. attēlu. Raidījuma „Dienas notikumu apskats” izskanējušie galvenie viedokļi.

Visos raidījumos izskanējušie viedokļi ir aktuāli un svarīgi valsts budžeta pieņemšanas sakarā. Jau pieminēts, ka jo īpašu uzmanību un popularitāti šī gada valsts budžeta atspoguļošanas sakarā ir ieņēmusi tieši veselības nozare ar savu finansējumu. Bet, kā norāda raidījuma „Krustpunktā” satura vadītājs Aidis Tomsons, ir gan „garlaicīgie gadi”, kad valsts budžetos nekas īpaši neizceļas un neparādās, gan arī tādi gadi, kuros kāda noteikta joma izceļas un tas automātiski visu budžetu padara par apspriešanas objektu. Piemēram, kā 2017. gada budžets, jo tajā ievērtību ir guvusi izglītība, tomēr izteikti dominē tieši veselības nozare, pateicoties nodokļu reformai un piešķirtajam zemajam finansējumam. Arī e-veselības projekts ir devis savu artavu uz kopējā apspriežu un diskusiju fona.¹⁵⁵ Pēc tam seko izglītība, kas savu ievērtību gūst ne tikai pateicoties faktam par zemo finansējumu, bet arī tam, ka tādējādi norit studentu protesti un diskusijas par pedagogu atalgojumu reformu un to lojalitāti. Drošība, savukārt, nav tik plaši apspriesta sfēra 2017. gada budžeta pieņemšanas atspoguļojumā. Kā norāda raidījuma „Krustpunktā” satura veidotājs Aidis Tomsons, katru gadu valsts budžeta dominē kāda noteikta sfēra, pateicoties pasaules vai pašmāju notikumiem. Piemēram, drošības nozare izteikti dominēja 2014. Un 2015. gadu valsts budžetos, Krimas aneksijas dēļ. Kā skaidro Tomsons, šogad tā viennozīmīgi ir veselība (ko arī pierāda pētījums), jo...¹⁵⁶ Tādējādi noteikti nav tā, ka katru gadu valsts budžets ir vienveidīgs un katra no nozarēm ir gan apmaksāta pilnvērtīgi, gan arī pārstāvēta, apspriesta un atspoguļota medijos vienlīdzīgi.

3.4. Atbildes uz pētījuma jautājumiem

Maģistra darba pētījums ir sniedzis visaptverošas atbildes uz darba sākumā izvirzītajiem pētījuma jautājumiem:

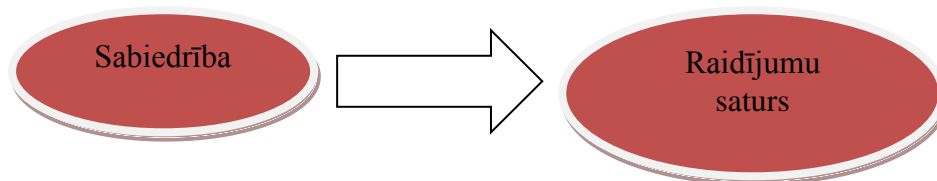
1. Kāda ir sabiedrības ietekme uz raidījumu saturu?
2. Kāda ir politiķu ietekme uz raidījumu saturu?
3. Kāda ir raidījumu satura ietekme uz politiku?
4. Kāda ir raidījumu satura ietekme uz sabiedrību?

Turpinājumā katra jautājuma izklāsts un atbildes individuāli un detalizēti:

¹⁵⁵ Skatīt 5. pielikumu. Intervija ar raidījuma „Krustpunktā” satura veidotāju Aidi Tompsonu.

¹⁵⁶ Turpat.

1. Kāda ir sabiedrības ietekme uz raidījumu saturu?



Sabiedrības ietekme uz raidījuma „Krustpunktā” saturu ir dažāda, taču, viennozīmīgi daudz lielāka, salīdzinājumā ar pārējiem raidījumiem. Ietekmes apjoms ir atkarīgs, galvenokārt, no raidījuma formāta. Lai gan visi trīs pētniecībai izvēlētie raidījumi – „Krustpunktā”, „Pusdiens” un „Dienas notikumu apskats” ir politiski analītiskie raidījumi ar plašām sabiedrības iesaistes iespējām, tomēr pastāv dažas atšķirīgas iezīmes raidījumu formātos. Raidījumam „Krustpunktā” ir atsevišķa un īpaša platforma tieši klausītāju viedokļiem un domām par kādu no raidījumā izskanējušajiem tematiem un ne tikai, ar nosaukumu „Brīvais mikrofons”, ar domu, ka „studijas mikrofons” tagad ir „brīvs no raidījuma vadītāja” un ir „klausītāju rokās”, tādējādi viņi šobrīd ir galvenie, kas vada raidījumu cauri tematu līkločiem, kā arī izvēlas raidījuma tēmas. Ideja par „Brīvo mikrofonu” kādreiz ir radusies žurnālistam Kārlim Streipam, kurš šāda veida platformu aizguvis no ASV radio raidījumu formātiem un pirms vairāk kā divpadsmit gadiem to ieviesis arī Latvijā.¹⁵⁷ Papildus iesaistošais sabiedrības elements raidījuma gaitā ir ne tikai e-pasta un sociālo tīklu piedāvātās iespējas saziņai ar raidījumu un tā viesiem, bet arī, neatkarīgi no „Brīvā mikrofonu”, reizi nedēļā iztaujāt kādu no raidījuma viesiem tiešajā ēterā. Tam tiek atvēlētas 15 minūtes no visa kopējā raidījuma laika. Šādu iespēju cilvēki novērtē vēl vairāk, jo ir iespēja gūt uzreiz atgriezenisko saiti no iztaujājamās personas (politiķa, valdības pārstāvja vai eksperta), nekā salīdzinājumā ar „Brīvo mikrofonu”, kur gan laiks cilvēku zvaniem ir dots ilgāk, taču nav iespēja uzreiz gūt atbildi no atbildīgās amatpersonas.

Kā norāda raidījuma „Krustpunktā” satura veidotājs Aidis Tomsons, raidījuma gatavošanai tiek izmantotas gan klausītāju ieteiktās, gan arī to apspriestās tēmas „Brīvajā mikrofonā”.¹⁵⁸ Tādējādi var teikt, ka sabiedrības līdzdalības līmenis raidījuma satura veidošanā ir ļoti augsts un tiek ņemti vērā arī tās ieteikumi un viedokļi. Kā skaidro Tomsons, raidījumā ir tikušas izmantotas gan

¹⁵⁷ Skatīt 5. pielikumu. Intervija ar raidījuma „Krustpunktā” satura veidotāju Aidi Tompsonu.

¹⁵⁸ Turpat.

tādas tēmas, kuras klausītāji iesaka speciāli, uzrunājot radio vai raidījuma satura veidotājus par sev interesējošiem tematiem, gan arī tādas, kuras tiek vienkārši pastiprināti vai nepastiprināti apspriestas, bet ne speciāli ieteiktas „Brīvajā mikrofonā” (arī klausītāju intereses pēc), līdz ar to satura veidotāji to ņem vērā un veido raidījumu par attiecīgo apspriešanas tematiku. Sekojošie piemēri: viena no tēmām, kas tikusi speciāli ieteikta raidījumam no klausītājiem bijusi par privatizācijas sertifikātiem, par to, kas ar tiem ir noticis un kāda ir to tālākā nākotne. Savukārt, viena no tēmām, kas tikusi plaši apspriesta raidījumā, līdz ar to tā veidotāji šo pastiprināto interesi ir pārveidojuši kā atsevišķa raidījuma tēmu ir par Latgales kongresu, latgaliešu valodas un kultūras aizstāvību, tāpēc, ka, pēc Latgales kongresa, viena no „Brīvais mikrofonā” dienām pagāja būtībā tikai par šo tematu un tad raidījuma satura veidotāji saprata, ka cilvēkus tas interesē, līdz ar ko, jāveido atsevišķs raidījums tikai par šo tematiku.¹⁵⁹ Vēl interesants aspekts ir tas, ka no „Brīvajā mikrofonā” apspriestajiem tematiem savus ziņu sižetu tēmas bieži vien aizgūst arī raidījumi „Pusdiena” un „Dienas notikumu apskats”. „Brīvo mikrofonu” gan ir bijusi vēlme daudzas reizes likvidēt, jo bieži vien, saturiski, tas atgādina cilvēku verbālās „izlādes” vietu, taču jau tikai doma vien par šādu iespēju radīja lielu pretestību un raisīja vēl plašākas un asākas diskusijas.

Tādējādi var teikt, ka sabiedrības ietekme uz raidījumu „Krustpunktā” saturu ir ļoti nozīmīga un ievērojama, galvenokārt, tieši sadaļas „Brīvais mikrofonā” dēļ.

Sabiedrības ietekme uz raidījuma „Pusdienā” saturu ir pārsvarā vienveidīga, jo šim raidījumam nav atsevišķas sabiedrības viedokļu un domu izteikšanas platformas. Ja cilvēkiem ir kas iesakāms, tad tie, visbiežāk, zvana vai raksta uz radio vai studiju, vai arī izmanto sociālo tīklu palīdzību. Kā norāda raidījuma producers Viktors Pupiks, kādreiz ļoti bieži tika saņemti klausītāju ieteikumi ar vēstuļu starpniecību pa pastu, tagad arī, bet daudz retāk, taču tā vieta pienāk elektroniskās vēstules.¹⁶⁰ Tomēr raidījuma tapšanas gaitā ir izvēlēti arī radio klausītāju ieteiktie temati, kuri tieši viņiem ir personīgi ļoti aktuāli, piemēram, stāsts par aptieku melno biznesu. Klausītāju ieteikumi ir bieži ņemti no raidījuma „Krustpunktā” tēmām vai arī no „Krustpunktā” platformas „Brīvais mikrofonā”. Tas tā ir tādēļ, jo

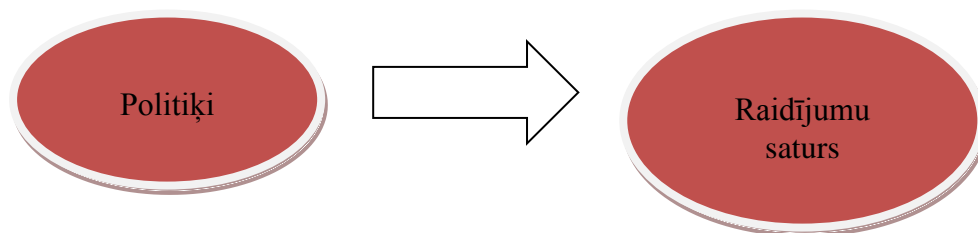
¹⁵⁹ Skatīt 5. pielikumu. Intervija ar raidījuma „Krustpunktā” satura veidotāju Aidi Tompsonu.

¹⁶⁰ Skatīt 6. pielikumu. Intervija ar raidījumu „Pusdiena” un „Dienas notikumu apskats” producentu Viktoru Pupiku.

„Krustpunktā” cilvēkiem ir iespēja pašiem izteikties jau iepriekš pieminētajā platformā, kā arī paša raidījuma formāts dod labvēlīgu vidi diskusijām un dažādiem raidījuma viesu, ekspertu un politiķu viedokļiem. Tas viss kopumā pozitīvi ietekmē vidi, kurā var rasties idejas jaunu sižetu tapšanai vai padziļinātākai kādas tēmas vai problēmas pētniecībai.¹⁶¹

Arī raidījumā ”Dienas notikumu apskats” sabiedrības ietekme uz šī raidījuma saturu ir līdzīga, kā raidījumam „Pusdiena”, jo arī tam nav atsevišķas sadaļas, kā „Krustpunktā”, bet ir iespēja rakstīt vai sūtīt ziņas uz radio vai studiju, ko cilvēki arī dara, kā arī ir iespēja analizēt tālāk kādu no „Krustpunktā” vai „Brīvajā mikrofonā” aplūkotojāiem tematiem. Kā norāda raidījuma producents Viktors Pupiks, klausītājiem joprojām ir svarīgi, vai arī viņi taps sadzirdēti un, līdz ar to, tiks izvēlētas viņu ieteiktās tēmas vai arī tiks runāts par to, kas ir aktuāls tieši viņiem.¹⁶²

2. Kāda ir politiķu ietekme uz raidījumu saturu?



Kā norāda raidījuma „Krustpunktā” satura veidotājs Aidis Tomsons, politiķu ietekme uz raidījuma saturu nekad nav bijusi un nav arī šobrīd. Viņš uzsver, ka nekad visa raidījuma pastāvēšanas laikā, kā arī tā tiešā ētera laikā nav novērojis kāda politiskā spēka iejaukšanos vai cenšanos kontrolēt raidījuma gaitu vai saturu.¹⁶³ Viņš paskaidro, ka, protams, nav zināms, kas notiek tālāk, augšā ģenerāldirektora kabinetā, kādas runas notiek tur, bet tas tad esot jānoskaidro pie viņiem, ja tas notiek un, kā tas notiek. Bet jebkurā gadījumā, pašreizējā situācija radio nodrošina to, ka tas līdz raidījuma veidotājiem nekad nav nonācis.¹⁶⁴ Tādējādi politiķi nekādu ietekmi uz raidījuma saturu nav veidojuši un neveido to arī šobrīd.

¹⁶¹ Skatīt 6. pielikumu. Intervija ar raidījumu „Pusdiena” un „Dienas notikumu apskats” producentu Viktoru Pupiku.

¹⁶² Turpat.

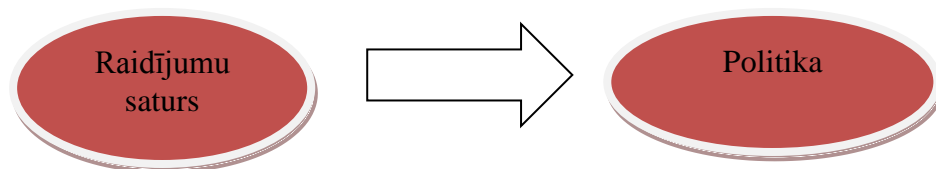
¹⁶³ Skatīt 5. pielikumu. Intervija ar raidījuma „Krustpunktā” satura veidotāju Aidi Tompsonu.

¹⁶⁴ Turpat.

Kā norāda raidījuma producentis Viktors Pupiks, regulāra prakse, ar politiķu iejaukšanos raidījumos, tā noteikti nav, taču raidījuma pastāvēšanas laikā ir bijuši gadījumi, kad kādi no raidījumā uzaicinātajiem viesiem – politiķiem ir centušies pārņemt tā vadību un sarunas risināt tikai tā, kā tiem ir pieņemams, bet raidījuma vadītāji to nav pieļāvuši un ātri vien uzstādījuši savus noteikumus.¹⁶⁵ Tādējādi var teikt, ka politiķu ietekme uz raidījumu saturu bija iespējama, taču raidījumu veidotāji to nepieļāva.

Arī „Dienas notikumu apskatā” tieši tāpat kā „Pusdienā” ir bijuši precedenti, kad politiķi, kā uzaicinātie raidījuma viesi, ir vēlējušies vadīt raidījuma saturu, taču tas viņiem nav ļauts, līdz ar to viņu plāns, attiecībā uz raidījuma pārņemšanu savā varā, nav izdevies. Producentis Viktors Pupiks uzsver, ka žurnālistam – raidījuma vadītājam gluži vienkārši ir jādara savas darbs, kurā ietilpst arī laba raidījuma vadīšana un neļaušana šīs funkcijas ietekmēšanai un pārņemšanai no malas.¹⁶⁶ Tādējādi var teikt, ka politiķu ietekme arī uz šī raidījumu saturu bija iespējama, taču raidījumu veidotāji to nepieļāva.

3. Kāda ir raidījumu satura ietekme uz politiku?



Kā norāda raidījuma veidotājs Aidis Tomsons, viņš, protams, priecātos, ja raidījums „Krustpunktā” spētu tik ļoti ietekmēt valsts politiskos procesus, kā rezultātā valsts ierēdņi un politiķi lemtu un veidotu likumus tieši tādos un ne citādākus. Mediji kopumā, protams, veido kaut kādu sabiedrisko domu, un politiķi, pēc viņa teiktā, jau, zināmā mērā, ietekmējas no tā, bet ne tāpēc, ka „ir tāds viens raidījums „Krustpunktā””.¹⁶⁷ Tik augstās domās viņš par sevi gan neesot.¹⁶⁸ Taču, tā kā raidījums ir iecienīts un pastāv jau ļoti daudzus gadus, kādu, vismaz nelielu

¹⁶⁵ Skatīt 6. pielikumu. Intervija ar raidījumu „Pusdiena” un „Dienas notikumu apskats” producentu Viktoru Pupiku.

¹⁶⁶ Turpat.

¹⁶⁷ Skatīt 5. pielikumu. Intervija ar raidījuma „Krustpunktā” satura veidotāju Aidi Tompsonu.

¹⁶⁸ Turpat.

pienesumu valstisku procesu ietekmei tas, pēc Tomsona, vārdiem, cerams, tomēr sniedz.

Savā ziņā raidījuma ietekme uz politiku ir liela, jo ir gadījumi, kad kādi analītiski ziņu sižeti raidījumā ir raisījušas asas diskusijas starp politiķiem un arī, protams, ietekmējuši kāda politiska procesa gaitu. Kā norāda raidījuma producents Viktors Pupiks, raidījumam „Pusdiena” ir divi savi korespondenti, kuri ziņo tikai par Saeimas un valdības aktualitātēm. Tādā veidā var apgalvot, ka raidījuma ietekme uz politiku ir nozīmīga, jo regulāri, katru dienu, no attiecīgās politiskās vides ir iegūta nepieciešamā informācija, kuru izmantot, veidojot attiecīgos sižetus par politisko procesu aktualitātēm. Attiecīgie Latvijas Radio korespondenti, kuri ir atbildīgi par Saeimas un valdības aktualitāšu atspoguļojumu ir Māris Klūga un Madara Fridrihsone, tomēr, ja kāds no viņiem vai arī abi nevar veikt šos pienākumus, tos veic kāds no pārējiem korespondentiem, vieta nepaliek tukša un par politiku tiek vienmēr ziņots radio ēterā. Tomēr, kā norāda Pupiks, raidījuma konceptā nav iepriekš noteikts, cik daudz tajā ir jārunā par politiskajiem procesiem, tai skaitā par valsts budžeta atspoguļošanu.¹⁶⁹

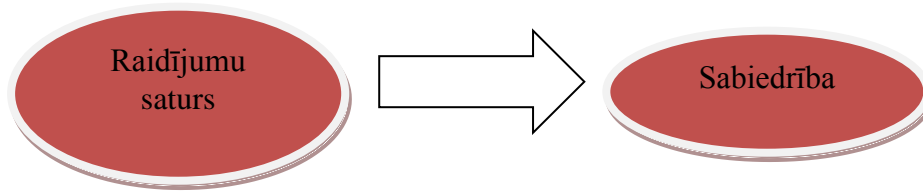
Tas pats attiecināms arī uz raidījumu „Dienas notikumu apskats”. Raidījuma dēļ ir risinātas tālāk arī kādas valdības un Saeimas līmeņos esošās problēmas.¹⁷⁰ Tāpat raidījumam „Dienas notikumu apskats” ir divi savi korespondenti, gluži tāpat, kā raidījumam „Pusdiena”, kuri ziņo tikai par Saeimas un valdības aktualitātēm. Tādā veidā var apgalvot, ka raidījuma ietekme uz politiku ir nozīmīga, jo regulāri, katru dienu, no attiecīgās politiskās vides ir iegūta nepieciešamā informācija, kuru izmantot, veidojot attiecīgos sižetus par politisko procesu aktualitātēm. Attiecīgie Latvijas Radio korespondenti, kuri ir atbildīgi par Saeimas un valdības aktualitāšu atspoguļojumu ir Māris Klūga un Madara Fridrihsone, tomēr, ja kāds no viņiem vai arī abi nevar veikt šos pienākumus, tos veic kāds no pārējiem korespondentiem, vieta nepaliek tukša un par politiku tiek vienmēr ziņots radio ēterā. Tomēr, kā norāda Pupiks, raidījuma konceptā nav iepriekš noteikts, cik daudz tajā ir jārunā par politiskajiem procesiem, tai skaitā par valsts budžeta atspoguļošanu.¹⁷¹

¹⁶⁹ Skatīt 6. pielikumu. Intervija ar raidījumu „Pusdiena” un „Dienas notikumu apskats” producentu Viktoru Pupiku.

¹⁷⁰ Turpat.

¹⁷¹ Turpat.

4. Kāda ir raidījumu satura ietekme uz sabiedrību?



Raidījuma ietekme uz sabiedrību, kā norāda Aidis Tomsons, ir tikai tai klausītāju daļai, kura šo raidījumu klausās, taču ne īsti budžeta veidošanas kontekstā. Kā viņš uzsver, raidījums vairāk šajā gadījumā drīzāk var būt kā informatīvs, nevis kā sabiedriskās domas ietekmējošs elements.¹⁷² Tomēr uz to klausītāju loku, kuri raidījumu regulāri klausās, tas kādu pienesumu un ietekmes faktoru sniedz.¹⁷³ Tādējādi var teikt, ka raidījuma satura ietekme uz saturu ir nozīmīga.

Savukārt, valsts budžeta aktuālākās nozare – veselības – pārstāvis no sabiedrības puses, Latvijas Ārstu biedrības prezidents Pēteris Apinis uzskata, ka medijiem ir jādara savs darbs, savukārt, viņiem, kā veselības nozares biedrībai, ir jādara savējais un tur nav nepieciešamības savilkt paralēles uz iespējamu raidījumu satura ietekmi uz sabiedrību. Viņaprāt, sabiedrību drīzāk ietekmē veselības aprūpes problēmas un nepieejamība, kā dēļ ir nopietnas problēmas ar sabiedrības veselības uzturēšanu.¹⁷⁴

Kā norāda raidījuma producentis Viktors Pupiks, viņš uzskata, ka kaut ko raidījums, protams, ietekmē, jo to klausās daudzi politiķi un, līdz ar to, iespējams, tas kaut ko arī maina viņu lēmumos. Vēl politiskos procesus var ietekmēt kādas raidījumā izskanējušās problēmas atspoguļojums un analīze, piemēram, nesensais gadījums ar vardarbību Jelgavas bērnunamā. Latvijas Radio savās ziņu pārraidēs par to bieži un analītiski runāja, veidoja sižetus un gatavoja intervijas, līdz ar ko tas beidzās ar izmeklēšanu un vainīgo sodīšanu. Arī Sociālo lietu un sociālas drošības eksperts Pēteris Leiškalns uzskata, ka sabiedrību ietekmē dažādi faktori, ne tikai

¹⁷² Skatīt 5. pielikumu. Intervija ar raidījuma „Krustpunktā” satura veidotāju Aidi Tompsonu.

¹⁷³ Turpat.

¹⁷⁴ Skatīt 8. Pielikumu. Intervija ar Latvijas Ārstu biedrības prezidentu Pēteri Apini.

valstiski pieņemtie politiskie lēmumi.¹⁷⁵ Tādējādi var teikt, ka raidījumu saturs ietekme uz sabiedrību ir viennozīmīgi ietekmējoša.

Kā norāda Latvijas Izglītības un zinātnes darbinieku arodbiedrības priekšsēdētāja Inga Vanaga, kura pārstāv sabiedrības pusi – pedagogus, viņasprāt, raidījumam ir nepieciešams vairāk, padziļinātāk, izskaidrojošāk un analītiskāk stāstīt sabiedrībai par to, kādēļ arodbiedrība nemitīgi iet un uzstāj par pedagogu algu samaksu un valsts budžeta finansējumu izglītības nozarei kopumā, jo citādāk sabiedrība domā, ka pedagogiem vienkārši nekad nepietiek un nav gana ar tiem līdzekļiem, ko tiem dod.¹⁷⁶ Bet kopumā viņa Latvijas Radio darbu vērtē labi. Savukārt, kā norāda politiķis Mārtiņš Šics, tā kā viens no greizajiem un nepieņemamajiem likumiem valsts budžeta pieņemšanas sakarā ir par budžeta pieņemšanas laiku (pārsvarā nakts stundas un īsais laiks, kas dots, lai iepazītos ar dokumentiem), viņš atzinīgi vērtē mediju atspoguļojumu, kas parādīja budžeta pieņemšanas vakara un nakts komiskumu tad, kad nakts melnumā lielā ātrumā tika izskatīts valsts budžets. Pēc viņa domām, ir jārāda tas, cik ļoti bezjēdzīgi ir īsā laika posmā izskatīt tādu daudzumu ar dokumentiem un vēlās vakara un nakts stundās pieņemt atbildīgus un valstiskus lēmumus.¹⁷⁷ Tādā veidā var teikt, ka sabiedriskais medijs labi dara savu darbu un nepieciešamo politisko procesu atspoguļojumu sabiedrībai veic labi.

¹⁷⁵ Skatīt 9. pielikumu. Intervija ar Sociālo lietu un sociālās drošības ekspertu Pēteri Leiškalnu.

¹⁷⁶ Skatīt 7. pielikumu. Intervija ar Latvijas Izglītības un zinātnes darbinieku arodbiedrības priekšsēdētāju Ingu Vanagu.

¹⁷⁷ Skatīt 10. pielikumu. Intervija ar 12. Saeimas deputātu Mārtiņu Šicu (Latvijas Reģionu apvienība).

SECINĀJUMI

Rakstot un veidojot maģistra darbu par valsts budžeta pieņemšanas atspoguļojumu Latvijas Radio raidījumos „Krustpunktā”, „Pusdienu” un „Dienas notikumu apskats”, esmu nonākusi pie vairākiem secinājumiem par mediatizācijas ietekmi uz Latvijas politisko praksi, par kopējo politisko vidi Latvijā, kā arī par būtiskākajām problēmām Latvijas mediju – sabiedrības – politikas mijiedarbībā.

Atsaucoties uz norvēģu politikas zinātnieka Gudmunda Hermesa mediatizācijas teorijas perspektīvu par to, ka mediji ir pārveidojuši sabiedrību no situācijas, kurā no vienas puses ir informācijas nepietiekamība, bet no otras – pārpilnība, kas ir padarīts par uzmanības stratēģisko resursu, uz kuru ikviens var konkurēt, nākas secināt, ka arī Latvijas mediju – politikas – sabiedrības vidē ir līdzīga situācija.¹⁷⁸ Lai gan mediju vide pati par sevi funkcionē labi, tomēr, no vienas puses ir novērojama informācijas nepietiekamība, piemēram, LIZDA priekšsēdētāja norāda, ka, viņasprāt, trūkst padziļinātāka skatījuma uz dažādiem procesiem, tostarp, runājot par izglītības jautājumiem. Bet, no otras puses, ir informācijas pārpilnība – ikviens var izlemt kādus plašsaziņas līdzekļus izmantot, jo iespēju ir daudz, tāpat kā informatīvais materiāls.

Mediji formē un rāmē politiskās komunikācijas procesus, kā arī sabiedrību, kurā konkrētās komunikācijas procesi ieņem vietu, līdz ar to arī Latvijas sabiedrība savā veidā tiek rāmēta un formēta, atbilstoši notiekošajiem politiskajiem procesiem. Visspilgtāk tas izpaužas to radio raidījumu platformās, kurās ir aktīva sabiedrības iesaiste un platformas šīs iesaistes nodrošināšanai (piemēram, raidījuma „Krustpunktā” platforma sabiedrības viedokļiem „Brīvais mikrofons”).

Izrietot no koncepta mediji – sabiedrība – politiķi ir rastas atbildes uz iepriekš izvirzītajiem pētniecības jautājumiem:

1. Kāda ir sabiedrības ietekme uz raidījumu saturu?

Sabiedrības ietekme uz raidījumu saturu ir būtiska, jo aktīvi tiek ņemti vērā sabiedrības ieteikumi raidījumu dienaskārtībai un aplūkojamajiem, analizējamajiem tematiem. Tostarp, liela interese ir par politiskajiem procesiem. Izrietot no pētījuma, sabiedrība var būtiski ietekmēt raidījumu saturu pašai pat to neapzinoties, jo, kā norāda raidījumu satura veidotāji, bieži vien ne tikai no reāliem

¹⁷⁸ Ratnesh Dwivedi. "Mediatization: The Definition, The Concept and The Process in Politics and Postmodernism with Reference to The Meditization in India" *Department of Integrated Communication, National University of Higher School of Economics* (2015).

tematu ieteikumiem, bet arī no atsevišķām diskusijām par kādu tēmu (kur iesaistīta arī sabiedrība), tiek izdalītas kādas raidījuma tēmas, ko attīstīt, analizēt un izveidot uz priekšu. Piemēram, sertifikācijas papīri un to nākotne, kā arī Latgales kongress. Šīs tēmas pat netika konkrēti ieteiktas raidījuma tapšanai, bet gan tēmas izkristalizējās no sabiedrības savstarpējām diskusijām raidījuma platformā „Brīvais mikrofonis”, kā dēļ satura veidotāji saprata to, ka sabiedrībai šī tēmas interesē, līdz ar to par tām ir jāveido raidījumi.

2. Kāda ir politiķu ietekme uz raidījumu saturu?

Politiķu ietekme uz raidījumu saturu nav novērota, ja neskaita dažus atsevišķus gadījumus diviem no raidījumiem, kuriem ir nācies saskarties ar politiskā spēka vēlmi vadīt raidījuma gaitu sev vēlamā virzienā. Bet, tā kā pētniecības objekts, Latvijas Radio, ir sabiedriskais medijs, tam ir savs sabiedriskais pasūtījums no valsts, līdz ar to nekādas politiskās varas iejaukšanās nav iespējamā un pieļaujama. Tomēr kopumā raugoties un analizējot, ietekme uz raidījumu dienaskārtību no politiskā spēka puses nav novērota.

3. Kāda ir raidījumu satura ietekme uz politiku?

Raidījumu satura ietekme uz politiku ir nozīmīga, jo mediji strādā ciešā saistībā ar politisko dienaskārtību, lai varētu pēc iespējas operatīvāk nogādāt nepieciešamo informāciju sabiedrībai. Tā kā katru dienu raidījumu dienaskārtībā ir temati no politiskās vides, raidījumu ietekme uz politiku, varbūt, nav ļoti ievērojama, taču tā ir nozīmīga un savu ietekmi tā tomēr sniedz. Nav veikti dati par to, cik daudz politiskie līderi patērē medijus, jo īpaši, sabiedrisko, taču, kā norāda raidījumu saturu veidotāji, kaut kāda ietekme raidījumiem uz politiku ir, kaut vai kādas problēmas aplūkojums medijos, kas rezultātes ar likumu izmaiņām vai ar citiem politiskajiem procesiem politiskajā vidē. Piemēram, bērnu namu jautājums (vardarbība tajos un bērnu turpmākais liktenis), kā arī balsu pirkšana vēlēšanās.

4. Kāda ir raidījumu satura ietekme uz sabiedrību?

Raidījumu satura ietekme uz sabiedrību ir liela, to var secināt no sabiedrības aktivitātes komunikācijā ar mediju un katru raidījumu atsevišķi. Saturs ietekmē sabiedrību, jo, ja medijā tiek apspriesti politiski temati par, piemēram, nodokļu reformām, algām un citiem jautājumiem, kas satrauc sabiedrību, tā izsaka savu viedokli un aktīvi uzdod jautājumu arī raidījumos pieaicinātajiem viesiem un ekspertiem, no kuriem bieži vien ir arī kāds politiskais spēks. Var pat teikt, ka šādos gadījumos iepriekš pieminētā triāde „mediji – politika – sabiedrība” izpaužas

visacīmredzamāk un tiešāk, jo medijā norit diskusijas starp pašiem mediju pārstāvjiem, satura veidotājiem un politiskajiem līderiem, kā arī starp sabiedrību.

Analizējot tālāk, iezīmējas būtiskas problēmas Latvijas mediju, sabiedrības un politikas mijiedarbībā:

1. Valdības līmenī trūkst profesionalitātes dažādu valstiski svarīgu problēmu un jautājumu risināšanā, tostarp, arī valsts budžeta izskatīšanā un pieņemšanā. Piemēram, noteiktu un specifisku tēmu (ekonomika, fizika, zinātne u.c.) apspriešanā un pieņemšanā tiek iesaistīti tajās nekompetenti deputāti, kuri attiecīgās tēmas nepārzina. To apstiprina ne tikai veiktais pētījums (raidījumos pieaicināto viesu diskusijas un to izteiktie viedokļi), bet arī sabiedrības pārstāvniecība (LIZDA priekšsēdētāja Inga Vanaga) kopā ar politiskās vides pārstāvi, 12. Saeimas deputātu Mārtiņu Šicu. Likumu izskatīšana un pieņemšana bieži vien tiek veikta pavirši un nav izskatīti pietiekami rūpīgi visi punkti un iespējamās sekas, likumiem un pašam budžetam stājoties spēkā.^{179 180}

2. Saeimas sēdes, tāpat arī valsts budžeta apspriešanas un pieņemšanas sēdes pārsvarā ir formālas un „notikšanas pēc”. Tas ir gluži kā sava veida teātris – no malas izskatās un tiek parādīts, ka „es cīnos” – gan par sabiedrības interesēm, gan par labu likumu pieņemšanu, tomēr reālā situācija bieži parāda jau gadiem neatrisinātas problēmas ne tikai veselības nozarē, bet arī izglītībā un zinātnē.^{181 182}

3. Ierēdniecība un valsts pārvalde ir pārāk birokratizēta un pakļaujas stingri tikai un vienīgi tam, kas stāv rakstīts normatīvajos aktos – „burta kalpošana”. Kā norāda Šics, „ir izveidojusies tāda kā burta kalpu paaudze, kura stingri ievēros visas normatīvās normas un kontrolē, bet nav uz rezultātu orientēta. Visas šīs lietas nerada valsti par tādu, kādu mēs gribētu.”

4. Nenotiek jau esošo likumu revīzija, īpaši izglītības un zinātnes sektorā. Piemēram, augstskolu likumu normas un zinātniskās darbības likumu normas, kas nosaka kārtību, kādā jānodrošina bāzes finansējuma paaugstinājums, izstrādājot valsts budžetu. Attiecīgi, šīs normas gadiem netiek pildītas.¹⁸³

¹⁷⁹ Skatīt 7. pielikumu. Intervija ar Latvijas Izglītības un zinātnes darbinieku arodbiedrības priekšsēdētāju Ingu Vanagu.

¹⁸⁰ Skatīt 10. pielikumu. Intervija ar 12. Saeimas deputātu Mārtiņu Šicu (Latvijas Reģionu apvienība).

¹⁸¹ Skatīt 9. pielikumu. Intervija ar Sociālo lietu un sociālās drošības ekspertu Pēteri Leiškalnu.

¹⁸² Skatīt 7. pielikumu. Intervija ar Latvijas Izglītības un zinātnes darbinieku arodbiedrības priekšsēdētāju Ingu Vanagu.

¹⁸³ Turpat.

5. Un visbeidzot, visam budžetam kopumā trūkst prognozējība, līdz ar to mazinās arī sabiedrības uzticība valdības pārstāvjiem un politiķiem.¹⁸⁴ Runa ir par, piemēram, nekustamā īpašuma nodokļiem, kā arī par uzņēmējdarbības vidi (mikrouzņēmuma nodokļa paaugstināšana). Šīs nozares sabiedrībai ir ļoti aktuāls un svarīgs jautājums, uz kuru skaidras atbildes netiek sniegtas un, ja arī tiek, tad arī tā nav garantija par lietu nemainību nākotnē. Līdz ar to, tas viss ir saistīts kopā – trūkst prognozējamība – trūkst drošības sajūta – trūkst sabiedrības uzticība politiskajai videi un tādējādi tas ietekmē arī sabiedrības līdzdalību un iesaisti dažādss sabiedriski un sociāli nozīmīgos procesos, tostarp, vēlēšanās (jo īpaši), protesta akcijās, mītiņos un sabiedriskajās iniciatīvās, kas ir ne mazāk svarīgs faktors, aplūkojot triādes „mediji – politika, sabiedrība” savstarpējību. Bet šādas cēloņu un seku attiecības jau ir pavisam cits izpētes temats.

¹⁸⁴ Skatīt 10. pielikumu. Intervija ar 12. Saeimas deputātu Mārtiņu Šicu (Latvijas Reģionu apvienība).

IZMANTOTĀ LITERATŪRA UN AVOTI

1. Agenda–Setting Theory:

http://www.tcw.utwente.nl/theorieenoverzicht/Theory%20clusters/Public%20Relations%20Advertising%20Marketing%20and%20Consumer%20Behavior/Agenda-Setting_Theory.doc/;

2. An Overview of Agenda Setting Theory in Mass Communications: http://www.academia.edu/3355260/An_Overview_of_Agenda_Setting_Theory_in_Mass_Communications;

3. Basic Books, (2013). *The Associated Press Stylebook and Briefing on Media Law 2013*. New York: The Associated Press;

4. <http://www.bbc.co.uk/aboutthebbc/insidethebbc/whoweare/publicpurposes> Six public purposes and how they will be delivered;

5. Boyd, A. (2001). *Broadcast Journalism. Techniques of Radio and Television News*. Fifth Edition. Oxford: Elsevier;

6. Budžeta pieņemšana – Infografika. http://www.saeima.lv/Inf_mat/Infogr/infografika_budzeta_pienemsana.pdf

7. Budžeta izstrādes un pieņemšanas kārtība un dažādu institūciju atbildība: http://www.fm.gov.lv/lv/sadalas/valsts_budzets/

8. Budžets 2016: Nespēj vienoties par minimālās algas apmēru; izdevumi jāsamazina par vēl 12,4 miljoniem. http://www.delfi.lv/business/budzets_un_nodokli/budzets-2016-nespej-vienoties-par-minimalas-algas-apmeru-izdevumi-jasamazina-par-vel-12-4-miljoniem.d?id=46389305

9. Chantler, P., Stewart, P. (2003). *Basic Radio Journalism*. Oxford: Focal Press;

10. Clifford G Christians, Theodore Glasser, Denis McQuail, Kaarle Nordenstreng, Robert A. White (2009). *Normative Theories of the Media: Journalism in Democratic Societies*. Illinois: University of Illinois Press;

11. Croteau, D., Hoynes, W., Milan, S. (2012) *Media / Society: Industries, Images and Audiences*. California: SAGE Publications;

12. Edited by Karen Arriaza Ibarra, Eva Nowak, Raymond Kuhn, (2015). *Public Service Media in Europe. A Comparative Approach*. New York: Routledge;

13. Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likums. XII nodaļa, „Sabiedriskie elektroniskie plašsaziņas līdzekļi“, 66. pants, „Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu programmas“: <http://likumi.lv/doc.php?id=214039>;

14. Ekstrom, M., Patrona, M. (2011). *Talking Politics in Broadcast Media. Discourse Approaches to Politics, Society and Culture*. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company;

15. Erik Alb'k, Arjen van Dalen, Nael Jebril, Claes H. de Vreese (2014). *Journalism in Comparative Perspective*. New York: Cambridge University Press;

16. Esser, F., Strömbäck, J. (2014). *Mediatization of Politics: Understanding the Transformation of Western Democracies*. New York: Palgrave Macmillan;

17. Exoo, Calvin F. (2010). *The Pen and the Sword: Press, War, and Terror in the 21st Century*. California: Sage Publications;

18. Franklin, B., Hamer, M., Hanna, M., Kinsey, M., Richardson, J., E., (2005). *Key Concepts in Journalism Studies*. London: Sage Publications Ltd;

19. Fleming, C. (2002). *The Radio Handbook*. Second edition. London: Routledge;

20. Geller, V. (2007). *Creating Powerful Radio*. London: Focal Press;

21. Gibson, R. (1991). *Radio and Television Reporting*. Needham Heights: Allyn and Bacon;

[XQAhVHkywKHUcmBfcQ6AEIQDAG#v=onepage&q=politics%20in%20media&f=false](http://www.integration.lv/uploads/files/informativie-materiali/mediji_un_daudzveidiba.pdf);

43. Mazzoleni, G., Schulz, W. „Mediatization” of Politics: A Challenge for Democracy? ”;
44. Mediji un daudzveidība: http://www.integration.lv/uploads/files/informativie-materiali/mediji_un_daudzveidiba.pdf (2011). Latvijas Cilvēktiesību centrs;
45. McCauley, P. M. (2003). *Public Broadcasting and the Public Interest*. New York: M. E. Sharpe, Inc;
46. McDougall, J. (2012). *Media Studies. The basics*. Abingdon: Routledge;
47. McLeish, R. (2005). *Radio production. Fifth edition*. Oxford: Focal Press. Izgūts no:
https://books.google.lv/books?id=JzJJ6kg3hLUC&pg=PA14&dq=radio+types&hl=en&sa=X&ei=gSZzVbn0KYepsAGvpIGIBg&redir_esc=y#v=onepage&q=radio%20types&f=false;
48. <http://m.likumi.lv/doc.php?id=36673> VII nodaļa. Latvijas Radio, Latvijas Televīzija un Latvijas valsts radio un televīzijas centrs. 61.pants. Latvijas Radio un Latvijas Televīzijas finansēšana;
49. <http://m.likumi.lv/doc.php?id=36673> VII nodaļa. Nacionālais pasūtījums;
50. McQuail, D. (2003). *Media accountability and freedom of publication*. New York: Oxford University Press Inc;
51. McNair, B. (2011). *An Introduction to Political Communication*. New York: Routledge;
52. Norris. P. (1997). *Politics and the Press. The News Media and Their Influences. Introduction: The Rise of Postmodern Political Communications?* London: Lynne Rienner Publishers, Inc. Izgūts no:
https://books.google.lv/books?id=gn7gTOuVGWIC&printsec=frontcover&dq=media+influence+on+politics&hl=en&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false;
53. http://neplpadome.lv/lv/assets/documents/Lemumi/28.01.2016_lemums_18_LR_S_P_2016.pdf Latvijas Radio kanālu satura un tēmu prioritātes. Sabiedriskais pasūtījums 2016;
54. Ombudu – visiem medijiem vai tikai sabiedriskajiem? <http://www.lsm.lv/raksts/latvija/zinas/ombudu-visiem-medijiem-vai-tikai-sabiedriskajiem.a203027/>;
55. Par Latvijas mediju politikas pamatnostādņēm 2016. – 2020. gadam. 1. Pamatnostādņu kopsavilkums: <https://likumi.lv/doc.php?id=286455>;
56. Par Latvijas mediju politikas pamatnostādņēm 2016. – 2020. gadam. 2. Politikas mērķis un rīcības virzieni: <https://likumi.lv/doc.php?id=286455>;
57. Raidījums „Pēcpusdiena”. SKDS pētījums: Mazinās cilvēku uzticība valsts institūcijām, medijiem un politiķiem: <http://lr1.lsm.lv/lv/lr/arhivs/?uri=lv/lr/arhivs/&channel=1&d=28&m=12&y=2016&page=1>;
58. Raidījums „Pusdiena”: <http://lr1.lsm.lv/lv/lr1/raidijumi/pusdiena/>;
59. Raidījums „Dienas notikumu apskats”: <http://lr1.lsm.lv/lv/lr1/raidijumi/dienas-notikumu-apskats/>;
60. Ratnesh Dwivedi. "Mediatization: The Definition, The Concept and The Process in Politics and Postmodernism with Reference to The Meditization in India" *Department of Integrated Communication, National University of Higher School of Economics* (2015);

61. Sabiedriskais pasūtījums 2016. Latvijas Radio kanālu satura un tēmu prioritātes: http://neplpadome.lv/lv/assets/documents/Lemumi/28.01.2016_lemums_18_LR_SP_2016.pdf;
62. Saeima akceptē nākamā gada valsts budžetu. <http://www.lsm.lv/lv/raksts/ekonomika/zinas/saeima-akcepte-nakama-gada-budzhetu.a110628/>;
63. Seethaler, J., Melischek, G. (2014). Phases of Mediatization: *Empirical evidence from Austrian election campaigns since 1970*. Taylor&Francis Online;
64. Seymour Martin Lipset, Jason M. Lakin (2004). *The Democracy Century*. Oklahoma: University of Oklahoma Press. Izgūts no: https://books.google.lv/books?id=adE09eMgVjsC&pg=PA19&dq=democracy+definition&hl=en&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=democracy%20definition&f=false;
65. Skaidrīte Lasmane: Kāda ir mediju vara Latvijā? <http://www.delfi.lv/news/national/politics/skaidrite-lasmane-kada-ir-mediju-vara-latvija.d?id=18856346>;
66. Street, J. (2011). *Mass Media, Politics and Democracy: Second Edition*. London: Palgrave Macmillan;
67. The New York Times on the web. By Douglas A. Sylva: <http://www.nytimes.com/books/97/05/18/bib/970518.rv114854.html>;
68. Touraine, A. (1997). *What Is Democracy?* Colorado: Westview press. Izgūts no: https://books.google.lv/books?id=qEu-laNXbc4C&printsec=frontcover&dq=what+is+democracy&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwi3877C08bQAhWFDSwKHSrFD_YQ6AEIGjAA#v=onepage&q=what%20is%20democracy&f=false;
69. Understanding Media. The Medium is the Message. <http://www.cyberchimp.co.uk/U75102/massage.htm>;
70. Valsts budžets. Budžeta struktūra: http://www.fm.gov.lv/lv/sadalas/valsts_budzets/;
71. Valsts budžets. Kā veidojas budžeta ieņēmumi? http://www.fm.gov.lv/lv/sadalas/valsts_budzets/;
72. Warner, C., Buchman, J. (1992). *Broadcast and Cable Selling*. Updated Second Edition. California: Wadsworth Publishing Company;
73. Wingfield, Nesbitt – Larking, P. (2007). *Politics, Society and Media*. Second Edition. Ontario: Broadview press;
74. Wolfsfeld, G., (2011). „*Making Sense of Media and Politics: Five Principles in Political Communication*”. New York: Routledge;
75. 2017. gada budžeta veidošana: uzņēmēju organizācijas norāda – iet kā pa celmiem: <http://lr1.lsm.lv/lv/raksts/aktualais-temats/2017.-gada-budzeta-veidosana-uznemeju-organizacijas-norada-iet-k.a74726/>

PIELIKUMI

14. jūlijs

Nr.p.k	Tēma	Ilgums	Viesi	Brīvais mikrofons (temati)
1.	Nauda veselības aprūpei: meklēt valsts budžetā vai sakārtot sistēmu iekšienē?	39:00	Anda Čakša, Veselības ministre; Ingrīda Circene, bijusī Veselības ministre; Aija Barča, Saeimas Sociālo un darba lietu komisijas vadītāja; Mārtiņš Šics, Saeimas veselības apakškomisijas deputāts.	Veselības iestāžu pārbaude; veselības sistēma valstī – tās problēmas; jauno ārstu apmācīšana.

4. augusts

Nr.p.k	Tēma	Ilgums	Viesi	Brīvais mikrofons (temati)
1.	Žurnālisti un klausītāji izvaicā finanšu ministri Danu Reiznieci – Ozolu.	39:00	Dana Reizniece – Ozola, Finanšu ministre; Madara Fridrihsone, LR žurnāliste; Inese Helmane, Latvijas Vēstnesis žurnāliste.	Par valsts valodu; par ieejas stāvokli poliklīnikā; valsts nesakārtotība; Koļegovas pielaides nepiešķiršana valsts noslēpumam.

5. augusts

Nr.p.k	Tēma	Ilgums	Viesi	Brīvais mikrofons (temati)
1.	Iekšpolitikas un ārpolitikas aktualitātes žurnālistu skatījumā.	39:00	Indra Sprance, „Ir” žurnāliste; Guntis Bojārs, LTV1 žurnālists; Igoris Vatoļins, žurnālists; Māris Zanders, „Diena” žurnālists.	Koļegovas pielaide valsts noslēpumam; par Olimpiskajām spēlēm; pensiju sistēma; par aizsardzības budžetu; valsts nesakārtotība un noziedzība; jaunā VID vadītājas kandidāte; airētāji uz Riodežaneiro Olimpiskajām spēlēm; par sportistiem; Āfrikas cūku mēris; par Donaldu Trampu.

12. augusts

Nr.p.k	Tēma	Ilgums	Viesi	Brīvais mikrofons (temati)
1.	Iekšpolitikas un ārpolitikas aktualitātes žurnālistu skatījumā.	39:00	Kārlis Streips, LR1 žurnālists; Guntis Meisters, TV3 žurnālists; Baiba Lulle, NRA žurnāliste; Atis Rozentāls, „Diena” žurnālists.	Par sabiedriskās televīzijas pārraidēm; par eiroparlamentāriešiem; par sabiedriskā transporta pieturām; Godmanis kā jaunais VID priekšnieks; par Olimpisko spēļu pārraidīšanu; ieteikums Kultūras Rondo raidījumam; VID un Koļegova; par Barona ielas stāvokli.

16. septembris

Nr.p.k	Tēmas	Ilgums	Viesi	Brīvais mikrofons (temati)
1. 2.	Aktualitātes žurnālistu skatījumā Retās saslimšanas: Valsts finansējuma trūkst. Kā palīdzēt cilvēkiem?	54:00	Baiba Strautmane, žurnāliste; Kārlis Streips, LR1 un TV24 žurnālists; Andris Skride, kardiologs; Rūta Dimante, Ziedot.lv vadītāja; Egīta Pole, Veselības ministrijas valsts sekretāra vietniece.	Samaksa par vasarnīcām; par „Saskaņas” ziedotājiem; par dzemdību nama noformējumu; par elektrības tarifiem; Lielo kapu jautājums; par žurnālistu objektivitāti; Rūdolfa Plēpja veselības stāvoklis; banku naudas atmazgāšana.

19. septembris

Nr.p.k	Tēma	Ilgums	Viesi	Brīvais mikrofons (temati)
1.	Kādas „zāles” nepieciešamas Latvijas veselības aprūpes sistēmai?	54:00	Anda Čakša, Veselības ministre; Pēteris Apinis, Latvijas Ārstu biedrības prezidents; Solvita Olsena, Latvijas Universitātes Medicīnas fakultātes docente un Eiropas Veselības aprūpes tiesību asociācijas prezidente; Jevgēņijs Kalējs, Latvijas Slimnīcu biedrības priekšsēdētājs; Agnese Dagile, Eiropas komisijas pārstāvniecības Latvijā ekonomikas padomniece.	Par cilvēku gēniem; deputātu kvotas; nepareiza naudas izlietošana veselības ministrijā; pilsonība un latvietība; par Nacionālo apvienību; kvotu sistēma valstī; par protēzēm un izmeklējumiem; Latvijas izsaimniekošana – iespējama atdošana Krievijai? Problēmas valsts nozarē; tautības un pilsoņu pases.

25. novembris

Nr.p.k	Tēmas	Ilgums	Viesi	Brīvais mikrofons (temati)
1. 2.	Tālivaldis Vectirāns: Autotransporta ekspluatācijas nodoklis ar laiku pieaug visiem Iekšpolitikas aktualitātes žurnālistu skatījumā.	54:00	Māra Lībeka, Latvija Avīze; Māris Zanders, „Diena”; Tālivaldis Vectirāns, Satiksmes ministrijas Autosatiksmes departamenta direktors.	Par aptieku biznesu; bērnu tiesību aizsardzības vadītāja; kvotu sistēma; par valsts prezidentu; jaunais Skanstes tramvajs; par Latvijas Pasta nekārtībām; interneta ātrums un datoru kvalitāte Latvijas Nacionālajā bibliotēkā; par pensionāriem.

30. novembris

Nr.p.k	Tēma	Ilgums	Viesi	Brīvais mikrofons (temati)
1.	Iekšlietu ministrs Rihards Kozlovskis: 2017. gada budžets – atalgojumam un attīstībai.	54:00	Rihards Kozlovskis, Iekšlietu ministrs; Inga Šņore, LTV raidījuma De Facto žurnāliste; Gatis Suhoveckis, LNT žurnālists.	E-veselības sistēma; personas datu aizsardzība; deputātu skaits Saeimā; Lielo pilsētu asociācija; par ebreju genocīdu; par Godmaņa darbu.

9. decembris

Nr.p.k	Tēmas	Ilgums	Viesi	Brīvais mikrofons (temati)
1. 2.	Grūstīšanās ap mikrouzņēmuma nodokli ir kļuvusi nepatīkama. Budžets. Nodokļi. Notikumus vērtē žurnālisti Nellija Ločmele un Ingus Bērziņš.	53:42	Ingus Bērziņš, portāla „Delfi” galvenais redaktors; Elīna Egle, Latvijas Biznesa savienības padomes priekšsēdētāja; Pēteris Leiškalns, LDDK Sociālo lietu un sociālās drošības eksperts; Lienīte Caune, LTRK viceprezidente; Nellija Ločmele, žurnāla „Ir” galvenā redaktore.	ZZS vara Latvijā un, ko ar to darīt; e-veselības problēmas; par pensijām un nodokļiem; viesstrādnieku algas; mikrouzņēmuma nodoklis.

29. decembris

Nr.p.k	Tēma	Ilgums	Viesi	Brīvais mikrofons (temati)
1.	Veselības ministre Anda Čakša par rindām, slimnīcām un nozari kopumā.	39:00	Anda Čakša, Veselības ministre; Inga Pāpārde, NRA; Liene Barisa, LTV.	Par Simtgades svinībām; reklāmu skaļums televīzijā; par Čekas maisiem; Taize pasākums; par tikšanu pie ārstiem no reģioniem; cilvēku sociālā aizsardzība.

30. decembris

Nr.p.k	Tēma	Ilgums	Viesi	Brīvais mikrofons (temati)
1.	2016. gada tendences sabiedriski politiskajos procesos.	39:00	Arnis Kaktiņš, SKDS sociologs; Tālis Tīsenkopfts, sociologs; Ivars Ījabs, politologs; Ilga Kreituse, politoloģe.	Gada cilvēka nominācija; nauda maznodrošinātajiem cilvēkiem; par sportistu finansēšanu olimpiādē no nodokļu maksātāju naudas; tikšana pie kvalificētajiem speciālistiem.

2. augusts

Nr.p.k	Tēmas	Ilgums	Dalībnieki	Sabiedrības iesaiste
1. 2. 3. 4.	ASV uzlidojumi Lībijā turpināsies konsultējoties ar jauno vietējo valdību; Venecuēlā opozīcija sper soli ceļā uz prezidenta Maduro atstādināšanu; Valdība sāks skatīt valsts budžeta prognozes nākamajiem gadiem; Rēzeknē ieviesīs pilsētnieka un skolēna karti.	30:00	Gints Amoliņš, LR žurnālists Uģis Lībietis, LR žurnālists Gunārs Valdmanis, LR žurnālists; Mārtiņš Kazāks, Fiskālās disciplīnas padomes loceklis un Swdbank galvenais ekonomists Karīna Važnaja, LR žurnāliste; Viktors Barcovs, SIA Rēzeknes Satiksme IT inženieris; Valentīna Šidlovska, Rēzeknes Poļu ģimnāzijas direktore.	Zvans / e-pasts uz radio / studiju; Bērnu vecāki; Rēzeknes iedzīvotāji

3. augusts

Nr.p.k	Tēma	Ilgums	Dalībnieki	Sabiedrības iesaiste
1.	Bērnu slimnīca cīņā pret nemaksātājiem iesaista parādu piedzinēju;	29:55	Laura Dzērve, LR žurnāliste; Ināra Bluķe, Bērnu slimnīcas valdes locekle; Lāsma Sīle, Stradiņu slimnīcas pārstāve; Mārtiņš Vilcāns, Austrumu slimnīcas pārstāvis	Zvans / e-pasts uz radio / studiju
2.	Ziemeļkorejas izmēģinājums ar			
3.	ballistisko raķeti pastiprina starptautisko saspīlējumu;			
4.	Deputātiem kopumā nav lielu iebildumu pret nākamā gada budžeta prioritātēm, bet bažas par tā efektivitāti;			
4.	Sīrijas armija ar Krievijas gaisa spēku atbalstu turpina uzbrukumu Alepo.		Gints Amoliņš, LR žurnālists	
			Gunārs Valdmanis, LR žurnālists; Igoris Piminovs, Saskaņa; Mārtiņš Bondars, Latvijas Reģionu apvienība; Ingunas Sudraba, No sirds Latvijai; Vilnis Ķirsis, Vienotība	Zvans / e-pasts uz radio / studiju
			Uģis Lībietis, LR žurnālists.	

8. augusts

Nr.p.k	Tēmas	Ilgums	Dalībnieki	Sabiedrības iesaiste
1.	Valdība šonedēļ turpina diskutēt, kā palielināt budžeta ieņēmumus;	30:00	Gunārs Valdmanis, LR žurnālists;	Zvans / e-pasts uz radio / studiju
2.	Erdogans: Ja cilvēki vēlas nāvēssodu, partijām jāseko tautas vēlmēm;		Dana Reizniece – Ozola, Finanšu ministre;	
3.	Beļģijas premjers: Pēc uzbrukuma policijas iecirknim jābūt modriem un jāsaģlabā vēss prāts.		Pēteris Leiškalns, Latvijas Darba devēju konfederācijas pārstāvis	
			Radžeps Tajips Erdogans, Turcijas prezidents	Zvans / e-pasts uz radio / studiju
			Artjoms Konohovs, LR korespondents Briselē; Šarls Mišels, Beļģijas premjers.	

31. oktobris

Nr.p.k	Tēmas	Ilgums	Dalībnieki	Sabiedrības iesaiste
1.	Saeima sākusi budžeta izskatīšanu, likuma grozījumu skatīs steidzamības kārtā;	30:00	Gunārs Valdmanis, LR žurnālists; Ivars Zariņš, Saskaņa; Vilnis Ķīsis, Vienotība; Valērijs Agešins, Saskaņas frakcijas vadītāja vietnieks;	Zvans / e-pasts uz radio / studiju;
2.	Studenti no visas Latvijas pieprasa lielāku valsts finansējumu augstākajai izglītībai;		Annija Petrova, LR žurnāliste; Maira Belova, Latvijas Studentu apvienības prezidente;	Intervijas ar studentiem
3.	VARAM: Skanstes tramvaja līnijai vajadzīga publiskā apspriešana		Laura Mihailova, LU PPMF studente; Tālis Jūhne, RTU zinātņu prorektors; Dana Reizniece – Ozola, Finanšu ministre	
4.	Noslēgtais līgums starp ES un Kanādu ir solis uz priekšu, bet vēl daudz priekšā;		Māra Rozenberga, LR žurnāliste; Sandra Kalniete, Vienotība; Emīls Jakrins, Rīgas Domes Satiksmes departamenta priekšnieks	
5.	Moldovas prezidenta vēlēšanās būs nepieciešama otrā kārtā.		Ina Strazdiņa, LR korespondente Briselē; Donalds Tusks, Eiropadomes priekšsēdētājs	Zvans / e-pasts uz radio / studiju

			Uģis Lībietis, LR žurnālists.	
--	--	--	-------------------------------	--

23. novembris

Nr.p.k	Tēmas	Ilgums	Dalībnieki	Sabiedrības iesaiste
1.	Valsts budžets, visdrīzāk, tiks pieņemts – deputātus pie Saeimas šorīt sagaida piketētāji;	30:00	Māris Klūga, LR žurnālists; Jānis Vucāns, Saeimas budžeta un finanšu nodokļu komisijas priekšsēdētājs, ZZS;	Zvans / e-pasts uz radio / studiju; Intervijas ar cilvēkiem
2.	Par aizdomīgiem klientu darījumiem „Swedbank” piemēro 1,4 miljonu eiro sodu;		Ingūna Sudraba, No sirds Latvijai; Arvils Ašeradens, Ekonomikas ministrs; Māris Kučinskis, Premjerministrs	
3.	EP balsos par Turcijas iestāšanās sarunu iesaldēšanu;		Gunārs Valdmanis, LR žurnālists; Laima Auza, Finanšu un Kapitāla tirgus komisijas pārstāve; Reinis Rubenis, Swedbank valdes priekšsēdētāja pienākumu izpildītājs	Zvans / e-pasts uz radio / studiju
4.	Kolumbijā parakstīs jaunu miera līgumu 50 gadus ilgā pilsoņu kara izbeigšanai.		Ina Strazdiņa, LR korespondente Briselē; Manfrēds Vēbers, EP Eiropas tautas partijas vadītājs; Džanni Pitella, Sociālistu frakcijas līderis; Federika Mogerīni, ES augstā ārlietu pārstāve Uģis Lībietis, LR žurnālists;	

			Huans Manuels Santoss. Kolumbijas prezidents.	
--	--	--	---	--

19. decembris

Nr.p.k	Tēmas	Ilgums	Dalībnieki	Sabiedrības iesaiste	
1.	Latvijas kokrūpnieks Ukrainā jau ilgstoši saskaras ar draudiem un korupciju;	30:00	Gunārs Valdmanis, LR žurnālists; Andris Priednieks, kokapstrādes uzņēmējs Ukrainā; Juris Poikāns, Latvijas vēstnieks Ukrainā	Zvans / e-pasts uz radio / studiju	
2.	Konceptuāli sadalīti 34 miljoni veselības aprūpei; ministres sapnis; centralizētās rindas;		Vita Anstrate, LR žurnāliste;		
3.	Pēc NATO un Krievijas sarunām būtiskas pārmaiņas starptautiskajās attiecībās neparedz;		Anda Čakša, Veselības ministre		
4.	No Sīrijas evakuēti vairāki tūkstoši cilvēku; ANO uz Alepo plāno nosūtīt novērotājus.		Gunita Berķe, onkoloģisko pacientu atbalsta biedrības „Dzīvības koks” vadītāja		
			Ina Strazdiņa, LR korespondente Briselē;		
			Gints Amoliņš, LR žurnālists.		

3. pielikums. Raidījuma „Dienas notikumu apskats” analīze.

2. augusts

Nr.p.k	Tēmas	Ilgums	Dalībnieki	Sabiedrības iesaiste
1. 2. 3.	<p>Valdība sākusi aktīvo darbu pie nākamā gada valsts budžeta;</p> <p>Britu izvirzītajam kandidātam Kingam tiks piedāvāts terorisma un drošības komisāra amats;</p> <p>VP sākusi kriminālprocesu par iespējamiem noziedzīgiem nodarījumiem Rīgas brīvostā.</p>	15:00	<p>Gunārs Valdmanis, LR žurnālists; Dana Reizniece – Ozola, Finanšu ministre; Pēteris Leiškalns, Latvijas Darba devēju konfederācijas pārstāvis; Jānis Platais, Fiskālas disciplīnas padomes vadītājs</p> <p>Artjoms Konohovs, LR korespondents Briselē; Mina Anrejeva, EK preses sekretāre</p> <p>Dairis Aņočins, VP pārstāvis</p>	<p>Zvans / e-pasts uz radio / studiju</p>

10. augusts

Nr.p.k	Tēma	Ilgums	Dalībnieki	Sabiedrības iesaiste
1.	Augulis pieļauj iespēju aizņemties ceļu pārbūvei un atjaunošanai;	15:00	Māris Klūga, LR žurnālists; Uldis Augulis, Satiksmes ministrs; Andris Bērziņš, Latvijas Ceļu Būvētājs, valdes priekšsēdētājs; Jolanta Plūme, Finanšu ministrijas valsts sekretāra vietniece	Zvans / e-pasts uz radio / studiju
2.	Budžets 2017: Lielākās domstarpības par minimālās algas pieauguma apmēru.		Madara Fridrihsone, LR žurnāliste; Māris Kučinskis, premjerministrs; Raivis Dzintars, Nacionālā apvienība;	

16. augusts

Nr.p.k	Tēma	Ilgums	Dalībnieki	Sabiedrības iesaiste
1.	Budžets 2017: Cels tiesu darbinieku atalgojumu, par policistu algām vēl lems;	15:00	Gunārs Valdmanis, LR žurnālists; Dana Reizniece – Ozola, Finanšu ministre;	Zvans / e-pasts uz radio / studiju
2.	Krievija sāks uzbrukumus Sīrijai no bāzes Irānā		Māris Kučinskis, Premjers Gints Amoliņš, LR žurnālists.	

21. septembris

Nr.p.k	Tēma	Ilgums	Dalībnieki	Sabiedrības iesaiste
1.	Plašā veselības nozares konferencē vēl nevienojas par virzienu veselības finansēšanai;	30:00	Vita Anstrate, LR žurnāliste; Anda Čakša, Veselības ministre; Tamāšs Evetovics, Pasaules Veselības organizācijas pārstāvis; Māris Rēvalts, Veselības aprūpes un Darba devēju asociācijas valdes priekšsēdētājs	Zvans / e-pasts uz radio / studiju
2.	Aizritējis pirmais lasījums par ĢMO kultūraugu audzēšanas aizliegumu Latvijā;		Sintija Ambote, LR žurnāliste; Ringolds Arnītis, Zemkopības ministrijas parlamentārais sekretārs; Sniedze Sprūģe, Pašvaldību savienības padomniece Lauku attīstības jautājumos;	
3.	Darba devēji: Darba tirgū ienāk nepietiekami daudz jauno speciālistu;		Inguna Sudraba, No sirds Latvijai; Ingmārs Līdaka, ZZS	Zvans / e-pasts uz radio / studiju
4.	Eiropas Komisija vairs nevēlas ierobežot bezmaksas viesabonēšanas apjomus.		Annija Petrova, LR žurnāliste; Pēteris Leiškalns, Latvijas Darba devēju konfederācijas pārstāvis; Anita Līce, Izglītības un nodarbinātības jomas vadītāja; Kaspars Kauliņš, Ārvalstu investoru padomes pārstāvis	

			Artjoms Konohovs, LR korespondents Briselē; Andrs Ansips, EK priekšsēdētāja vietnieks.	
--	--	--	---	--

13. oktobris

Nr.p.k	Tēma	Ilgums	Dalībnieki	Sabiedrības iesaiste
1.	Jūrmalas mēru Truksni gāž no amata;		Edgars Kupčs, LR žurnālists; Gatis Truksnis, bijušais Jūrmalas mērs;	
2.	Valdība apstiprina un nodos Saeimai nākamā gada budžetu;	30:00	Larisa Loskotova, Saskaņa	Zvans / e-pasts uz radio / studiju
3.	ES un Baltkrievija pastiprināti sadarbosies nelegālās imigrācijas novēršanā;		Gunārs Valdmanis, LR žurnālists; Dana Reizniece – Ozola, Finanšu ministre;	
4.	Divus gadus pēc asiņainajiem Maidana notikumiem vēl nav zināms vainīgais.		Jānis Endziņš, Latvijas Tirdzniecības un Rūpniecības kameras vadītājs Artjoms Konohovs, LR korespondents Briselē; Roberts Kalinaks, Slovākijas Iekšlietu ministrs; Dimitris Avramopuls, ES Iekšlietu un migrācijas komisārs Uģis Lībietis, LR žurnālists; Arsēnijs Jaceņuks, viens no Maidana līderiem.	Zvans / e-pasts uz radio / studiju

17. oktobris

Nr.p.k	Tēma	Ilgums	Dalībnieki	Sabiedrības iesaiste
1.	Saeima sāk darbu pie nākamā gada valsts budžeta;	30:00	Gunārs Valdmanis, LR žurnālists; Inguna Sudraba, No sirds Latvijai; Mārtiņš Bondars, Latvijas Reģionu apvienība;	Zvans / e-pasts uz radio / studiju
2.	Koalīcija vienojas VID Iekšējās drošības dienestu nodot finanšu ministra pārraudzībā;		Ingars Eriņš, Fiskālās disciplīnas padomes vadītāja vietnieks; Dana Reizniece – Ozola, Finanšu ministre;	
3.	Kavējas Stradiņa slimnīcas jaunā korpusa darbu nodošana pasūtītājam;		Māris Klūga, LR žurnālists; Edgars Putra, Finanšu ministrijas parlamentārais sekretārs, ZZS; Edvards Smiltēns, Vienotība; Andrejs Judins, Vienotība;	
4.	Pašlaik ES neapsver jaunu sankciju piemērošanu Krievijai par tās rīcību Sīrijā;		Sintija Ambote, LR žurnāliste; Lāsma Sīle, Stradiņa slimnīcas pārstāve; Valdis Koks, Pilnsabiedrības SBRE vadītājs.	
5.	Ukrainas austrumos sprādzienā nogalināts viens no kaujinieku komandieriem.		Hardijs Ventnieks, LR žurnālists; Federika Mogerīni, Augstā pārstāve ārlietās; Žans Aselbaoms, Luksemburgas ārlietu ministrs	

			Uģis Lībietis, LR žurnālists; Aleksandrs Zaharčenko, Doņeckas republikas līderis.	
--	--	--	---	--

25. oktobris

Nr.p.k	Tēmas	Ilgums	Dalībnieki	Sabiedrības iesaiste
1.	Eiroparlaments vēlas regulāri pārbaudīt ES valstu atbilstību demokrātijas vērtībām;	30:00	Artjoms Konohovs, LR korespondents Briselē; Sofija Intfelte, Liberāldemokrātu grupas priekšsēdētāja vietniece; Žils Lebritons, Francijas Nacionālā fronte;	Zvans / e-pasts uz radio / studiju
2.	Bezmaksas virszemes TV apraides uzlabošanai 2018. gadā varētu prasīt 400 000 eiro;		Kazimirs Ujezdovskis, Polijas valdošās partijas „Likums un taisnīgums” deputāts EP; Franks Timermans, EK pirmais priekšsēdētāja vietnieks	
3.	Valdība vēl nevienojas par finansējuma palielināšanu augstākajā izglītībā.		Māris Klūga, LR žurnālists; Jānis Bokta, Valsts televīzijas un radio centra valdes priekšsēdētājs; Dace Ķezbere, NEPLP valdes priekšsēdētāja Vita Anstrate, LR žurnāliste; Kārlis Šadurskis, Izglītības un zinātnes ministrs; Maira Belova, Studentu apvienības pārstāve.	Zvans / e-pasts uz radio / studiju; studenti

31. oktobris

Nr.p.k	Tēmas	Ilgums	Dalībnieki	Sabiedrības iesaiste
1. 2. 3.	Saeima konceptuāli atbalstījusi 2017. gada valsts budžetu; Turcijas policija apsūdz opozīcijas žurnālistus jūlijā notikušajā apvērsuma mēģinājumā; Pēc zemestrīces Itālijas vidienē piedzīvoti pēcgrūdieni	30:00	Gunārs Valdmanis, LR žurnālists; Igoris Pimenovs, Saskaņa; Mārtiņš Bondars, Latvijas Reģionu apvienība; Māris Kučinskis, Premjers Gints Amoliņš, LR žurnālists; Ina Strazdiņa, LR korespondente Briselē	Zvans / e-pasts uz radio / studiju

1. novembris

Nr.p.k	Tēmas	Ilgums	Dalībnieki	Sabiedrības iesaiste	
1.	VID vadītāja amata konkursā tālāk virza Ilzi Cīruli;	30:00	<p>Annija Petrova, LR žurnāliste; Mārtiņš Krieviņš, Valsts Kancelejas direktors;</p> <p>Līga Meņģelsone, Latvijas Darba devēju konfederācijas direktore; Jānis Endziņš, Latvijas Tirdzniecības un rūpniecības kameras vadītājs; Arno Pjatkins, Finanšu ministres pārstāvis</p> <p>Laura Dzērve, LR žurnāliste; Anda Čakša, Veselības ministre; Jānis Reirs, Labklājības ministrs; Ilze Aizselniece, ģimenes ārste Ina Strazdiņa, LR korespondente Briselē; Fransuā Olands, Francijas prezidents</p> <p>Artjoms Konohovs, LR korespondents Briselē.</p>	<p>Zvans / e-pasts uz radio / studiju</p> <p>Zvans / e-pasts uz radio / studiju</p>	
2.	Papildu 7 miljoni eiro rindas pie vairākiem speciālistiem saīsinās par 30%;				
3.	Bažījas par jaunu „Džungļu” izveidi pie Kalē;				
4.	Krievija aptur jaunu Sīrijas miera sarunu sākšanu.				

3. novembris

Nr.p.k	Tēmas	Ilgums	Dalībnieki	Sabiedrības iesaiste
1. 2. 3. 4.	<p>Vācijas, Nīderlandes un Luksemburgas pašvaldības AES dēļ sūdzēs tiesā Beļģiju;</p> <p>Kultūras ministrija sola izpildīt ZZS prasības mediju politikas dokumentā</p> <p>Deputāti iecerējuši novirzīt aptuveni 10 miljonus eiro sporta infrastruktūrai;</p> <p>Lielbritānijas valdība nevar oficiāli pieprasīt izstāties no ES bez parlamenta piekrišanas.</p>	30:00	<p>Ina Strazdiņa, LR korespondente Briselē;</p> <p>Edgars Kupčs, LR žurnālists; Armands Krauze, ZZS; Dace Melbārde, Kultūras ministre; Jānis Vītoliņš, Ventpils Domes priekšsēdētāja vietnieks</p> <p>Māris Klūga, LR žurnālists; Jānis Upenieks, Saeimas Izglītības, kultūras un zinātnes komisijas Sporta apakškomisijas vadītājs, ZZS; Gaidis Bērziņā, NA līdzpriekšsēdētājs; Augusts Brigmanis, ZZS frakcijas vadītājs; Dana Reizniece – Ozola, Finanšu ministre</p> <p>Artjoms Konohovs, LR korespondents Briselē; Džina Millere, Investīciju menedžere; Liams Fokss, Lielbritānijas Starptautiskās tirdzniecības ministrs</p>	<p>Zvans / e-pasts uz radio / studiju</p> <p>Zvans / e-pasts uz radio / studiju</p>

			Naidžels Farāžs, Apvienotās Karalistes Neatkarības partijas līderis.	
--	--	--	--	--

16. novembris

Nr.p.k	Tēmas	Ilgums	Dalībnieki	Sabiedrības iesaiste
1. 2. 3. 4. 5. 6. 7.	<p>EK neiebilst pret Latvijas nākamā gada budžetu; piesardzīga par IKP izaugsmi; Latvijai nav pamata uzskatīt, ka tā būtu nopietni iekavējusi ES fondu līdzekļu apguvi;</p> <p>Valsts kontrolei kritiski secinājumi par valsts kapitāldaļu pārvaldību;</p> <p>Valdības sēde Liepājā: fokusā – militārā bāze, cietums un transporta jautājumi;</p> <p>Krievija izstājas no Starptautiskās krimināltiesas pēc Krimas okupācijas atzinuma;</p> <p>Pasaulē teroraktos bojāgājušo skaits pērn samazinājies; OECD valstīs – pieaudzis 6 reizes; Saeima atbalsta lojalitātes grozījumus Izglītības likumā.</p>	30:00	<p>Artjoms Konohovs, LR korespondents Briselē;</p> <p>Gunārs Valdmanis, LR žurnālists; Armands Eberhards, Finanšu ministrijas valsts sekretāra vietnieks; Reinis Bērziņš, Attīstības finanšu institūcijas Altum vadītājs</p> <p>Madara Fridrihsone, LR žurnāliste; Valērijs Stūris, Valsts kontroles pārstāvis; Ieva Jaunzeme, Ekonomikas ministrijas administrācijas vadītāja; Andris Bērziņš, Publisko izdevumu un revīzijas komisijas priekšsēdētājs; Andris Grafs, Baltijas Kooperatīvās pārvaldības institūta pārstāvis</p> <p>Inga Ozola, LR žurnāliste; Uldis Sesks, Liepājas mērs; Uldis Augulis, Satiksmes ministrs; Arvils Ašeradens, Ekonomikas ministrs</p>	<p>Zvans / e-pasts uz radio / studiju</p> <p>Zvans / e-pasts uz radio / studiju</p>

		<p>Uģis Lībietis, LR žurnālists; Karina Muskaļenko, Advokātu komitejas Cilvēktiesību aizstāvībai pārstāve</p> <p>Gints Amoliņš, LR žurnālists</p> <p>Māris Klūga, LR žurnālists; Kārlis Šadurskis, Izglītības un zinātnes ministrs; Inga Vanaga, Latvijas Izglītības un zinātnes darbinieku arodbiedrības priekšsēdētāja; Inita Juhņeviča, Izglītības kvalitātes valsts dienesta vadītāja</p>	
--	--	---	--

22. novembris

Nr.p.k	Tēmas	Ilgums	Dalībnieki	Sabiedrības iesaiste
1.	<p>Sarunas par Kipras atkalapvienošanu noslēdzas bez rezultāta; Lietuvas Seims apstiprina Skverneli premjera amatā;</p> <p>Aizsardzības ministrs NBS komandiera amatam virza Leonīdu Kalniņu;</p> <p>Valsts budžets 2017: Koalīcija sola nelikt šķēršļus tā pieņemšanā</p>	30:00	<p>Uģis Lībietis, LR žurnālists;</p> <p>Gints Amoliņš, LR žurnālists; Sauļus Skvernelis, Lietuvas Premjers; Justas Šireika, Lietuvas politologs</p> <p>Gunārs Valdmanis, LR žurnālists; Raimonds Bergmanis, Aizsardzības ministrs; Leonīds Kalniņš, izvirzītais NBS komandieris</p> <p>Māris Klūga, LR žurnālists; Andrejs Vaivars, Premjera Māra Kučinska preses sekretārs; Jānis Vucāns, Budžeta komisijas priekšsēdētājs, ZZS.</p>	Zvans / e-pasts uz radio / studiju

*4. pielikums. Iepriekš sagatavotie interviju jautājumi respondentiem.
Intervijas jautājumi raidījuma „Krustpunktā” satura vadītājam Aidim
Tomsonam*

1. Cik ilgi Jūs jau strādājat „Krustpunktā”?
2. Kā Jūs izvēlaties raidījuma tematus – kas nosaka raidījuma tēmu izvēli?
3. Vai raidījuma klausītāji iesaka kādas tēmas? Ja jā, tad kādas?
4. Cik no klausītāju apspriestajām tēmām sadaļā „Brīvais mikrofons” Jūs realizējat raidījuma sagatavošanā?
5. Kāds ir raidījuma tēmu izvēles process, tieši valsts budžeta kontekstā?
6. Cik ilgu laiku pirms raidījuma tiek noteikta konkrētā tēma (diena, nedēļa, mēnesis utt.)?
7. Cik ilgi pastāv sadaļa „Brīvais mikrofons” un, kā radās ideja par tādu?
8. Kāda ir jēga no sadaļas „Brīvais mikrofons” – vai tas ir paredzēts kā tēmu ieteikšana no klausītāju puses vai arī tikai kā cilvēku „izlādēšanās” platforma?
9. Ja izteikšanās platforma vairāk – vai izdevīga, ņemot vērā, ka Latvijas Radio ir vēl citi raidījumi, kur cilvēkiem izteikties? (piemēram, raidījums „...un ko domā Tu?”)
10. Kā Jūs izvēlaties politiķus un valdības pārstāvjus, kurus aicināt uz raidījumu?
11. Kā Jūs izvēlaties politiķus un valdības pārstāvjus, kurus aicināt uz raidījumu tieši budžeta tematikas atspoguļošanā?
12. Vai visa raidījuma pastāvēšanas laikā, kā arī tā ētera laikā esat piedzīvojis kāda politiskā spēka iejaukšanos vai cenšanos kontrolēt raidījuma gaitu vai saturu? Ja jā, varbūt variet minēt kādu piemēru?
13. Vai Jūs kā speciāli gatavojāties un atspoguļojāt valsts budžeta aktualitātes un tā pieņemšanu? (piemēram, noteikts budžeta tematikas aplūkošanas daudzums vai arī atsevišķa rubrika)
14. Vai apzināti izvēlējāties to, cik daudz raidījumā apspriest katru no jaunā budžeta aktuālākajām nozarēm? (piemēram, izglītībai noteikts tematu skaits mēnesī un veselībai noteikts tematu skaits mēnesī)
15. Kā Jums šķiet, kāda ir raidījuma ietekme uz politisku un tās procesiem?
16. Un, kāda ir tā ietekme uz sabiedrību?

*Intervijas jautājumi raidījuma „Pusdienu” un „Dienas notikumu apskats”
producentam Viktoram Pupikam*

1. Cik ilgi Tu jau producē „Pusdienu” un „Dienas notikumu apskatu”?
2. Cik ilgi abas pārraides jau tiek pārraidītas radio ēterā?
3. Kā norisinās raidījumu satura plānošana un veidošana?
4. Kā Tu, kā producenti, izvēlies raidījumu tematus?
5. Vai arī klausītāji iesaka kādas raidījumu tēmas? Ja jā, tad kādas?
6. Kā Tu, kā producenti, izvēlies politiķus un valdības pārstāvjus, kurus intervēt raidījumiem? Vai tos parasti izvēlies Tu, vai tos izvēlas žurnālisti, kuri veido sižetus?
7. Vai abu raidījumu konceptos ir noteikts tas, cik daudz Latvijas Radio ir jāatspoguļo politiskie temati?
8. Vai abu raidījumu konceptos ir noteikts tas, cik daudz Latvijas Radio ir jāatspoguļo sabiedriskie procesi un notikumi?
9. Vai raidījumu veidošanas gaitā, kā arī to ētera laikā esi izjutis kāda politiskā spēka iekļaušanos vai cenšanos kontrolēt raidījumu gaitu un to saturu? Ja jā, varbūt vari minēt kādu piemēru?
10. Vai viss Ziņu dienests (un abi raidījumi tai skaitā) kā speciāli gatavojās un arī kā speciāli atspoguļoja valsts budžeta aktualitātes un tā pieņemšanu? (piemēram, noteikts budžeta tematikas aplūkošanas skaits vai arī atsevišķa rubrika)
11. Vai apzināti izvēlējies to, cik daudz katrā no raidījumiem apspriest katru no jaunā budžeta aktuālākajām nozarēm? (piemēram, izglītībai noteikts sižetu skaits nedēļā, veselībai noteikts skaits nedēļā utt.)
12. Kuri žurnālisti visvairāk gatavoja sižetus par valsts budžetu, un, kāpēc tieši viņi?
13. Kā Tev šķiet, kāda ir raidījuma „Pusdienu” ietekme uz politiskajiem procesiem?
14. Un, kāda ir raidījuma „Dienas notikumu apskats” ietekme uz politiskajiem procesiem?
15. Kā Tev šķiet, kāda ir raidījuma „Pusdienu” ietekme uz sabiedrību?
16. Un, kāda ir raidījuma „Dienas notikumu apskats” ietekme uz sabiedrību?

*Intervijas jautājumi Latvijas Izglītības un zinātnes arodbiedrības
priekšsēdētājai Ingai Vanagai*

1. Cik ilgi Jūs jau esat atbildīga par Latvijas Izglītības un zinātnes darbinieku arodbiedrību?
2. Kā Jūs kopumā vērtējat 2017. gada budžetu?
3. Kā Jūs vērtējat 2017. gada budžetu tieši izglītības nozares sakarā?
4. Lūdzu, ieskicējiet galvenās problēmas izglītības nozarē Latvijā šobrīd!
5. Pēc kāda principa Jūs sagatavojāt budžeta priekšlikumus valdībai, lai uzlabotu izglītības nozares stāvokli?
6. Kādi ir galvenie priekšlikumi? Varbūt variet minēt dažus būtiskākos?
7. Ņemot vērā to, ka izglītības nozare šajā valsts budžetā ir viena no aktuālākajām nozarēm, vai, Jūsaprāt, tā tika pietiekami atspoguļota un apspriesta sabiedriskajos medijos – Latvijas Radio?
8. Ko Jūs vēlētos mainīt vai uzlabot sabiedriskā medija tematu atspoguļojumā tieši valsts budžeta un izglītības nozares atspoguļošanas sakarā?
9. Vai sabiedrība (uzsvars uz pedagogiem), Jūsaprāt, pietiekami iesaistās un līdzdarbojas dažādu valstiski nozīmīgu problēmu risināšanā (piemēram, problēmas izglītības nozarē), izmantojot dažādus protestus, streikus un mītiņus?
10. Kā Jūs vērtējat sabiedrības iesaisti un aktivitāti portālā manabalss.lv, kur uzsākta parakstu vākšana par pirmsskolas pedagogu darba samaksas nodrošināšanu no valsts budžeta?
11. Kāda un cik liela ir arodbiedrības sadarbība ar sabiedrību – skolotājiem?
12. Kāda un cik liela ir arodbiedrības sadarbība ar medijiem, jo īpaši ar sabiedriskajiem medijiem – Latvijas Radio?
13. Kāda un cik liela ir arodbiedrības sadarbība ar politiķiem un ministrijas pārstāvjiem?
14. Kādi būs arodbiedrības nākamie soļi, ja gadījumā nekādas pozitīvas izmaiņas izglītības nozarē valstī nenotiks?
15. Kāda, Jūsaprāt, varētu būt izglītības nozares attīstība nākotnē, vērtējot no šī brīža perspektīvas?

Intervijas jautājumi Latvijas Ārstu biedrības prezidentam Pēterim Apinim

1. Kā kopumā Ārstu biedrība vērtē 2017. gada valsts budžetu?
2. Kā vērtējat veselības nozares finansējumu 2017. gada valsts budžetā?
3. Cik liels finansējums būtu nepieciešams veselības nozarei, lai tā funkcionētu labi?
4. Vai, Jūsaprāt, sabiedriskais medijs – Latvijas Radio – pietiekami atspoguļo ar valsts budžetu saistītus tematus (jo īpaši, ar veselības nozari saistītus tematus)?
5. Vērtējot šī brīža veselības nozari, kā Jūs vērtējat, kā sabiedrība sevi varētu pasargāt no budžeta zemā finansējuma sekām šai nozarei (piemēram, veikt kādas personīgās iemaksas, apdrošināšana u.c.)
6. Kāda un cik liela ir biedrības sadarbība ar sabiedrību – ārstiem?
7. Kāda un cik liela ir biedrības sadarbība ar medijiem, īpaši sabiedrisko mediju – Latvijas Radio?
8. Kāda un cik liela ir biedrības sadarbība ar politiķiem un ministriju pārstāvjiem?
9. Kādam, Jūsaprāt, būtu jābūt veselības nozares finansējumam, salīdzinājumā, ar pārējām nozarēm?
10. Kāda, Jūsaprāt, varētu būt veselības nozares attīstība nākotnē, vērtējot no šī brīža perspektīvas?

1. Cik ilgi Jūs jau esat eksperts sociālās drošības un veselības aizsardzības jautājumos?
2. Kā, Jūs, kā sociālo lietu un arī nodokļu eksperts vērtējat 2017. gada valsts budžetu? Jūsaprāt, kādas ir būtiskākās problēmas šajā budžetā?
3. Kā Jūs vērtējat apspriestākās tēmas – veselības un izglītības nozares? Jūsaprāt, kādēļ tieši tās ir visaktuālākās?
4. Pēc Jūsu domām, cik daudz līdzekļu nepieciešams, lai veselības aprūpe funkcionētu labi?
5. Kā Jūs vērtējat jau iepriekš pieminēto obligāto apdrošināšanu?
6. Cik daudz līdzekļu būtu nepieciešams, lai izglītības sistēma funkcionētu labi?
7. Tā kā veselība ir viena no apspriestākajām un arī aktuālākajām nozarēm, kā, Jūsaprāt, sabiedrība pati var sevi pasargāt tieši veselības pakalpojumu sakarā? (piemēram, kādas speciālas iemaksas vai tā pati apdrošināšana)
8. Kā vērtējat šī brīža sabiedrības iesaisti sociāli nozīmīgos procesos?
9. Kāda ir Jūsu, kā sociālās drošības un veselības aizsardzības eksperta sadarbība ar sabiedrību?
10. Kāda ir Jūsu, kā sociālās drošības un veselības aizsardzības eksperta sadarbība ar medijiem?
11. Kāda ir Jūsu, kā sociālās drošības un veselības aizsardzības eksperta sadarbība ar politiķiem un ministrijas pārstāvjiem?

Intervijas jautājumi 12. Saeimas deputātam Mārtiņam Šicam

1. Kā Jūs vērtējat 2017. gada budžetu? Un, salīdzinājumā, ar iepriekšējiem gadiem?
2. Kādas ir būtiskākās problēmas šajā budžetā? Kāpēc tieši tās? Un, kā tās varētu risināt?
3. Kā vērtējat izglītības un veselības nozaru šī brīža stāvokli un, kāds varētu būt risinājums, lai šo nozaru stāvokli uzlabotu?
4. Kā uzlabot tieši veselības nozari?
5. Vai, Jūsaprāt, sabiedriskais medijs – Latvijas Radio – pietiekami atspoguļoja ar valsts budžetu saistītus tematus? (jo īpaši veselības un izglītības nozares)
6. Kāds ir Jūsu viedoklis – vai sabiedrības līdzdalība politiskajos procesos ir pietiekama? Ja nē, tad, kā to varētu veicināt?
7. Kādam, Jūsaprāt, ideālajā variantā, būtu jābūt sabiedrības iesaistei un līdzdalībai valstiski nozīmīgos procesos? (viens no tiem, valsts budžets un tā pieņemšana)
8. Kāda ir Jūsu kā politiķa sadarbība ar sabiedrību?
9. Kāda ir Jūsu kā politiķa sadarbība ar medijiem? (jo īpaši ar sabiedrisko mediju – Latvijas radio)
10. Kāda ir Jūsu kā politiķa sadarbība ar pārējiem politiķiem un ministriju pārstāvjiem?
11. Kāda varētu būt Latvijas valsts budžeta attīstība un perspektīvas nākotnē? Vai gaidāma budžeta izaugsme?

1. Cik ilgi Jūs jau strādājat „Krustpunktā”?

Nu jau būs kādi gadi divpadsmit.

2. Kā Jūs izvēlaties raidījuma tematus – kas nosaka raidījuma tēmu izvēli?

Tā vispār ir tāda plānošana. Tā noteikti notiek reizi vai divreiz nedēļā. Tad ir tādas, kur sanāk es, producente, programmas vadītāja, reizēm pievienojas vēl kāds, reizēm direktore, reizēm nē, kā kuru reizi. Nu, un tad mēs ejam cauri. Ir tas, kas ir aktuāls, paši izdomājam un pārplānojam. Paši jau katru dienu pēc raidījuma saskrienamies, paskatāmies vai nav kāda aktualitāte, ko vajadzētu pielikt. Nu, tas ir tāds komandas darbs, sacīsim tā.

3. Vai raidījuma klausītāji iesaka kādas tēmas? Ja jā, tad kādas?

Jā. „Brīvais mikrofons” tas ir pārsvarā. Protams, mēdz arī rakstīt vēstules un, ja kāda vēstule ir interesanta, tad jā. Mēs, protams, ņemam vērā ieteikumus, bet mēs paši izvērtējam. Idejas jau nāk šad un tad. Un, tad, ja viņas ir pietiekoši interesantas, tad jā. Nu, kādas... tagad jāmēģina kāds piemērs atcerēties, man jau katru dienu tie raidījuma temati jūk. Viss kaut kas ir bijis, par privatizācijas sertifikātiem, es atceros, ka nesen tāds raidījums ir bijis. Par to, kas ar tiem ir noticis un kāda ir tālākā nākotne. Nu, ieteiktie temati ir ļoti dažādi.

4. Cik no klausītāju apspriestajām tēmām sadaļā „Brīvais mikrofons” Jūs realizējat raidījuma sagatavošanā?

Ir arī tā, ka mēs arī redzam, ja kāds temats izraisa klausītāju interesi. Piemēram, šonedēļ bija tā, ka viens no raidījumiem nākošajā nedēļā būs par Latgales kongresu, latgaliešu valodas un kultūras aizstāvību, tāpēc, ka pēc Latgales kongresa „Brīvais mikrofons” pirmdien aizgāja būtībā tikai par šo tematu un tad mēs sapratām, ka cilvēkus tas interesē. Tā kā viņi to apsprieda, tāpēc mēs arī norīkojām diskusiju par šo tematu.

5. Kāds ir raidījuma tēmu izvēles process, tieši valsts budžeta kontekstā?

Nu, klausītāji šādas tēmas parasti nemēdz ieteikt, ja nu vienīgi izņemot nodokļus un tādas lietas, kas varētu būt aktuālas. Visādi citādi, jā, mēs jau pielāgojamies tam budžeta grafikam, tādā ziņā, ka tad, kad tas iet vai nu uz valdības apspriešanu, vai arī uz Saeimu, tad mēs par to runājam, bet tā runāšana ir tāda – atkarībā no situācijas. Protams, tā kā šogad tas būs ļoti aktīvi saistīts ar nodokļu politiku un nodokļu reformu, tad ir skaidrs, ka mēs jau būtībā par to runājam visa gada garumā, tāpēc, ka tas ir

aktuāli. Tajā brīdī, kad tas ir „piesiets” pie tām saucamām tādām kaut kādām parastām lietām.. finanšu ministre mums tāpat nāk uz raidījumu un tad mēs viņu parasti aicinām tieši saistībā par šo budžeta pieņemšanu, lai tad tā viesu stunda būtu tādā reizē. Reizi gadā mēs tos saucamos sociālos partnerus, kas ir darba devēju arodbiedrība, tad, kad mēs runājam par kādām konkrētām budžeta lietām, tad mēs viņus aicinām. Protams, ne jau vispārīgi, par jebkuriem budžeta skaitļiem, bet par tādām lietām, kas varētu skart viņus. Un tad diskusija notiek ar viņiem. Nu, visticamāk arī ar kādiem ekonomikas ekspertiem, kas savulaik izvērtē kādus ciparus, jo mums jau visu laiku kaut kādi nodokļi pamainās vai nu kaut kādas prognozes kādas apšaubāmās par kāda nodokļa ieņēmumiem, tad aicinām arī viņus diskutēt.

6. Cik ilgu laiku pirms raidījuma tiek noteikta konkrētā tēma (diena, nedēļa, mēnesis utt.)?

Budžets tiek diezgan laicīgi plānots. Parasti jau mums tā laicīgā plānošana ir kāda nedēļa iepriekš, īpaši jau nu tālāk nē. Tādas ekstra lietas jau mēdz gadīties arī pēdējā dienā vai dienu iepriekš, kad jāmaina temats, bet budžets.. tā ir pārsvarā nedēļa iepriekš.

7. Cik ilgi pastāv sadaļa „Brīvais mikrofons” un, kā radās ideja par tādu?

Patiesībā, tā nav mūsu oriģinālā ideja. To savulaik atnesa Kārlis Streips, un es domāju viņš to atnesa no Amerikas, kad viņš ieradās šeit. Toreiz tas raidījums saucās.. es pat neatceros to sākotnējo ideju, bet man liekas, viņš arī iedeva to nosaukumu „Brīvais mikrofons”. Un tad, kad tapa „Krustpunktā”, formāts kā tāds, pirms, nu jau divpadsmit gadiem, tad mēs vienkārši pārņēmām šo.

8. Kāda ir jēga no sadaļas „Brīvais mikrofons” – vai tas ir paredzēts kā tēmu ieteikšana no klausītāju puses vai arī tikai kā cilvēku „izlādēšanās” platforma?

Uz šo jautājumu es sev arī vairakkārt esmu prasījis atbildi. Patiesībā, tas pat laikam nav atbildāms. Es domāju, ka šis varētu būt viens no tiem retajiem raidījumiem, kurš ir, laikam, visilgāk, man liekas, Latvijas Radio, nerunājot, protams, par Ziņu dienesta blokiem Latvijas Radio ēterā. Un visas šaubas jrb centieni to noņemt, vainagojušies ar tik aktīviem klausītāju zvaniem, ka mēs esam sapratuši, ka cilvēkiem to vienkārši vajag.

9. Ja izteikšanās platforma vairāk – vai izdevīga, ņemot vērā, ka Latvijas Radio ir vēl citi raidījumi, kur cilvēkiem izteikties? (piemēram, raidījums „...un ko domā Tu?”)

Par šo man ir grūti pateikt, tas ir jāprasa priekšniecībai, kā tā ideja tapa (par raidījumu „...un ko domā Tu?”).

10. Kā Jūs izvēlaties politiķus un valdības pārstāvjus, kurus aicināt uz raidījumu?

Augsto amatpersonu aicināšanas princips ir tāds, ka reizi nedēļā ir tā saucamā viesu diena un tad, visi pēc kārtas, rotācijā, apmēram, nāk, tā, lai, vairāk vai mazāk, visiem būtu vienlīdzīgas iespējas. Nekādas cits tur tāds.. Protams, kā jau es teicu, kad nāk budžets, tad finanšu ministrs ap to laiku tiek aicināts... nu, kaut kādas likumsakarības, tikai tik daudz, lai visiem vienkārši būtu līdzvērtīgas iespējas.

11. Kā Jūs izvēlaties politiķus un valdības pārstāvjus, kurus aicināt uz raidījumu tieši budžeta tematikas atspoguļošanā?

Labi, ja ir kaut kādas konkrētas detaļas.. bet specifiski viņi kaut kādā veidā netiek aicināti. Nu, ja tā ir pensiju sfēra, tad nāks Labklājības ministrs, bet par budžetu jau principā runā tikai finanšu ministrs vai premjers, pārējiem jau tikai tā kā vienu no jautājumiem, bet tur jau ir citas lietas.

12. Vai visa raidījuma pastāvēšanas laikā, kā arī tā ētera laikā esat piedzīvojis kāda politiskā spēka iejaukšanos vai cenšanos kontrolēt raidījuma gaitu vai saturu? Ja jā, varbūt variet minēt kādu piemēru?

Nekad. Es, protams, nezinu, kas notiek tālāk augšā ģenerāldirektora kabinetā, tur var pajautāt viņiem, kā tas notiek, bet jebkurā gadījumā, pašreizējā situācija nodrošina to, ka tas līdz mums nekad nav nonācis.

13. Vai Jūs kā speciāli gatavojāties un atspoguļojāt valsts budžeta aktualitātes un tā pieņemšanu? (piemēram, noteikts budžeta tematikas aplūkošanas daudzums vai arī atsevišķa rubrika)

Nē, mēs skatāmies no katras situācijas. Ir jau „garlaicīgie gadi”, kad nekas īpašs nenotiek, ir, protams, krīzes gadi, kā mēs zinām, kad gandrīz katrs raidījums bija par to tematiku, jo citādāk nemaz nevarēja. Tas ir atkarīgs no situācijas. Šogad, protams, nodokļu reforma, līdz ar to ap to arī viss, domāju, grozīsies.

14. Vai apzināti izvēlējāties to, cik daudz raidījumā apspriest katru no jaunā budžeta aktuālākajām nozarēm? (piemēram, izglītībai noteikts tematu skaits mēnesī un veselībai noteikts tematu skaits mēnesī)

Nē, absolūti noteikti nē. Protams, kā jau es teicu, to ietekmē esošā situācija. Absolūti droši es varu sacīt, ka šogad noteikti daudz vairāk raidījumi jau ir bijuši un būs par veselības aprūpi, tāpēc, ka tās nozares budžets noteikti ir interesantāks nekā citām nozarēm. Kas nozīmē, ka mūs jau arī ietekmē gan esošā situācija, gan, protams, sabiedrība, mēs jau viens otru ietekmējam, sacīsim tā. Nu, šobrīd veselības budžets ir nokļuvis kā galvenais interesantākais, tāpēc arī par to, protams, runā vairāk. Ja

atceramies, pirms pāris gadiem tas bija aizsardzības budžets tieši tādā pašā veidā, kas tika visvairāk apspriests.

15. Kā Jums šķiet, kāda ir raidījuma ietekme uz politiku un tās procesiem valstī?

Es jau protams varētu teikt – woow, visi klausās „Krustpunktā”, tāpēc viņi (valsts ierēdņi un politiķi) šitādā veidā lemj! Mediji kopumā, protams, veido kaut kādu sabiedrisko domu un politiķi jau, zināmā mērā, ietekmējas no tā, bet ne tāpēc, ka te ir viens raidījums „Krustpunktā”. Tik augstās domās es par sevi neesmu.

16. Un, kāda ir tā ietekme uz sabiedrību?

Nu, tiem, kuri klausās, jau, protams, jā. Budžeta veidošanas kontekstā es domāju, ka diez vai. Mēs vairāk šajā gadījumā drīzāk esam tie, kas varam būt kā informatīvs, nevis kā domu ietekmējošs elements.

6. pielikums. *Intervija ar raidījumu „Pusdienu” un „Dienas notikumu apskats” producentu Viktoru Pupiku*

1. Cik ilgi Tu jau producē „Pusdienu” un „Dienas notikumu apskatu”?

Ir trešais gads, kopš 2014. gada septembra.

2. Cik ilgi abas pārraides jau tiek pārraidītas radio ēterā?

Oi, gadiem. Es zinu, ka tad pārraides bija plašākas un garākas, tas bija 2005. vai 2006. gadā. Toreiz līdzīga ziņu pārraide kā „Pusdienu” un „Dienas notikumu apskats” bija vēl pulksten 16:00 ar nosaukumu „Pēcpusdienu”. Tā ka, tas jau ir gadiem.

3. Kā norisinās raidījumu satura plānošana un veidošana?

Lielā mērā par to atbild producenti, bet no pagājušā gada septembra par to daudz līdzatbildīgāki ir arī korespondenti. Pirms tam pārsvara bija tā, ka korespondents atnāca un viņam bija iedots materiāls un temats par ko bija jātaisa, tad tagad jau iepriekšējā dienā notiek vienošanās jau par teju diviem materiāliem, kurus kāds taisīs. Un šos materiālus nes un tematus piedāvā paši korespondenti. Un plānošana tad notiek un to nosaka gan producenti ar korespondentiem pamatā, gan arī virsproducente Dace Krejere.

4. Kā Tu, kā producentis, izvēlies raidījumu tematus?

Viss ir atkarīgs no tā, kas tajā dienā notiek un kādi ir pašu temati, tātad ir vairākas lietas, kas tiek ņemtas vērā. Protams, kaut ko ietekmēs arī ārkārtas situācijas konkrētajā dienā, jo tad, piemēram, kāds jau sagatavots temats atkritīs pēkšņi pulksten pirms 12:00, pirms „Pusdienas”, ja nu pēkšņi notiek kāds nopietns ugunsgrēks vai, nedod Dievs, terorakts, no kā mēs pagaidām esam pasargāti. Tātad, tās ir divas lietas, kas ietekmē. Un ir arī kaut kādas lietas, ko ietekmē korespondentu apjoms, cik to dienā ir. Jo ir temati, kas ir svarīgi un tad tiek izvēlētas kādas svarīgākās lietas. Pilnīgi noteikti! Ja būs, piemēram, seši temati, bet man ir divi trīs korespondenti, tad kaut kādā mērā tiks nosegtas un pakārtotas svarīgākās ziņas, bet par pārējām pateiksim tikai teksta līmenī, bez sižeta vai arī tās būs tikai „skanošās” ziņas (ziņa + fragments no telefona ieraksta vai intervijas).

5. Vai arī klausītāji iesaka kādas raidījumu tēmas? Ja jā, tad kādas?

Iesaka. Nu, šobrīd ļoti reti uzraksta kāds parasto vēstuli, kas atsūtīta pa pastu, tā ir ļoti reti, bet šad tad vēl ir. Agrāk bija daudz un diezgan bieži. Tagad ir elektroniskās vēstules. Vēl temati tiek piedāvāti „Brīvajā mikrofonā” (raidījuma „Krustpunktā”

sadaļa), kas ir uzreiz pēc „Pusdienu”, ko cilvēki ir klausījušies un turpinājuši par to diskutēt „Brīvajā mikrofonā”. Tad mēs dažas tēmas paņemam arī no turienes.

6. Kā Tu, kā producenti, izvēlies politiķus un valdības pārstāvjus, kurus intervēt raidījumiem? Vai tos parasti izvēlies Tu, vai tos izvēlas žurnālisti, kuri veido sižetus?

Es tos parasti neizvēlos, par to ir atbildīgi korespondenti. Un viņi tos izvēlas attiecīgi par to, par ko ir konkrētais sižets. Taču ir arī tādi politiķi, kurus daži no mūsu korespondentiem tīšām nekad neintervē, jo zina, ka tas tad būs tikai viens vienīgs šovs, ne objektīva informācija. Viens no tiem ir Artuss Kaimiņš.

7. Vai abu raidījumu konceptos ir noteikts tas, cik daudz Latvijas Radio ir jāatspoguļo politiskie temati?

Nē, bet ziņas ir un paliek ziņas, tās pārsvarā ir ar politisku ievirzi, piemēram, tas pats temats par valsts budžetu.

8. Vai abu raidījumu konceptos ir noteikts tas, cik daudz Latvijas Radio ir jāatspoguļo sabiedriskie procesi un notikumi?

Nē, jo arī tas sasaistās jau ar visām ziņām, jo mēs informējam sabiedrību, kas ir tai svarīgi, vēstām par sabiedriski nozīmīgiem procesiem un notikumiem, līdz ar to, sabiedrība jau automātiski ir tai visā iekšā.

9. Vai raidījumu veidošanas gaitā, kā arī to ētera laikā esi izjutis kāda politiskā spēka iejaukšanos vai cenšanos kontrolēt raidījumu gaitu un to saturu? Ja jā, varbūt vari minēt kādu piemēru?

Principā nē, bet ir gadījies tā, ka kāds politiķis vai ministrijas pārstāvis apzināti vai neapzināti cenšas vadīt raidījuma gaitu, tad gan mēs esam uzstādījuši stingri savus noteikumus, ka raidījumu vadām mēs, ne viņi.

10. Vai viss Ziņu dienests (un abi raidījumi tai skaitā) kā speciāli gatavojās un arī kā speciāli atspoguļoja valsts budžeta aktualitātes un tā pieņemšanu? (piemēram, noteikts budžeta tematikas aplūkošanas skaits vai arī atsevišķa rubrika)

Noteikts tematikas aplūkošanas skaits noteikti nē un arī speciāli gatavošanās pasākumi nenotika. Mēs darījām savu ikdienišķo darbu, informējām par budžeta jaunākajām aktualitātēm, vēstījām arī no Saeimas un valdības namiem, sniedzām viedokļus un intervijas. Vienīgais, kas varbūt bija nedaudz citādāk, bija īpašais „budžeta džingls”, kas tiek atskaņots katru reizi pirms, attiecīgajā laika periodā, tiek pārraidīts kaut kas, sižets vai diskusija, saistībā ar budžeta aktualitātēm. Tas ir vienīgais, kas atšķīrās. Tā īpašas un atsevišķas sadaļas vai rubrikas nebija.

11. Vai apzināti izvēlējies to, cik daudz katrā no raidījumiem apspriest katru no jaunā budžeta aktuālākajām nozarēm? (piemēram, izglītībai noteikts sižetu skaits nedēļā, veselībai noteikts skaits nedēļā utt.)

Nē, tas nebija apzināts lēmums. Mēs vadījāmies vairāk pēc tā, kas tika runāts Valdības un Saeimas sēdēs, vai arī pēc tā, kas norisinājās „Krustpunktā”. No tā mēs dažreiz ņemam interviju fragmentus ziņām. Un, ja tur ir bijis kāds viesis, kas var ko interesantu un lietderīgu pastāstīt par budžetu, tad mēs to ieliekam. Bet tā, apzinātas izvēles nebija.

12. Kuri žurnālisti visvairāk gatavoja sižetus par valsts budžetu, un, kāpēc tieši viņi?

Visvairāk gatavoja Edgars Klūga un Madara Fridrihsone. Pirms tam bija Ivo Leitāns, bet tad viņš aizgāja strādāt uz Latvijas televīziju un mēs viņa vietā piedāvājām Saeimas korespondenta amatu Edgaram Klūgam. Sākumā viņam bija grūti, bet tagad jau viņš ir iejuties. Madara Fridrihsone vairāk gatavo par valdības lēmumiem. Bet nav tā, ka tikai šie divi korespondenti ir atbildīgi par budžeta aktualitātēm, piemēram, ja kāds no viņiem nav vai arī nav viņu abu, tad par šo tematiku raksta kāds cits. Nav tā, ka tad, ja nav kāda no attiecīgajiem abiem korespondentiem, tad par to tēmu neviens neraksta un nestāsta. Vienmēr būs kaut kas vietā.

13. Kā Tev šķiet, kāda ir raidījuma „Pusdiena” ietekme uz politiskajiem procesiem?

Es domāju, ka kaut ko raidījums gan ietekmē. Daudzi politiķi to klausās, līdz ar to, iespējams, kaut ko arī maina savos lēmumos.

14. Un, kāda ir raidījuma „Dienas notikumu apskats” ietekme uz politiskajiem procesiem?

Tas pats. Ir pat bijuši gadījumi, kad raidījuma dēļ tiek sāktas kaut kādas lietas un procesi, kas pirms tam tā nebija. Tāpēc noteikti nav tā, ka raidījumam nav pilnīgi nekāda ietekme uz politiskajiem procesiem.

15. Kā Tev šķiet, kāda ir raidījuma „Pusdiena” ietekme uz sabiedrību?

Kaut kāda ietekme jau ir. Viss, ko cilvēki ikdiena lasa un klausās tos ietekmē kaut kādā mērā. Bet cik liela ietekme ir „Pusdienai” – to es nemācēšu pateikt. Mūsdienās daudz kas notiek ar sociālo tīklu palīdzību, līdz ar to arī raidījums to izmanto un arī tā ir sava veida ietekme uz sabiedrību, jo tā spēj uzzināt svarīgāko pat pirms īstā ziņu izlaiduma.

16. Un, kāda ir raidījuma „Dienas notikumu apskats” ietekme uz sabiedrību?

Es pieļauju, ka „Dienas notikumu apskatu” cilvēki vairāk klausās, jo tā tiek pārraidīta tad, kad cilvēki dodas mājās no darba vai arī jau ir mājās. Varbūt tad tādā gadījumā

raidījums sniedz lielāku ietekmi, bet precīzāk es nezinu. Bet arī šim raidījumam lielu lomu spēlē sociālie tīkli un to sabiedriskā ietekme.

1. Cik ilgi Jūs jau esat atbildīga par Latvijas Izglītības un zinātnes darbinieku arodbiedrību?

Tieši šodien, 23. maijā, paliek divi gadi.

2. Kā Jūs kopumā vērtējat 2017. gada budžetu?

Mans vērtējums kopumā izglītības zinātnes nozarei ir vairāk pozitīvs nekā negatīvs. Tomēr, ja detalizētāk jāpaanalizē, tad pedagogiem – labvēlīgs, nekā zinātniekiem.

3. Kā Jūs vērtējat 2017. gada budžetu tieši izglītības nozares sakarā?

Pedagogiem atalgojuma ziņā plusā ir šie aptuveni 45 miljoni eiro pedagogu darba samaksas jaunajai sistēmai, līdz ar to mēs nevaram uzskatīt, ka tas būtu slikts rādītājs

4. Lūdzu, ieskicējiet galvenās problēmas izglītības nozarē Latvijā šobrīd!

Joprojām ir nepilnības jaunajā darba samaksas sistēmā, jo virkne pedagogu saskaras ar nevienlīdzību un daļai, diemžēl, ir situācija pasliktinājusies, bet tas ir, lielākoties, mazās izglītības iestādes. Līdz ar to, mēs secinām, ka nepilnīgā apmērā darbojas tie principi, kas noteikti praktiski visu līmeņu plānošanas dokumentos, kur tiek runāts tieši par mazo skolu lomu sabiedrībā. Bet, ja par būtiskākajām problēmām, tad mēs redzam, ka pirmsskolas izglītības pedagogiem ir ļoti krasa šī nevienlīdzība, tad vēl augstskolu mācītbspēkiem – neadekvāta, salīdzinot ar zemākas izglītības pakāpes strādājošajiem. Tad vēl pedagogu profesionālās darbības kvalifikācijas pakāpes sistēmas maiņa. Un, par zinātni – tur vispār. Jāsaka, ka augstskolu likumu normas un zinātniskās darbības likumu normas, kas nosaka kārtību, kādā jānodrošina bāzes finansējuma paaugstinājums, izstrādājot valsts budžetu, šīs normas gadiem netiek pildītas. Tamdēļ, droši varam teikt, ka, neraugoties uz to, ka izglītības iestāžu tīkla optimizācija ir nepieciešama, tajā pašā laikā ir jādomā, kā ieguldīt resursus cilvēkresursā.

5. Pēc kāda principa Jūs sagatavojāt budžeta priekšlikumus valdībai, lai uzlabotu izglītības nozares stāvokli?

Priekšlikumus mēs sniedzām gan valdības, gan parlamenta pārstāvjiem, jo vieni izstrādā budžetu, bet otri apstiprina to. Ņemot vērā tās problēmas, kas ir arodbiedrībai izkristalizējušās, jāsaka, ka lielākā daļa no tiem priekšlikumiem, ko mēs iesniedzām ir ilggadēji nerisināti, diemžēl. Tamdēļ te mēs to arodbiedrības lomu redzam. Ir ietas, kuras risinās ļoti lēni, lielākā daļa no tiem priekšlikumiem, kurus mēs iesniedzām –

nerisinās vispār. Un šogad tie priekšlikumi būs jau uz 2018. gada budžetu un klāt nāks vēl.

6. Kādi ir galvenie priekšlikumi? Varbūt variet minēt dažus būtiskākos?

Būs grūti nosaukt pašus galvenos, jo mēs esam arodbiedrība, kas pārstāv visus pedagogus – no pirmsskolas pedagogiem līdz pat zinātnes darbiniekiem. Katrām no šīm izglītības jomām un pakāpēm ir savas problēmas, kuras jau ilgstoši nav risinātas. Un tādēļ kādu no tām izcelt nebūtu īsti korekti. Es varu minēt katras izglītības jomas būtiskāko, bet globāli visam izcelt kādus noteiktus priekšlikumus, man, kā darbinieku interešu aizstāvošajai un pārstāvošajai priekšsēdētājai, īsti nebūtu korekti. Katram atsevišķi – internātskolās jaunā darba samaksas sistēma ir pasliktinājusi stāvokli šiem skolotājiem, tad vēl mazajām speciālajām skolām ir problēmas ar finansējumu, lielajām nē, bet tieši mazajām, arī pirmsskolas pedagogu un augstskolas pedagogu nevienlīdzība. Un zinātnieki, kuriem vispār nevienā normatīvajā aktā nav atrunāts viņu minimālā darba samaksa. Darba likumu pārkāpumi ir bieži, bet izcelt kādu īpaši atsevišķi uz viņu visu fona nebūtu labi.

7. Ņemot vērā to, ka izglītības nozare šajā valsts budžetā ir viena no aktuālākajām nozarēm, vai, Jūsaprāt, tā tika pietiekami atspoguļota un apspriesta sabiedriskajos medijos – Latvijas Radio?

Protams, vienmēr gribētos, lai ir vairāk un plašāk. Mēs arī paši, kā arodbiedrība, lai informētu mūsu biedrus par paveikto un iecerēto. Bet, piemēram, par mūsu iesniegtajiem priekšlikumiem es neesmu dzirdējusi atspoguļojuma analīzi, kamdēļ viens vai otrs priekšlikums tika vai netika atbalstīts. Mēs zinām trīs prioritātes, kas budžetā tik definētas (izglītība, veselība un aizsardzība) un, ja mēs runājam par priekšlikumiem, kas tika iesniegti 2017. gada budžetā, tad, manuprāt, izglītība bija nepietiekamā apmērā atspoguļota. Protams, bija daudz par deputātu kvotu sadalēm un tādām lietām, bet, piemēram, par pašu zinātni, ja mēs zinām, kāda ir zinātnes loma uz tautsaimniecības attīstību, uz konkurētspējas rādītājiem, uz inovācijām un, ja gadiem netiek pildīta šī norma.. sanāk, gadu gadiem nav pildīts likums! Tas pats jau ar pieminēto augstskolu bāzes finansējumu, pedagogu samaksām un budžetu vietu pieejamību, kas, piemēram, kā rezultātā, viņš var aizbraukt uz ārzemēm, jo citas augstskolas piedāvā stabilas un drošas budžeta vietas, kas jaunietim mūsdienās nav mazsvarīgi. Redziet, tas viss ir sasaistīts kopā, bet vai to pietiekami atspoguļo, es teiktu nē. Gribētos, lai mediji vairāk izskaidro sabiedrībai procesus un lietas, bet nereti vien tas skaidrojums ir „atkal alkatīgie pedagogi!”, „viņiem dod, cik grib, bet vienmēr ir par

maz”. Gribētos dziļāku to skaidrojumu, tā, lai sabiedrība saprot, kamdēļ arodbiedrība nemitīgi iet un uzstāj. Arodbiedrība iet un cīnās, bet sabiedrība sāk pat nosodīt un kaunināt. Tāda situācija izveidojas.

8. Ko Jūs vēlētos mainīt vai uzlabot sabiedriskā medija tematu atspoguļojumā tieši valsts budžeta un izglītības nozares atspoguļošanas sakarā?

Jā, gribētos, lai informācijas atspoguļošana ir dziļāka un izskaidrojošāka.

9. Vai sabiedrība (uzsvars uz pedagogiem), Jūsprāt, pietiekami iesaistās un līdzdarbojas dažādu valstiski nozīmīgu problēmu risināšanā (piemēram, problēmas izglītības nozarē), izmantojot dažādus protestus, streikus un mītiņus?

Pedagogi un zinātnieki ir tā grupa, kuri protesta akcijas izmanto kā galēju līdzekli. Vispirms viņi cenšas izmantot visus citas komunikācijas pārliecināšanas metodes, piemēram, parakstu vākšana (manabalss.lv) vai pikets. Streiks patiešām ir galējais variants. Mums protesta akcijas nav tik populāras kā citās valstīs. Mums tā protestu akciju kultūra arī droši vien ir jāpilnveido.

Bet brīžiem, es gribētu teikt, man ir sajūta, ka politikas veidotāji pārbauda pacietību attiecīgā nozarē strādājošam un, it kā kaut ko iedod, tā, lai nomierinās, un tad saprot, ka kādai daļai labāk ir palicis. Es teiktu tā – vajadzētu būt aktīvākiem, lai sasniegtu savus mērķus! Jo mums vienmēr saka „nav naudas” vai arī „jūs jau dabūjāt”, bet, kad paanalizējam atsevišķus precedentus, piemēram, par šo neseno nelogisko prēmiju izmaksu valsts iestādēs sešu miljonu eiro apmērā, ko tikko Valsts kontrole atklāja, tad tas mazina to ticamību, ka šīs naudas patiešām nav. Un tā var minēt virkni piemērus. Un šādas situācijas var veicināt un eskalēt kādus lielākus protestus.

Mēs maksimāli ejam uz kompromisiem, lai nenonāktu līdz protesta akcijām, vienalga, plašākām vai mazākām, bet, ja tam ir pamatojums vai arī ir šādi, iepriekš nosaukti, piemēri, tad tas var izprovocēt.

Pedagogi var mobilizēties, ja ir jācīnās par savām tiesībām un interesēm, bet, kā jau minēju, radikālās metodes ir galējais variants, jo tomēr gribas tā civilizēti un visu sarunāt ar argumentiem un faktiem.

10. Kā Jūs vērtējat sabiedrības iesaisti un aktivitāti portālā manabalss.lv, kur uzsākta parakstu vākšana par pirmsskolas pedagogu darba samaksas nodrošināšanu no valsts budžeta?

Mēs vēlētos, neapšaubāmi, lai aktivitāte ir lielāka, bet mēs esam saskārušies ar vienu ļoti nopietnu problēmu, kuru mēs sākām risināt. Te man vajadzēs detalizētāk paskaidrot, kamdēļ ir tik maza aktivitāte, ņemot vērā LIZDA biedru skaitu. Proti,

pirmsskolas izglītības pedagogiem atalgojumu nodrošina no pašvaldību budžeta. Pārējiem visiem pedagogiem atalgojums tiek nodrošināts no valsts budžeta. Ja MK noteikumi par pedagoga darba samaksu nosaka, ka nedrīkst maksāt „mazāk par..”, respektīvi, par 40 darba stundām nedrīkst būt mazāka samaksa par 620 eiro, tad virkne pašvaldību maksā vairāk. Lielāka daļa pašvaldību nodrošina lielāku summu, kas ir MK likumos noteiktā. Proti no 620 līdz pat 1600 eiro liela mēnešalga. Un tagad daļa pedagogu ir sabijušies, ja viņiem būs alga no valsts maka, tad viņiem arī būs tā noteiktā summa, kas noteikumos parādās un nekas vairāk. Pedagogiem ir bažas, ka pašvaldības vairāk nemaksās, ja alga tagad būs no valsts budžeta. Tamdēļ mēs šo problēmu konstatējam un tagad risinām, informējot, ka pirmsskolu pedagogu situācija nepasliktināsies no tā, ka viņi tiks finansēti no valsts budžeta, jo izglītības likums ļauj pašvaldībai turpināt atbalstīt pedagogus finansiāli.

11. Kāda un cik liela ir arodbiedrības sadarbība ar sabiedrību – skolotājiem?

Mums ir vairāk kā 26 000 biedru, skaidrs, ka ar katru individuālu darbu mēs nevaram veikt un tādēļ mūsu struktūra paredz to, ka mums ir dalīborganizācijas ar priekšsēdētājiem, ar kuriem mēs strādājam. Daļa no viņiem ir ievēlēti mūsu valdē, bet daļa mums ir padome – lēmēj institūcija. Mums katru mēnesi ir sēdes, gan padomes, gan valdes un, protams, ja nepieciešams, arī ārkārtas sēdes. Vēl sadarbība izpaužas kā informācijas izsūtīšana visiem biedriem, ar visām jaunākajām aktualitātēm arodbiedrībā, kas notiek katru mēnesi. Vēl informācijas platformā ietilpst mājaslapa, īsziņas – atkarībā no nododamās informācijas

12. Kāda un cik liela ir arodbiedrības sadarbība ar medijiem, jo īpaši ar sabiedriskajiem medijiem – Latvijas Radio?

Ar medijiem, kopumā, es uzskatu, mums sadarbība ir laba. Ir bijušas situācijas, kad tieši mediji palīdz pievērst uzmanību kādai noteiktai problēmai vai arī, kad mēs paši apturam kāda procesa virzību, lai ir laiks kādu lietu pārrunāt sociālā dialoga ietvarā, tamdēļ es neviena slikta vārda par medijiem nevaru pateikt. Protams, vienmēr tam, kurš pārstāv savu noteikto jomu, vienmēr jau var gribēt, lai ir vairāk, plašāk un dziļāk (atspoguļojums medijos), bet, šo divu gadu laikā, cik es te esmu, es nevaru sūdzēties par to, ka, piemēram, medijs ignorētu. Par radio, kopumā, es varu teikt – ļoti pozitīvi.

13. Kāda un cik liela ir arodbiedrības sadarbība ar politiķiem un ministrijas pārstāvjiem?

Mēs cenšamies ar viņiem komunicēt par visiem jautājumiem, kas mums ir saistoši, saskaņā ar arodbiedrības kompetencē esošajiem jautājumiem. Es teikšu tā, ka tā

sadarbība ir brīžiem demokrātijas spēlēšana. Protams, mums ar ministrijām ir noslēgta vienošanās par sadarbību, tāpat ir vienošanās ar visām Saeimā pārstāvētajām partijām, gan ar koalīcijas, gan ar opozīcijas partijām. Ir noslēgti sadarbības līgumi, bet virkne no šajos līgumos iekļautajiem punktiem ir „nedzīvi”, viņi nedarbojas, bet tiek parādīts no politiķu puses, „kā mēs tagad ar tik lielu arodbiedrību lai nesadarbojamies”, būtībā, tāds liels teātris. Jo, tad, kad reāli ir jārisina kādas lietas, ar ko mēs esam tajā sadarbības līgumā vienojušies, tad nekā.. Mēs esam iesaistīti savstarpējā dialogā ar ministrijām un politiķiem, tamdēļ, ka mēs paši esam aktīvi, neatlaidīgi un arī brīžiem nekaunīgi, bet tas nav tā ka ministrija tagad veido kādu darba grupu, viņi paši pēc savas iniciatīvas, respektējot noslēgto līgumu palīdz risināt kādas lietas. Lielākoties mēs paši uzprasāmies par dažādiem jautājumiem.

14. Kādi būs arodbiedrības nākamie soļi, ja gadījumā nekādas pozitīvas izmaiņas izglītības nozarē valstī nenotiks?

Šobrīd man katrā ziņā nav nekādu pilnvaru draudēt ar kaut kādām protesta akcijām vai piketiem. Man šādu pilnvaru nav, jo par to lemj padome, kas arī saka galavārdu. Bet, katrā ziņā mēs vērtēsim, vai mums nav jābūt aktīvākiem, uzstājīgākiem un neatlaidīgākiem par šīm finanšu lietām, ja mēs redzam, ka ir šāda apjoma nauda izmētāta (liekās prēmijas ministrijās). Šobrīd es Jums nevaru pateikt, vai ir plānots kāds pikets. Tā parakstu vākšana (manabalss.lv) jau arī savā veidā var saukt par protesta veidu par to, ka gadiem nerisinātais vairs nav pieņemams un tas tiek risināts ar sabiedrības spiediena starpniecību.

15. Kāda, Jūsaprāt, varētu būt izglītības nozares attīstība nākotnē, vērtējot no šī brīža perspektīvas?

Ja politikas veidotāji izstrādās tiešām ļoti pārdomātas, ilgtermiņa, ar sadarbības un sociālajiem partneriem izdiskutētas reformas, tad es uzskatu, ka mēs varam šos soļos spert uz priekšu straujāk. Bet, ja turpinās šīs reformas.. virkne no tām ir neprofesionāli izstrādātas, diemžēl. Mēs neesam pret reformām, mēs esam par tām, kas ir iekļautas valdības dokumentos. Bet, ja nebūs šīs diskusijas, neraugoties uz to, ka būs punkti, kuros mēs atradīsim dialogu, bet būs punkti, kuros mēs katrs paliksim pie sava viedokļa.. vismaz vajadzētu šāda veida profesionālas diskusijas, kurā visu var izrunāt. Virkne lietu ir izdarītas, bet tās ir jāveic profesionālāk.

1. Kā kopumā Ārstu biedrība vērtē 2017. gada valsts budžetu?

Budžetu nemēdz vērtēt vispār. Budžets ir valsts likums un likumus nevērtē. Man nav tiesības neko vērtēt šajā jomā.

2. Kā vērtējat veselības nozares finansējumu 2017. gada valsts budžetā?

Ja runājam par veselības nozari, tad nauda ir vienkārši par maz. Un iejaukšanās iespējas ir tuvu nullei.

3. Cik liels finansējums būtu nepieciešams veselības nozarei, lai tā funkcionētu labi?

Nu, veselības ministre Anda Čakša mazliet jaucas ar skaitļiem – šodien viņa paziņoja, ka viņai papildus ir nepieciešami 200 miljoni, lai viņa vispār varētu izdarīt tās funkcijas, kas viņai nepieciešamas. Objektīvi, tie ir 187 miljoni papildus nākošā gada budžetā, kas būtu vajadzīgi. Arī šogad budžetā ir liels deficīts. No tiem 112 miljonus viņa ir paredzējusi algu celšanai. 187 miljoni ir tas, ko Čakša pašlaik pieprasa. Pašlaik veselības budžets 872 miljoni, apmēram. Papildus no valsts dažādos citos veidos veselība kaut ko budžetā dabū. Pašvaldības dod saviem pacientiem naudu gan priekš ārstēšanās, gan priekš zālēm, bet apmēram 100 tūkstoši valsts iestāžu darbinieki ir apdrošināti ar polisēm par apmēram 213 eiro gadā, kas ir netiešs atbalsts veselības budžetam. Tātad valsts iestāžu darbinieki vispār ir apdrošināti 297 tūkstoši, privāti apdrošināti no tiem 100 tūkstoši ir valsts un pašvaldību iestāžu darbinieki, kurus ir apdrošinājuši par mūsu nodokļu maksātāju naudu. Valsts atmaksā zināmu daļu no tiem līdzekļiem, ko mēs paši esam samaksājuši kā iedzīvotāju ienākumu nodokli un par ko mēs iesniedzam dokumentus un saņemam atpakaļ, tātad mēs saņem zināmu kompensāciju un, zināmā mērā, valsts budžets tur iesaistās. Pie tam šais 872 miljonus nav ieskaitītas darba nespējas lapas. Tātad ir vesela virkne lietu, kurās vēl valsts iesaistās, dažādos veidos, kas šais 872 miljonus nav iesaistīts. Piemēram, aizsardzības budžetā ir medicīnas dienests, kurš atbalsta veselības aprūpi aizsardzības ministrijai. Pavisam neliels atbalsts ir arī, piemēram, veselībai no Iekšlietu ministrijas budžeta. Un tā tālāk. Tas nav tik lineāri.

4. Vai, Jūsprāt, sabiedriskais medijs – Latvijas Radio – pietiekami atspoguļo ar valsts budžetu saistītus tematus (jo īpaši, ar veselības nozari saistītus tematus)?

Žurnālisti dara savu darbu, mēs darām savu.

5. Vērtējot šī brīža veselības nozari, kā Jūs vērtējat, kā sabiedrība sevi varētu pasargāt no budžeta zemā finansējuma sekām šai nozarei (piemēram, veikt kādas personīgās iemaksas, apdrošināšana u.c.)

Ir pilnīgi vienalga vai tas ir valsts budžets vai apdrošināšana, tā ir solidāra samaksa un tai pretī ir individuāla samaksa, ko veic no saviem līdzekļiem. Valsts mērķis ir solidāra samaksas palielināšana. Valsts budžets ir kolektīva „apdrošināšana” pret visām mūsu lietām. Valsts budžets jau kā tāds ir „apdrošināšana”. Ja mēs paši maksājam par maz nodokļus un mēs nedabūjam kaut ko atpakaļ no valsts budžeta, tad, protams, mēs esam ļoti neapmierināti ar to, ka mēs solidāri ļoti maz uzņemamies šīs problēmas. Cilvēks mūsu vecumā neslimo, bet maksā nodokļus, cilvēks slimo vecumā un tad viņam tā nauda ir vajadzīga.

6. Kāda un cik liela ir biedrības sadarbība ar sabiedrību – ārstiem?

Liela. Ja ne gluži ikdienišķi strādājam roku rokā, tad būtiskākās problēmas un lietas risinām savstarpēji.

7. Kāda un cik liela ir biedrības sadarbība ar medijiem, īpaši sabiedrisko mediju – Latvijas Radio?

Nu, kad mūs aicina uz plašsaziņas līdzekļiem, tad mēs arī ejam un izsakām savu viedokli.

8. Kāda un cik liela ir biedrības sadarbība ar politiķiem un ministriju pārstāvjiem?

Mēs nepārtraukti ar viņiem sadarbojamies, jo īpaši, protams, ar Veselības ministri Andu Čakšu, bet, neapšaubāmi arī ar pārējiem. Ir svarīgi uzturēt kopēju dialogu un risināt šīs veselības nozares lietas.

9. Kādam, Jūsaprāt, būtu jābūt veselības nozares finansējumam, salīdzinājumā, ar pārējām nozarēm?

Katrā ziņā tam būtu jābūt daudz ievērojamākam, nekā tas ir šobrīd.

10. Kāda, Jūsaprāt, varētu būt veselības nozares attīstība nākotnē, vērtējot no šī brīža perspektīvas?

Pasaules medicīna attīstās straujāk nekā visas pasaules ekonomika. Pasaulē katru gadu veselības budžets pieaug. Globāli veselībai patērē aizvien vairāk. Un globāli pasaules iedzīvotāji kļūst aizvien vecāki un viņi vienkārši ilgāk dzīvo. Piemēram, Latvijas iedzīvotāji dzīvo deviņus gadus ilgāk, nekā deviņdesmitajā gados. Un viņi dzīvos vēl ilgāk. Nākotnē mēs vienkārši dzīvosim ilgāk, neatkarīgi no tā, kāds būs veselības budžets un, kas būs ministrs un viss pārējais. Vienkārši cilvēki dzīvos ilgāk. Līdz ar to būs aizvien lielāka noslodze uz sociālajām lietām. Un aizvien lielāki būs tēriņi

medicīnai – veselības saglabāšanai. Jebkurā gadījumā es esmu pesimistiski noskaņots uz attiecībā uz ļoti strauju budžeta izaugsmi, bet, jebkurā gadījumā, Latvijai tuvākajos četros gados budžeta un finansiāla izaugsme būs, eksports mums palielinās, tātad budžets pieaugs un, līdz ar to, arī veselības budžets pieaugs.

1. Cik ilgi Jūs jau esat eksperts sociālās drošības un veselības aizsardzības jautājumos?

Tas ir ļoti grūts jautājums. Kaut kādā ziņā jau no 1996. gada. Es esmu piedalījies normatīvo lietu izstrādē jau krietni sen, vairāk gan orientējoties uz bērnu un ģimeņu sociālajām garantijām.

2. Kā, Jūs, kā sociālo lietu un arī nodokļu eksperts vērtējat 2017. gada valsts budžetu? Jūsprāt, kādas ir būtiskākās problēmas šajā budžetā?

Būtiskākā problēma, manuprāt, ir veselības aprūpes pieejamība, tostarp bērniem. Visos sektoros un visām vecuma grupām veselība nav pietiekami finansēta. Tā ir šī budžeta lielākā problēma. Ja mēs skatāmies uz citām problēmām, tad mēs redzam, ka ir pārfinansētas pašvaldības. Nežēlīgi pārfinansētas. Pašvaldības mums ir ar vislielākajiem izdevumiem pret budžeta īpatsvaru. Finansējums tām aug, bet neviens neprasa, cik jūs efektīvi strādājat. Savukārt, ja mēs redzam, ka veselības nozarē esam zem katras kritikas, tur mēs esam galīgi sliktā situācijām.

3. Kā Jūs vērtējat apspriestākās tēmas – veselības un izglītības nozares? Jūsprāt, kādēļ tieši tās ir visaktuālākās?

Ar izglītību ir tā, ka ir krietni samazinājies bērnu skaits un dzimstība, līdz ar to arī izglītības sistēma ir jāsistematizē un jāreformē, jāsamazina skolu skaits. Arī skolotāju skaits pret reālo skolēnu skaitu ir pārāk liels. Nozare ir vienkārši jāsakārto, ir daudzas nepilnības. Ar veselību ir tā, ka tā ir jau vēsturiska problēma. Mums vajadzētu veselībai tērēt 12 % no publiskā sektora izdevumiem. Tā vietā mēs tērējam aptuveni pāri par 9 %. Mēs tērējam par maz. Veselības nozarei ir atvēlēti aptuveni 800 miljoni eiro. 45 % tiek tērēti no cilvēku kabatām. Tas ir nepieļaujami, jo, ja saslimst kāds cilvēks, kurš nevar atļauties ārstēšanu no savas naudas, tad viņš ir atstāts ļoti skarbā situācijā.

Veselībā ir tā – jo tu ātrāk kaut ko atklāj un uzsāc ārstēšanu, jo ir labāki rezultāti un tas ir arī lētāk. Jo ir kaut kas ilgstoši neārstēts un neatklāts, jo ārstēšana var būt neefektīvāka – tā var neizdoties un tas arī sanāk dārgāk. Ideālais stāvoklis vispār ir profilakse. Tomēr par veselības uzturēšanu runājot, viena daļa cilvēku nonāk tajā dārgajā galā, kad ir jau ielaistas slimības un ar dārgām izmaksām. Kāpēc? Jo ir lielas rindas pie speciālistiem, tad cilvēks ņem slimības lapu un ir automātiski sociālā budžeta tērētājs. Būtībā, cilvēks vēl ir darbaspējas vecumā, bet viņš no devēja (nodokļu

maksātājs), kļūst parņēmēju (budžeta naudas tērētājs). Un tikai tāpēc, ka kaut kas pirms saslimšanas nav līdz galam ticis nofinansēts laikus (rindas pie speciālistiem, nepieciešamās operācijas utt.). Pēc tam rodas problēmas uz ilgstošo. Tas viss arī izraisa tālākas sekas.

4. Pēc Jūsu domām, cik daudz līdzekļu nepieciešams, lai veselības aprūpe funkcionētu labi?

No valsts puses papildus būtu nepieciešami 350 miljoni. Bet, ja mēs skatāmies uz nākamo gadu, tad tur būtu nepieciešami papildus 200 miljoni. Vispār kopumā veselības aprūpei mums būtu jāatvēr 4 vai vairāk % no iekšzemes kopprodukta. Sarēķinot no šī brīža kopprodukta apmēra, tie varētu būt 1,2 miljardi.

5. Kā Jūs vērtējat jau iepriekš pieminēto obligāto apdrošināšanu?

Jau analizējot veselības budžetu kā tādu, tā jau skaitās obligātā apdrošināšana, jo mēs nezinām, kur ir aizgājis katrs nodoklis un mēs nezinām, kad mums būs nepieciešama kāds pakalpojums veselības nodrošināšanai. Tā jau ir apdrošināšanas pamatfunkcija. Ideālajā gadījumā – mēs, kā sabiedrība maksājam nodokļus pilnīgi visus, kurus ir nepieciešams, kā rezultātā, iegūstam sev nepieciešamos pakalpojumus, kad tas mums ir nepieciešams. Tas varētu izpausties tā, ka papildus tām sociālā nodokļa iemaksām mēs papildus vēl maksājam kaut kādu summu, kas tad arī nodrošinātu nepieciešamos pasākumus veselības uzturēšanai, kad tas strādājošajam nodokļu maksātājam ir nepieciešams. Piemēram, Igaunijā vidējais igauņis par veselību ik mēnesi maksā 130 eiro – ne daudz, ne maz, bet tomēr katru mēnesi veselības uzturēšanas fondā tiek iemaksāta zināma naudas summa. Par to, lai veselības sistēma tiktu uzturēta. Ir, protams, iespēja šādu procentuālo maksājumu pielikt, bet Latvijā šobrīd, jāteic kā ir, pensionāru un strādājošo skaitliskā attiecība ir sarežģīta, līdz ar to mums jau ir relatīvi augsts ienākumu nodoklis un tur likt kaut ko klāt, tad tie darba nodokļi ļoti pieaug. Mēs ar to neko nevaram – nodokļi ir drausmīgi un konkurētspēja ir zema.

6. Cik daudz līdzekļu būtu nepieciešams, lai izglītības sistēma funkcionētu labi?

Arī izglītībai, protams, būtu nepieciešams labs finansējums, bet veselībai, manuprāt, šobrīd ir nepieciešams lielāks finansējums, par spīti tam, ko saka izglītības arodbiedrība. Veselība ir kritiskākā stāvoklī.

7. Tā kā veselība ir viena no apspriestākajām un arī aktuālākajām nozarēm, kā, Jūsaprāt, sabiedrība pati var sevi pasargāt tieši veselības pakalpojumu sakarā? (piemēram, kādas speciālas iemaksas vai tā pati apdrošināšana)

Katrs var veidot sev kādus maksājumus, protams. Nekādu citādu metožu jau īsti nav, jo veselības nozares finansējums šobrīd ir tāds, kāds ir, līdz ar to, cilvēkiem ir jācenšas veidot sev kādu drošības spilvenu. Ja ne gluži apdrošināšanu, kas būtu ideālais variants, tad vismaz izveidot kādu finansiālu drošības aizsegu, lai, nepieciešamības gadījumā, mēs varam paši par sevi pietiekami parūpēties.

8. Kā vērtējat šī brīža sabiedrības iesaisti sociāli nozīmīgos procesos?

Tā noteikti varētu būt lielāka. Tā pati piedalīšanās vēlēšanās un dažādās elektroniskas iniciatīvās.

9. Kāda ir Jūsu, kā sociālās drošības un veselības aizsardzības eksperta sadarbība ar sabiedrību?

Tiešā veidā maza, bet, ņemot vērā saikni ar medijiem un tālāk nodoto informāciju caur tiem – tad liela, jo sabiedrība saņem manu viedokli. To tad varētu saukt par sava veida sadarbību, kas ir ne mazāk svarīga.

10. Kāda ir Jūsu, kā sociālās drošības un veselības aizsardzības eksperta sadarbība ar medijiem?

Ar medijiem man ir diezgan liela sadarbība. Protams, es speciāli nekur neeju mediju vidē, taču mani bieži intervē. Bieži nākas sadarboties ar medijiem.

11. Kāda ir Jūsu, kā sociālās drošības un veselības aizsardzības eksperta sadarbība ar politiķiem un ministrijas pārstāvjiem?

Ļoti regulāra un bieža sadarbība ar politiķiem un ministriju pārstāvjiem man ir tieši ikdienā. Tas principā ir mans darbs, jo es piedalos dažādās komisiju sēdēs un sapulcēs, arī šodien iešu uz komisijas sēdi. Tā ka ikdienišķi ar viņiem visiem strādāju ļoti sistemātiski un regulāri.

1. Kā Jūs vērtējat 2017. gada budžetu? Un, salīdzinājumā, ar iepriekšējiem gadiem?

Ir nepareizs budžeta izskatīšanas un pieņemšanas pasākums Saeimā – budžeta projekts tiek nosūtīts attiecīgajā dienā piecos pēcpusdienā un tad attiecīgi visu vakaru un nakti notiek apspriedes un tā pieņemšanas izskatīšana. Bet nākamā sēde ir no rīta deviņos. Līdz ar to, ir ļoti grūti objektīvi un kritiski sekot līdz budžeta pieņemšanas gaitai. Arī šogad tas laiks bija stipri neliels. Īss bija arī budžeta priekšlikumu iesniegšanas termiņš.

2. Kādas ir būtiskākās problēmas šajā budžetā? Kāpēc tieši tās? Un, kā tās varētu risināt?

Liels trūkums ir tas, vairāk jau tieši uz politiķiem – speciālistiem attiecināms (kas ir ārsti, ekonomisti, mācībspēki vai fiziķi, piemēram), ka ir tā slēptās spēles vide un neiespējamība konstruktīvi runāt un diskutēt, jo šis mazais laiks nostāda savu laiku un termiņu, lai izskatītu tos lielos kalnus (budžeta likumprojekts).

Vēl pārmetums šī gada budžetam ir milzīgais deputātu kvotu skaitlis. Šogad tas bija neiedomājams ārpriests – 29 miljoni eiro.

Ziniet, hokejā ir vienota cīņa par uzvaru, bet valdībā tādas trūkst.

3. Kā vērtējat izglītības un veselības nozaru šī brīža stāvokli un, kāds varētu būt risinājums, lai šo nozaru stāvokli uzlabotu?

Veselības nozarē ir lielas problēmas, kaut vai tā pati diagnostika, piemēram, maziem bērniem, kuri varētu būt veseli un ilgi dzīvot, saslimst ar smagām slimībām, kurām valsts nevar palīdzēt ar savu finansējumu, līdz ar to, viņiem netiek nodrošināta dzīves kvalitāte un viņi mirst, nesagaidot vai nu savu kārtu pie ārsta, vai arī pie tā netiekot vispār. Šiem bērniem būtu jābūt Čakšas uzmanības lokā.

Vēl nopietna problēma veselības sektorā, par jau tika runāts iepriekš – nav sistēmas, kas identificētu ātrās palīdzības izsaucēja atrašanās vietu. Un katru gadu šī fakta dēļ, Latvijā mirst 50 cilvēku, nesagaidījuši palīdzību un, kuri varētu dzīvot ilgi un kvalitatīvi. Šim projektam bija nepieciešami 7 miljoni eiro, bet to nepieņēma. Līdz ar to sanāk, ka visi šie cilvēki – gan bērni, gan palīdzību nesaņēmušie, būtu varējuši dzīvot ilgu un kvalitatīvu dzīvi, bet tas nenotiek, jo nav elementāra finansējuma. Netiek uzklauti argumenti un ieteikumi. Tāpēc bieži vien žurnālisti pārmet, kāpēc nav bijusi pietiekami aktīva rīcība priekšlikumu izteikšanā, bet Saeimā var just tādu kā pretestību

pret visiem ieteikumiem un tad jau arī zūd motivācijas kaut ko rosināt tālāk. Ar izglītību ir tas pats. Izglītības nozare ir labi finansēta (atskaitot zinātni), bet slikti organizēta. Ir noteikts, ka katru gadu zinātnei ir jāatvēr noteikta naudas summa, lai veicinātu inovācijas, pētījumus un zinātnes attīstību Latvijā, bet tas nenotiek un zinātne ir palikusi vēl zemākā stadijā par pedagogu atalgojumu un vispārējo izglītības sistēmu. Ir gadiem tiražētu likumu un priekšlikumu ar tādu politisko mērķi, ka, redziet, es taču cīnos, bet viss galu galā paliek pa vecam. Tas ir kā tāds teātris ar iestudētām ainiņām. Tiek spļauts virsū likumiem.

4. Kā uzlabot tieši veselības nozari?

Ir nepieciešams nodrošināt Satversmē garantēto – kur ir garantēts katram no mums pienākošais veselības minimums (piemēram, represētajiem pēc likuma pienākošās rehabilitācijas). Valsts spēlējas ar likuma neievērošanu.

5. Vai, Jūsaprāt, sabiedriskais medijs – Latvijas Radio – pietiekami atspoguļoja ar valsts budžetu saistītus tematus? (jo īpaši veselības un izglītības nozares)

Manuprāt, jā. Man ar medijiem ir laba sadarbība. Īpaši labi viņi parādīja komiskumu tad, kad nakts melnumā tika izskatīts valsts budžets – tas tiešām bija labi! Ir jārāda tas, cik ļoti bezjēdzīgi ir īsā laika posmā izskatīt tādu daudzumu ar dokumentiem!

6. Kāds ir Jūsu viedoklis – vai sabiedrības līdzdalība politiskajos procesos ir pietiekama? Ja nē, tad, kā to varētu veicināt?

Ir atklātas sēdes un translācijas, un katrs, kuram ir vēlme iesaistīties, uzdot sev interesējošos jautājumus, to var darīt. Tomēr bieži vien tas ir formāli, jo it kā – tas viss ir noteikts, ka, jā, to var droši darīt, bet reālajā dzīvē.. viens piemērs ar tiesībsargu (kurš pārstāv sabiedrības intereses). Viņš bija atnācis uz Saeimu, laisniegtu savu gada ziņojumu, taču neviens viņu neuzklausīja vairākas stundas un, kad beidzot uzklausīja, tad vairums no politiķiem tajā laikā darīja ko citu un zāle bija pustukša. Šāda lietas tiek ignorētas. Un ir vairākas lietas, kuras tiek risinātas, pateicoties tikai kādām sociālajām organizācijām.

7. Kādai, Jūsaprāt, ideālajā variantā, būtu jābūt sabiedrības iesaistei un līdzdalībai valstiski nozīmīgos procesos? (viens no tiem, valsts budžets un tā pieņemšana)

Tai, protams, visideālākajā variantā būtu jābūt daudz augstākai un aktīvākai.

8. Kāda ir Jūsu kā politiķa sadarbība ar sabiedrību?

Es bieži komunicēju sociālajos tīklos, kur ziņoju par visām, manuprāt, svarīgajām lietām. Arī atsevišķi, individuāli mani var uzrunāt, es esmu publiski pieejams.

9. Kāda ir Jūsu kā politiķa sadarbība ar medijiem? (jo īpaši ar sabiedrisko mediju – Latvijas radio)

Arī ar medijiem man ir laba sadarbība, es nevairos no tiem. Kad neesmu aizņemts, tad vienmēr esmu atvērts diskusijām un intervijām.

10. Kāda ir Jūsu kā politiķa sadarbība ar pārējiem politiķiem un ministriju pārstāvjiem?

Ļoti regulāra un ikdienišķa. Mēs kopā strādājam un risinām problēmas.

11. Kāda varētu būt Latvijas valsts budžeta attīstība un perspektīvas nākotnē? Vai gaidāma budžeta izaugsme?

Manuprāt, Latvijas valsts budžetam trūkst prognozējamība, tajās lietās, kuras cilvēkiem ir svarīgas, piemēram, ar nodokļiem saistīti jautājumi, ar uzņēmējdarbību, cenām. Līdz ar to, trūkst arī uzticēšanās, kas ir ļoti svarīgs elements sabiedrība – valsts attiecību izpratnē. Būtībā, Latvijas valdība ir kļuvusi par burta kalpiem un tas galīgi neveicina uzticības un prognozējamības elementus. Nasta uz strādājošo, pelnošo ir milzīga.

Kopumā es skatos, protams, progresīvi, bet šī prognozējamība ir būtisks aspekts. Neviena ģimene ar visiem bērniem taču nepārvāksies uz ārvalstīm, ja tai šeit viss būs labi. Piemērs, ar nekustamā īpašuma nodokli. Ja cilvēki, kuri gadu simtiem ir dzīvojuši savā valstī un tagad pēkšņi viņi vairs nevar samaksāt par saviem īpašumiem, tad kaut kas ar to valsti nav kārtībā. Protams, tad viņi sāks domāt, kā to nodokli nemaksāt. Jā, tā ir tāda kā burta kalpu paaudze, kura stingri ievēros visas normatīvās normas un kontrolē, bet nav uz rezultātu orientēta. Visas šīs lietas nerada valsti par tādu, kādu mēs gribētu.

11. pielikums. Latvijas Izglītības un zinātnes darbinieku arodbiedrības priekšlikumi

2017. gada valsts budžetā



Latvijas Izglītības un zinātnes darbinieku arodbiedrība

Reģistrācijas Nr. 40008043830 Bruņinieku iela 29/31, Rīga, LV-1001, Latvija
Tālrunis, fakss: 672 70 273, e-pasts: lizda@lizda.lv www.lizda.lv

23.08.2016. Nr.96

Latvijas Valsts prezidentam R.Vējonim
Saeimas priekšsēdētājai I.Mūrniecei
Ministru prezidentam M.Kučinskim
Finanšu ministrei D.Reizniecei – Ozolai
Izglītības un zinātnes ministram K.Šadurskim
Saeimas Izglītības, kultūras un zinātnes komisijas priekšsēdētājai I.Viņķelei un
deputātiem
Saeimas Budžeta un finanšu (nodokļu) komisijas priekšsēdētājam J.Vucānam un
deputātiem
Frakcijai “Vienotība”
Zaļo un Zemnieku savienības frakcijai
Nacionālās apvienības “Visu Latvijai!”-“Tēvzemei un Brīvībai/LNNK” frakcijai
Frakcijai ”Saskaņa”
Frakcijai ”No sirds Latvijai”
“Latvijas Reģionu apvienības” frakcijai

Par LIZDA priekšlikumiem 2017.gada valsts budžetā

Latvijas Izglītības un zinātnes darbinieku arodbiedrība (LIZDA) vienmēr iestājas par savu biedru tiesībām un interesēm, un vienmēr cenšas būt konstruktīvs sadarbības partneris. LIZDA aktīvi seko un savu iespēju robežās piedalās izglītības un zinātnes politikas veidošanas procesos.

Ņemot vērā, ka valdībā notiek intensīvs darbs pie likumprojekta “Par valsts budžetu 2017.gadam” un likumprojekta “Par vidēja termiņa budžeta ietvaru 2017., 2018. un 2019.gadam”

LIZDA rosina, ka 2017.gada valsts budžetā un turpmāko gadu budžetos nepieciešams iekļaut sekojošas pozīcijas:

- pieprasīt finansējumu **Zinātniskās darbības likuma 33.panta otrās daļas nodrošināšanai** (īkgadēju finansējuma pieaugumu zinātniskajai darbībai ne mazāku par 0,15 procentiem no iekšzemes kopprodukta, līdz valsts piešķirtais finansējums zinātniskajai darbībai sasniedz vismaz vienu procentu no iekšzemes kopprodukta);
- pieprasīt finansējumu **Augstskolu likuma 78. panta septītās daļas nodrošināšanai** (īkgadēju finansējuma pieaugumu studijām valsts dibinātās augstskolās ne mazāku par 0,25 procentiem no iekšzemes kopprodukta, līdz valsts piešķirtais finansējums studijām valsts dibinātās augstskolās sasniedz vismaz divus procentus no iekšzemes kopprodukta). Papildus finansējums nodrošinātu minimālās darba algas palielinājumu tehniskajiem darbiniekiem, kuru ir plānots palielināt no 2017.gada 1.janvāra;
- pamatojoties uz Valdības rīcības plānu, no 2017.gada 1.janvāra paredzēt finansējumu **sociālā atbalsta programmai pedagogiem 60+**, kuri skolu tīkla optimizācijas rezultātā zaudēs darbu;
- izstrādāt **pedagogu darba samaksas paaugstināšanas grafiku**, pamatojoties uz Izglītības likuma 53.panta otro daļu, kā arī LIZDA vienošanos ar valdības pārstāvjiem, kur abas puses akceptē, ka 2016.gada 5.jūlijā pieņemtie Ministru kabineta noteikumu „Pedagogu darba samaksas noteikumi” un “Par valsts budžeta mērķdotāciju pedagogu darba samaksai pašvaldību vispārējās izglītības iestādēs un valsts augstskolu vispārējās vidējās izglītības iestādēs” ieviešanas rezultātā nākotnē būs jāveic skolu tīkla optimizācija un ietaupītie finanšu līdzekļi jāatstāj nozares rīcībā;
- paredzēt papildus finansējumu pedagogu **profesionālās darbības kvalitātes novērtēšanas** turpināšanai, jo 2016.gada 5.jūlijā apstiprinātie MK noteikumu Nr.350 “Pedagogu profesionālās darbības kvalitātes novērtēšanas kārtība” grozījumi (MK not. Nr.446 05.07.2016.) ir pretrunā ar Izglītības likuma 49.1. pantu un pārkāpj vienlīdzības un tiesiskās palāvēības principu.

LIZDA vienmēr ir gatava aktīvai līdzdalībai un sadarbībai jautājumos, kas skar izglītības un zinātnes nozarē strādājošo intereses.

Cerot uz veiksmīgu sadarbību un patiesā cieņā,

LIZDA priekšsēdētājas p.i.
Priževoite

Ilze

Maģistra darbs

„Valsts budģeta pieņemšanas atspoguļojums Latvijas Radio raidījumos „Krustpunktā”, „Pusdiena” un „Dienas notikumu apskats””
izstrādāts LU Sociālo zinātņu fakultātē.

Ar savu parakstu apliecinu, ka pētījums veikts patstāvīgi, izmantoti tikai tajā norādītie informācijas avoti.

Darba apjoms (neskaitot titullapu, satura rādītāju, apzīmējumu sarakstu, izmantotās informācijas avotu sarakstu, pielikumus, dokumentāro lapu un zemspvītras atsauces) ir 166 702 rakstu zīmes (ieskaitot intervālus).

Autors:

Laima Baumanē

Rekomendēju/nerekomendēju darbu aizstāvēšanai

(atbilstoģo pasvītrot)

Vadītāja: Dr. soc. pol. Ieva Bērzģņa _____ . ____ .2017.

(personiskais paraksts)

Recenzents: Asoc. prof. Daina Bāra _____

(personiskais paraksts)

Darbs iesnieģts Politikas zinātnes nodaļā 30.05.2017.

Dekāna pilnvarotā persona: metodiķe Inģa Poļaka

Darbs aizstāvēts maģistra gala pārbaudģjuma komisģjas sēdē

____.06.2017. prot. Nr. _____

Komisģjas sekretārs: _____ *(personiskais paraksts)*