

LATVIJAS UNIVERSITĀTE
HUMANITĀRO ZINĀTŅU FAKULTĀTE
KULTŪRAS UN SOCIĀLĀS ANTROPOLOĢIJAS STUDIJU
PROGRAMMA

AUTENTISKUMA KONSTRUĒŠANA: “BĒNIŅI” UN TO REPREZENTĀCIJA
SOCIĀLANTROPOLOĢISKS SKATS UZ LATVIJAS TELEVĪZIJAS RAIDĪJUMU
“PROVINCE”

MAĢISTRA DARBS

Autors: **Aiga Adamoviča**

Studenta apliecības Nr.: aa13057

Darba vadītājs: Agnese Cimdiņa, PhD

RĪGA 2015

ANOTĀCIJA

Šajā darbā apkopotais etnogrāfiskais materiāls apskata to, kā caur “citādā” veidošanu, zināmu marģinalizāciju, kā arī reprezentatīvu līdzekļu izmantošanu, tiek radīts stāstījums par “autentisku” dzīvi ārpus pilsētas - dzīvi provincē, laukos. Atrāžojot publiskajā diskursā izmantotās aktualitātes, apstrādājot tās subjektīvā veidā un pieslēdzot žurnālistikas kultūras autoritāti, tiek radīts patērējams kultūras produkts, kas reprezentē raidījuma veidotāju redzējumu par dzīvi ārpus pilsētas.

Atslēgas vārdi: autentiskums, patiesības režīms, citālais, marģinalizācija, reprezentācija, vara

ANNOTATION

The ethnographic evidence gathered for the purposes of this paper reflects how a narrative of an “authentic” life outside the city – a life in the province or in the countryside - is developed via creating “the other”, a certain degree of marginalisation as well as the use of representational means. By discussion of the issues reflected in the public discourse as viewed through a subjective lens and the application of the cultural authority of journalism, a cultural consumer product is developed which represents the documentary authors' reflection on life outside the city.

Key words: authenticity, regime of truth, the other, marginalisation, representation, power

SATURS

Ievads	4
1. Pētāmie cilvēki	6
2. Teorētiskais ietvars.....	11
3. Metodoloģija	19
3.1. Ieiešana laukā un mana loma lauka darbā	19
3.2. Pētniecības metodes un datu analīzes organizēšana	21
4. Etnogrāfija	24
4.1. Ievads	24
4.2. Diskurss “centrs – perifērija, metropole - province”.....	26
4.3. Raidījuma dalībnieku identificēšana	33
4.4. Raidījuma filmēšanas process	38
4.5. Raidījuma montāža	55
Secinājumi	63
Pateicība	67
Izmantotā literatūra	68

IEVADS

Kultūras antropoloģe Rūta Benedikta (1887-1948) ir savulaik apgalvojusi, ka antropoloģiskā darba mērķis ir padarīt pasauli drošāku dažādajiem cilvēkiem, kas to apdzīvo (*“the purpose of anthropology is to make the world safer for human differences”*). Tomēr pirmkārt un galvenokārt, sociālantropologi pēta cilvēkus viņu sociālajā mijiedarbībā – tas ir, veidus, kā cilvēki sazinās un veido sociālās saites ar citiem sabiedrības locekļiem. Antropologu zināšanas tiek iegūtas ciešā un atkārtotā saskarsmē ar citiem sabiedrības locekļiem, kas sniedz informāciju par dažādām kultūrām un dažādiem veidiem, kā var izdzīvot vai konceptualizēt savu vietu pasaulē (Agar:1996).

Galvenais veids, kādā tiek konstruētas antropologu zināšanas par citiem cilvēkiem un “citādo” (*“the other”*), ir piedalīšanās šo cilvēku ikdienas dzīves laikā un telpā, vērojot viņus darbībā. Antropoloģijas “centrālais pārejas rituāls ir lauka darbs, kura romantika ir bijusi saistīta ar tā izpēti, kas atrodas tālumā (*“viscitādāko no citādākajiem”*) [Hannerz: 1986]) (Gupta, Ferguson, 1992:6). Sociālantropoloģijas lauka darba galvenā metode ir līdzdalīgais novērojums. Izmantojot šo metodi, sociālantropologs gūst informāciju par pētījuma dalībniekiem, sauktiem par informantiem, vienlaicīgi uzzinot daudz jauna par sevi un tālāk pamato savu interpretāciju par otru cilvēku salīdzināšanas un pretstatīšanas ceļā (Freidenberg: 1998).

Vairāk kā desmit gadus televīzijas ēterā esmu sekojusi Latvijas Televīzijas pirmā kanāla dokumentālā raidījuma “Province” sižetiem. Ar zināmu rituāla piegaršu gaidīju svētdienas vakarus, lai pieslēgtos “lauku” cilvēku “realitātei” televīzijas ekrānā. To darīju bez īpaši dziļākas sižetu satura analīzes ar mērķi pavērot “citu dzīvi” no malas. Mani saistīja raidījuma saturiskais elements sižetu dalībnieku stāstījumos un atziņās par sevi un viņu pasaules redzējums. Arī raidījuma vizuālā estētika spēlēja nozīmīgu lomu manas intereses veicināšanā.

Cilvēkpētniecība un savu secinājumu konceptualizēšana par sabiedrību un tās dažādajām grupām, kā arī to salīdzināšana ar citām sabiedrības interpretācijām, mani vienmēr ir fascinējusi. Apzinoties, ka ir radusies iespēja apvienot personīgo (ziņkāri) ar lietderīgo

(akadēmiskais darbs), nolēmu lūgt Latvijas Televīzijas pārstāvjus atļauju piedalīties raidījuma tapšanā. Sākotnējais plāns paredzēja manu dalību visā raidījuma tapšanas procesā - no raidījuma sižetisko ideju izvēles līdz sižetu gala versiju veidošanai.

Darba izpētes fokuss radās pārdomu rezultātā, kas ilga vairākus mēnešus, līdz galam kristalizējoties jau antropoloģiskā lauka darba procesā. Maģistra darbs atspoguļo izpētes procesu no tā pirmsākumiem, noslēdzoties ar lauka darba rezultātā tapušajiem secinājumiem. Darbā esmu iekļāvusi arī savus emocionālos novērojumus un pārdzīvojumus izpētes gaitā, kas lasītājam var sniegt papildus ieskatus konkrētajā lauka darbā.

Dotā maģistra darba pamatuzstādījums ir pētīt to, ar kādiem nosacījumiem un kritērijiem televīzijas raidījuma veidotāji izprot “autentisku” dzīvi laukos un konstruē un reprezentē šo izpratni tālāk televīzijas auditorijai. Šo uzstādījumu plānoju skatīt ar tādu analītisko rīku palīdzību, cita starpā, kā “citādība”, “reprezentācija” un “vara”. Metodoloģijas sadaļā esmu uzskatījusi manis pielietotos metodoloģiskos rīkus antropoloģiskās analīzes veikšanai, kā arī atzīmējusi darba ētiskos aspektus. Etnogrāfijas sadaļa balstās uz iegūtajiem datiem visos raidījuma tapšanas procesos, sākot ar raidījuma dalībnieku identificēšanu, filmēšanu un nofilmētā materiāla montēšanu. Secinājumu daļa iekļauj datu analīzes rezultātā radušos novērojumu konceptuālu analīzi un identificē iespējamus tālākos pētniecības virzienus.

1. PĒTĀMIE CILVĒKI

“Province” ir viens no Latvijas Televīzijas (LTV) dokumentālajiem raidījumiem. LTV ir valsts sabiedrība ar ierobežotu atbildību, kas raida kopš 1954. gada 6. novembra. “Darbības nodrošināšanai LTV no valsts budžeta saņem ap 60%; pārējā summa Latvijas Televīzijai jānopelna ar tiešo darbību un reklāmas ieņēmumiem” (avots: www.ltv.lsm.lv). Raidījuma veidotāji atklāj, ka LTV raidījumu saturs tiek orientēts auditorijai vecumā no 25-45 gadiem.

Raidījuma “Province” veidošana Latvijas Televīzijas pirmajā kanālā tika uzsākta pirms 19 gadiem. Šobrīd raidījuma raidlaiks ir pulksten 18:20 svētdienas vakarā. Attīstoties citiem televīzijas translēšanas veidiem, raidījums ir pieejams arī Latvijas sabiedrisko mediju mājas lapā www.lsm.lv un mājas lapā www.youtube.com.

Raidījuma mērķis ir televīzijas auditorijai parādīt dzīvi ārpus pilsētas – dzīvi provincē jeb laukos. Kā stāsta raidījuma veidotāji, “Province” ir vienīgais Latvijas Televīzijas raidījums, kas brauc uz tālajiem laukiem - vairāk nekā 100 kilometrus ārpus Rīgas. Raidījuma veidotāji sociālajā tīklā “Facebook” sevi pozicionē šādi:

“Īstā dzīve ir ārpus Rīgas.

Latvija neaprobežojas tikai ar Rīgu, kur mīt nedaudz vairāk par 700 tūkstošiem iedzīvotāju. Lielākā daļa mūsu valsts iedzīvotāju dzīvo ārpus galvaspilsētas. Viņi cīnās par savu vietu mūsdienų sabiedrībā, viņi ir mākslinieki, uzņēmēji, viņi aizstāv savu īpašumu, viņus ir izaicinājis liktenis, viņi ir gatavi būt šīs valsts neatņemama sastāvdaļa un nereti saskata tajā notiekošās nejēdzības.

"Province" tas ir stāsts par cilvēkiem. Mēs ticam, ka tieši tā ir mūsu valsts galvenā vērtība”.

Uzmetot nepadziļinātu sociālantropoloģisku skatu uz augstākminēto refleksiju, var pamanīt uzsvaru uz apgalvojumu par “īsto” dzīvi, kuru raidījuma veidotāji pazīst un zina, kur tādu atrast. Vienlaicīgi var novērot arī vairākkārtīgu atsauci uz “valsti”, kurā notiek “nejēdzības”, neskatoties uz kurām cilvēki vēlas šajā “valstī” dzīvot un pat “aizstāvēt savu

īpašumu”.

Latvijas publiskajā telpā un medijos sadzīvo daudzšķautņains un brīžiem pretrunīgs diskurss par “dzīvi provincē”, “laukiem” un “dzīvi laukos”. Termini “province” un “lauki” šajā darbā tiek skatīti kā sinonīmi, lai arī var iekļaut subjektīvas interpretācijas atšķirības, piemēram, “province” var iekļaut arī nelielas pilsētas vai ciemus ārpus galvenā centra, savukārt atsauce uz “laukiem” parasti nozīmē mazapdzīvotas vietas ārpus pilsētas, piemēram, viensētas ar piegulošām zemes un mežu teritorijām. Kā var noprast no raidījuma veidotāju uzstādījuma sociālajā tīklā “Facebook”, viņu “provinces” interpretācija iekļauj jebkuru apdzīvotu vietu ārpus Rīgas.

Pirmkārt, lauki tiek pozicionēti kā atpūtas un relaksācijas vieta ārpus pilsētas. Interneta foruma www.maminuklubs.lv lasītāji uzsver, ka “nenīksim vasarā Rīgā uz asfalta... laukos... apkārt ir zaļa zāle, ir netālu upe, ir mežs, ir svaigs gaiss”. Arī Iekšlietu ministrijas valsts sekretāre avīzē “Diena” 23.04.2015 atzīst, ka “... 9. maijs šogad ir brīvdiena, kad cilvēki dodas uz laukiem..”. Otrkārt, lauki ir vieta, kurā notiek “smags darbs”. ““Arī tagad dzīve laukos pārsvarā ir smags darbs, bet pilsēta vilina ar šķietami vieglāko dzīvesveidu,” pilsētas pievilcību laucinieku acīs skaidro Aija Priedīte” (portāls www.kasjauns.lv “Dzīve pilsētā vai laukos. Vai rīdzinieki vispār ir cilvēki?”) Treškārt, lauki tiek postulēti kā vieta, kas ietver un reprezentē iepriekšējo paaudžu jeb “senču” vērtības un zināšanas. Tā, piemēram, bijusī Kultūras ministre Žanete Jaunzeme – Grende ir savulaik rosinājusi “mazos lauku uzņēmējus vēl vairāk pievērsties latvisko vērtību izkopšanai, kuras paaudžu paaudzēs esam mantojuši no saviem senčiem” (portāls www.ziemellatvija.diena.lv, “Lauku tūrisma uzņēmēji, tostarp lauku mājas „Donas”, pirmo reizi saņems kultūras zīmi „Latviskais mantojums”, 2013. gada 8. maijs).

Ceturtkārt, publiskajā telpā tiek paustas bažas par to, ka lauku iedzīvotāji ievērojamā skaitā pārceļas no laukiem uz dzīvi pilsētā. Lauki tiek apzīmēti kā “izzūdošs” lielums. Piemēram, avīze “Diena” 26.04.2015 rakstā “Pēdējie pircēji” apskata autoveikalu fenomenu, uzskatot, ka “līdz ar Latvijas lauku iztukšošanos autoveikaliem samazinās ienākumi, bet palielinās to funkcijas”.

“Lauku” definīcija vienlaicīgi ietver arī atsauci uz fiziski nodalītu teritoriju ārpus pilsētas. Šeit ir jāpatur prātā, ka vietas vai komūnas izpratne attiecas gan uz atsevišķi nodalītu

telpu, gan uz savstarpējo saziņu. Tādējādi vietas identitāte veidojas no šāda savienojuma: vietas īpašā saistība ar citām hierarhiski organizētām vietām [šajā gadījumā – pilsēta pretstatā laukiem – aut.] un vietas kā komūnas kultūras konstrukcija (Gupta, Ferguson: 1992). Lauki un province, kā idealizētā, neviennozīmīgā, un tādējādi eksotiskā vieta “tur tālumā” “kairina un spokojas” pilsētas iedzīvotāju prātos (līdzīgā veidā ““rases” atšķirība ir spokojusies eiropiešu iztēlē” (Stolcke, 1995:6)).

Transnacionāla publiskā sfēra ir padarījusi jebkādu cieši saistītas komūnas vai lokalitātes sajūtu par novecojušu fenomenu (Gupta, Ferguson: 1992). Arī publiskajā diskursā par laukiem un provinci tiek lietotas atsauces uz “tuvo kaimiņu būšanu” un “ciešākām draudzības un solidaritātes saitēm”. Tādējādi šādas “citādākas” attiecības laukos padara šo “teritoriju ārpus pilsētas” par kaut ko antikvāru, izzūdošu un tādējādi vērtīgu un zināmā mērā eksotisku. Viens no šādiem “idealizēto lauku” konstrukta izmantošanas veidiem ir bijis, pilsētas ietvaros konstruējot industriālā kapitālisma kritiku (Gupta, Ferguson: 1992).

Lauki un province sastāda daļu no publiskā diskursa par latvisko (nacionālo) identitāti, kā piemēram, “visi latvieši nāk no laukiem”, “Īsts latvietis ir no laukiem”. “Īsta” latvieša saistība ar laukiem arī ir vispārpieņemta: “katram latvietim ir kāds, kas dzīvo laukos”. Publiskajā diskursā pretstatu starp pilsētu un laukiem “iemieso” arī šo teritoriju iedzīvotāji: “Viens no populārākajiem ir viedoklis par laucinieku kā naivu, vientiesīgu un vienkāršu cilvēku ar pieticīgākām prasībām pret dzīvi”... Tāpat pilsētnieki tiek uzskatīti par izglītotākiem, bet lauku cilvēki – par dzīvesgudrākiem... Laucinieki tiek uzskatīti par fiziski spēcīgākiem un izturīgākiem,.. [bet vienlaicīgi] ... mierīgākiem un harmoniskākiem (portāls www.kasjauns.lv “Dzīve pilsētā vai laukos. Vai rīdzinieki vispār ir cilvēki?”). A. Gupta un Dž. Ferguson apgalvo, ka, vienmēr izvirzot priekšplānā hierarhiskās varas attiecību sadalījumu telpā, mēs varam labāk saprast procesu, caur kuru telpa iegūst atšķirīgu vietas identitāti (Gupta, Ferguson: 1992).

Diskusijas par nacionālismu publiskajā telpā skaidri parāda, ka valsts spēlē svarīgu lomu populārpolitikā par vietas veidošanu un dabiskotu saišu radīšanā starp vietām un cilvēkiem (Gupta, Ferguson: 1992). Publiskajā diskursā lauki tiek postulēti kā “senču dzīvesvieta” un ka “latvieši vienmēr ir dzīvojuši laukos”. Piederība un dzīve laukos veido vienu no personīgās identitātes formēšanas kritērijiem – piemēram, apzīmējums “cilvēks no laukiem”, kas lielākoties atsauces uz “vienkāršu, iespējams, mazizglītotu personību”. Līdz ar

to tiek radīta neproblemātiska saikne starp identitāti un vietu (Gupta, Ferguson: 1992). Identitāte “cilvēks no laukiem” palīdz veidot identitāti “pilsētnieks”, ar iespējams, “cilvēkam no laukiem” nepiemītošām īpašībām. Pilsētas identitāte tiek izprasta kā solidaritātes un identitātes forma, kas nebalstās uz saistību ar tādu vietu, kur ir svarīgs tuvums un personīgs kontakts (Gupta, Ferguson: 1992). Identitātes apzīmējumu “cilvēks no laukiem” izmanto gan paši lauki iedzīvotāji atsaucē uz sevi, gan pilsētnieki, runājot par lauku iedzīvotājiem. Sabiedriskā “telpa” ir teritorializēta “lauku” un “pilsētas” iedzīvotājos. Atsaucoties uz mūsdienu kolektīvo identitāti, E Saīds šo raksturo kā “vispārēju bezpajumtniecības stāvokli” (Said, 1979:15), kur identitātes tiek aizvien vairāk ja ne pilnībā deteritorializētas, tad vismaz citādāk teritorializētas (Gupta, Ferguson: 1992).

Latvijas Televīzijas mājas lapā www.ltv.lsm.lv raidījumi veidotāji par sevi izsakās šādi:

"Province" – tie ir valsts bēniņi. Tā ir kā savdabīga pasaule, kam ikdienā mēs, viesistabu un guļamistabu apdzīvotāji, nepievēršam daudz uzmanības. Laiks šeit rit pēc citiem likumiem. Tas atnāk gandrīz tikpat ātri, bet aiziet lēnāk un ilgāk kavējas. Katrai valstij un tautai ir vajadzīgi savi bēniņi. Tie dod kādu īpašu stabilitāti, kas nekā citādi nav iegūstama. Bēniņu lielākā bagātība ir to spēja būt citādiem..."

Maģistra darbā plānoju pētīt, kā raidījuma veidotāji atspoguļo šo “savadbīgo pasauli” - “bēniņus” - kur ir atrodamas un parādāms kas būtisks, ko citi neredz. Kas palīdz raidījuma veidotājiem šo “savadbību” saskatīt? Vai šo “pasauli” iespējams notvert un fiksēt ar televīzijas kameru vienas dienas filmēšanas vizītē? Ar kādiem līdzekļiem šis redzējums tiek konstruēts un nodots tālāk? Kāpēc un kam šāds stāstījums vispār ir nepieciešams? Veidotāji pauž, ka province - “bēniņi” - ir citādāki nekā pilsētu iedzīvotāji. Šis ir visnotaļ poētisks provinces iedzīvotāju apraksts, kurā termins “lauki” vai “province” netiek izmantots. Papildus raidījuma veidotāji veido dalījumu “pilsēta-lauki”, kur pilsētnieki ir reprezentatīvo vai koptāko telpu – viesistabu un guļamistabu - iemītnieki, savukārt lauku iedzīvotāji apdzīvo bēniņus, kam kāds nepievērš nepieciešamo uzmanību.

“Province” ir dokumentāls raidījums. Dokumentāls stāstījums balstās uz patiesiem notikumiem, nav izdomāts un tiek radīts “ar mērķi dokumentēt kādu realitātes aspektu, galvenokārt, izglītošanas vai vēsturiska pierādījuma saglabāšanas mērķiem” (avots: *Oxford English Dictionary*).

Džons Grīrsons (*John Grierson*, 1898-1972) tiek uzskatīts par frāzes “dokumentālais kino” radītāju. Grīrsons redzēja dokumentālo kino kā iespēju interpretēt moderno pasauli caur radošu esošās realitātes apstrādi (Curthoys: 2006). Savukārt, padomju dokumentālā kino aizsācējs Dziga Vertovs dokumentālā kino izaicinājumu saskatīja tā iespējā prezentēt dzīvi “tādu, kāda tā ir” (tas ir, dzīvi, kuru nepārtraukti filmē) un dzīvi, kas “noņerta momentā” (tas ir, dzīvi, kuru “pārsteigusi” operatora kamera).

“Realitāte” ir sociāli konstruēts jēdziens ar dažādām nozīmēm un interpretācijām, tieši tāpat, kā ir dažādi veidi, kā risināt cilvēciskās dzīves pamatjautājumus. Realitāte nav absolūta un pati par sevi pastāvošs lielums, un jebkurš mēģinājums to fiksēt un nodot tālāk ir pakļauts subjektīvai “realitātes” interpretācijai. Tas, kā cilvēki uzdod un atbild uz jautājumiem, un izmanto kultūras tradīcijas kā saziņas starpnieku arī nosaka viņu realitātes izjūtu un izpratni. Tādējādi realitātes izpratni veido katra indivīda zināšanu kopums par pasauli viņam apkārt. Tieši šo zināšanu izpēte var sniegt analītiskāku priekšstatu par to, kādi kritēriji un vērtējumi veido katra konkrēta cilvēka realitāti (Berger, Luckmann: 1991). Šo savu realitātes izpratni indivīds izmanto tālāk, veidojot attiecības ar citiem sabiedrības pārstāvjiem. Šeit par eksistē “zināma maģija, kad mēs uzliekam tiesības, pienākumus, saistības, privilēģijas, sodus, atļaujas un pilnvarojumus..., lai regulētu attiecības starp cilvēkiem” (Searle, Smith, 2003:286). Turklāt uzskatīt, ka realitāti veido vispirms objektīvi fakti un tikai tad subjektīvs vai personīgs vērtējums nozīmē ignorēt pasaulē esošās varas struktūras un ideoloģijas (Juel: 2006). Cik tālu ir iespējams atspoguļot “realitāti” iespējami objektīvā veidā, neiejaucoties tajā un neieviešot zināmas korekcijas? Kurā brīdī “realitāte” kļūst ne tikai prezentēta, bet re-prezentēta?

Kā raidījuma veidotāji saprot dzīvi provincē jeb laukos un kas veido viņu sapratni? Kāpēc tiek uzskatīts, ka tieši laukos ir “īstā” dzīve pretstatā pilsētai? Ar kādiem vizuālajiem rīkiem un konceptiem šādu “autentisku” dzīvi veidot un atspoguļot? Cik objektīvi ir iespējams atspoguļot šādu dzīvi dokumentālā televīzijas raidījumā - “dzīvi tādu, kāda tā ir”? Caur šo darbu esmu mēģinājusi analizēt augstākminētos jautājumus, rodot dažādus etnogrāfiskos datus un pierādījumus, kas apstiprinātu gūtās atbildes.

2. TEORĒTISKAIS IETVARŠ

Žurnālistikas pieņemtā leģitimitāte sabiedrībā balstās uz pieņēmumu, ka žurnālisti spēj piedāvāt indeksētu un atsaucēm pilnu esošās pasaules (re)prezentāciju, kas tiek dēvēta arī par “īsto dzīvi” un “patiesību”. Žurnālisti pastāv uz to, ka respektē faktus, precizitāti un objektivitāti, uzskatot žurnālistiku par ētisku praksi ar gandrīz reliģiozu pārlicību (Berry: 2008). Ievietojot “realitāti” kā centrālo asi un faktus kā stāsta nesējus, kas atšķir žurnālistus no citiem publiskā diskursa dalībniekiem, žurnālisti pastāv uz spēju narativizēt pasaules notikumus, kas viņus atšķir no citām kultūras balsīm. “Šī spēja ietver rūpīgu atspoguļojumu tam, kā notikumi ir risinājušies “patiesībā”, premisa, uz kuru balstās visa žurnālistika. Vienlaicīgi var novērot arī aizraušanos ar tādu terminu kā “patiesība”. Kaut arī mūsdienās žurnālisti ir mazinājuši savu uzstājību par spēju atainot “patiesību”, šī vēlme “radīt “patiesību” joprojām pastāv” (Zelizer, 2004:100)

Grāmatā “The Elements of Journalism” autori Bill Kovach un Tom Rosenstiel identificē žurnālistiskas pamata principus un prakses. Kā pirmais pamata princips tiek minēts pienākums atspoguļot patiesību (termins tiek izmantots bez “pēdiņām”, kas nozīmē atsauci uz reāli pastāvošu fenomenu). Visas patiesības – pat zinātnes likumi – var tikt pārskatītas, bet tikmēr mēs tās varam izmantot, tāpēc, ka tās ir nepieciešamas un tās strādā. Žurnālistika meklē praktisku un funkcionālu patiesību vai par vairākas patiesības, saskaņā ar kurām mēs – cilvēki - varam darboties ikdienā (Kovach, Rosenstiel: 2007).

Maģistra darbā pielietojamie teorētiskie koncepti un struktūra veidojās pakāpeniski. Sākotnējos antropoloģiskos pavedienus identificēju jau pirmajā virspusējā informācijas analizē par raidījumu (“bēniņu” metafora). Tiem sekoja izpratne par iespējamu raidījuma analīzi ar vizuālās antropoloģijas rīku palīdzību.

Kā minēts iepriekšējā sadaļā, “Province” ir dokumentāls raidījums. Turpinot “patiesības” un “realitātes” meklējuma uzstādījumu, mājas lapā www.ltv.lsm.lv “Province” veidotāji par sevi saka: “Mēs, “Province”, esam diezgan reālistiski depresīva blice. Man šķiet, ka īpaši neļaujamies kārdinājumam plivināties ilūziju mākoņos, arīdžan ar Bārbijas koloristikas aceņu nēsāšanu neizraujamies. Bet – ja nu pēkšņi zaudējam sakaru ar realitāti,

atliek izbraukt ārpus metropoles, un sazemējuma sajūta pašsaprotamu iemeslu dēļ iestājas zibenīgi” (visur autore pasvītrojumi). Tas vedina domāt, ka raidījuma veidotāji dodas raidījumu veidošanas procesā ar attieksmi, ka laukos nāksies saskarties ar “sazemējuma sajūtu” – nolaišanos no kaut kā augstāka, “realitāti”, kas neļaus dzīvot “ilūzijā”. Ilūzijā par ko? Vai tas nozīmē, ka raidījuma veidotāji saskata dzīvē laukos ko tādu, kas sagrauj cerības par kaut ko? Kas ir šī “sazemējumu izraisošā realitāte” “Provinces” veidotāju izpratnē un kā tā tiek veidota?

“Realitāte” nav viennozīmīgi traktējams jēdziens. Atslēgas vārdu, kuru uzskatu par pielietojamu šīs izpētes kontekstā, atradu sarunā starp Latvijas Televīzijas dokumentālo raidījumu veidotājiem. Pārrunājot iespējamo raidījuma saturu, žurnālists plānoja sižetā izmantot vienu potenciālā raidījuma dalībnieka dzīves notikumu, kas raidījumu padarīs par “īstu”, izsakoties šādi: “*.pati saproti... īsts ir īsts un dzīvs ir dzīvs..*” Tas vedina domāt, ka žurnālists zin “īstuma” un “dzīvuma” mēru un apjomu, kuru ir iespējams atrast un vēstīt tālāk.

Tā dzima atslēgas vārds “autentiskums” kā notikumu, dzīves, atspoguļojamās realitātes “dabiskums” (“dabīgums”) un “īstums”. Ričards Blumenbergs (1977) apgalvo, ka objektivitāti medija ierobežojuma dēļ [dokumentālajā kino] nav iespējams sasniegt, taču autentiskums var kļūt par vēlamu kritēriju filmām, kas kandidē uz “patiesības” rādīšanu.

Ejot dziļāk lauka darbā, tālākie etnogrāfiskie novērojumi apstiprināja šī atslēgas vārda piemērotību dotās izpētes kontekstā.

Autentiskums

Autentiskuma jēdziens nav viennozīmīgs. Dž. Štāls (1975) atsaucas uz “autentiskuma” žargonu kā sociālu slimību, kam piemīt neskaidrības un daudznozīmības terminoloģija. Tāpat termina “autentiskums” izmantošana ietver zināmu atbildības momentu (Stahl: 1975).

D. Theodossopoulos (2013) autentiskuma koncepta izmantošanai antropoloģijas analizē saskata tādas dilemmas kā “1) viena “autentiskuma” sagaidīšana, kas mīt kaut kur “dziļumā” vai ārpus sociālās realitātes, 2) pretrunas, kas rodas, pretstatot autentiskumu un neautentiskumu, 3) “tradīciju izgudrošanas” fenomena ironiju”. Vienlaicīgi autors pastāv uz vairāk nekā viena paralēla “autentiskuma eksistenci jebkurā autentiskuma atsaucēs gadījumā”

(Theodossopoulos: 2013).

Antropoloģijas zinātnei jau no pašiem pirmsākumiem ir bijusi profesionāla interese un saistība ar autentiskumu. Lielāka saistība ar autentiskumu varbūt ir bijusi antropoloģijas pētāmajiem subjektiem, nekā tās praktizētājiem, taču diezgan daudz autentiskuma pazīmju var meklēt “citādības” pieredzē un viņu materiālajā kultūrā, kas tādējādi asimilējas antropologa personā (Fillitz, Saris: 2013). Tāpat antropoloģija autentiskuma apgalvojumus ir skatījusi arī jebkādu “patiesības” diskursu kontekstā. Piemēram, antropologs K. Levi-Stross ir pētījis sociālo atzīto maģijas efektivitāti un autentiskus pārdabisko spēku iemiesotājus pretstatā šarlatāniem, kas ir ietvēris gan analīzes, gan drāmas elementus etnogrāfiskajā rakstniecībā (Fillitz, Saris: 2013).

“Citādības autentiskumu” ir pētījis arī Edvards Saīds darbā “Orientālisms” (1978). Darba autors apgalvo, ka tam, kā eiropieši konstruē “citādos” Austrumus, ir divas nozīmes: veidot eiropieša identitāti un konstruēt Austrumus kā zināšanu objektu. Iekrāsojot Austrumus ar radikāli atšķirīgu “citādību”, kam piemīt pārļaicīgs autentiskums, eiropieši sevi apveltīja ar dinamisku un modernu vēsturi un identitāti (Said:1978). Kā “autentisku lauku iedzīvotāju” redz un veido raidījums “Province”?

Autentiskuma radīšanai ir nepieciešamas divas puses. Viena, kas šo autentiskumu meklē, un otra – kas to rada jeb manifestē, turklāt autentiskuma manifestēšana radītājas pusei var iekļaut zināmu izdevīguma un labuma elementu.

THE FAR SIDE® BY GARY LARSON



"Anthropologists! Anthropologists!"

2.1.att. © G. Larsons 1984

Antropoloģiski klasiskajā G. Larsona karikatūrā (1984) attēlotajā starpkultūru (koloniālās) saskarsmes situācijā lūku apgērbos tērptie iezemieši šādi var pievērst antropologu uzmanību un iespējams, gūt no tās kādu prestižu vai labumus. Mūsdienu iezemiešu identitātes politikas kontekstā eksotiskiem ķermeņa apgleznojumiem ir līdzīga stratēģiska nozīme, lai apstiprinātu simboliskos autentiskuma apgalvojumus (Conklin: 1997). Līdzīgā veidā autentiskums, kuru meklē žurnālist - raidījuma veidotāji - ir tikai viena stāsta puse. Otra puse ir tā, kādā veidā raidījuma dalībnieki šādu autentiskumu vēlas parādīt.

Ar izpratni, ka "autentiskums", tāpat kā "realitāte" ir pakļauts daudzšķautņainām interpretācijām un variācijām, plānoju pētīt, kādā veidā "autentiskā" realitāte – jeb "īstā dzīve provincē" tiek meklēta un, iespējams, konstruēta raidījumā "Province".

Citādība un marginalizācija

Raidījuma aprakstā izmantotā provinces (lauku teritoriju) metafora "bēniņi" satur atsauci uz vietu – mājas bēniņiem, kas ir mazāk izmantota ikdienā, iespējams, labi

nepārzināta. Bēniņos tiek glabāti “krāmi” - lietas, kas ikdienā nav vajadzīgas, “prom no acīm” un kuras kāds ir apzināti nolīcis citur. “Bēniņi” nozīmē fizisku atrašanos citur un pat “laiks bēniņos rit citādāk”. Tādējādi cilvēki laukos tiek “nolikti malā” “bēniņos” jau sākotnējā uzstādījumā. Citādais ir vienlaicīgi biedējošs un vilinošs, ar zināmu eksotikas piegāršu. Eksotika padara fenomenu reprezentējamu un saistošu uztvērējauditorijai. E Saīds savas grāmatas “Orientalism” īsā apskatā rezumē, ka tas, kā mēs izjūtam pasauli “tur ārā”, ārpus mūsu teritorijas, veido mūsu pašu sajūtu, ka pārzinām sevi. Nepazīstamo un svešo telpu ārpus savas vietas apdzīvo visāda veida pieņēmumi, asociācijas un izdomājumi (Said:1977). Tādējādi, identificējot kādu citu “tur ārā” vai “bēniņos” kā atšķirīgu no sevis, tiek radīta sava identitāte, te – “viesistabā un guļamistabā”. Raidījuma “Province” ietvaros vienlaicīgi tiek radītas un apstiprinātas visu iesaistīto personu identitātes. Jau raidījuma nosaukums (“province”) informē, ka darbība notiks ne pilsētā vai citā apdzīvotā vietā, bet laukos. Identitātes tiek radītas, izmantojot pretstatu “pilsēta – lauki”. Pilsēta ir tas, kas nav lauki un otrādāk.

Salīdzināšana un atšķirību meklēšana spēlē nozīmīgu lomu tajā, kā mēs iegūstam identitātes sajūtu un sociālo piederību, kas nozīmē atbilstību zināmiem grupas kritērijiem. Ja “mēs” piederam kādai grupai, tad “viņi” nozīmē tos, kas nepieder “mūsu grupai”. Tādējādi identitātēm ir zināms nepiederības, izklaušanas elements. Džordžs Herberts Mīds savā darbā “Prāts, esamība un sabiedrība” nosaka, ka sociālās identitātes tiek radītas caur sociālo saskarsmi ar citiem cilvēkiem un mūsu pašrefleksiju par to, kas mēs esam saskaņā ar šīm sociālajām apmaiņām (Mead: 1967). Mīda darbs analizē, kā identitātes tiek radītas caur vienošanos, konfliktu un pārrunām ar citiem cilvēkiem. Mīds uzskata, ka mēs piemērojam savu uzvedību un pašu tēlu, balstoties uz mūsu saskarsmēm un mūsu pašrefleksijām par šīm saskarsmēm (Mead: 1967).

Simona de Bovuāra savulaik ir apgalvojusi, ka citādā esamība ir fundamentāla cilvēciskās domas kategorija. Cilvēku grupa nevar sevi uzskatīt par atsevišķu vienību (“the One”), neidentificējot otru cilvēku grupu kā citādus (“the Other”) (de Beauvoir: 1949). Identificējot otru cilvēku kā citādāku, atšķirīgu no mums, mēs vienlaicīgi normalizējam sevi. Turklāt sociālajām institūcijām, tādām kā jurisprudenci, medijiem, izglītības un reliģiskajām organizācijām ir īpaša reprezentatīva vara noteikt, kas ir “normāls” un kas ir “citādāks”. Britu sociologs Stjuarts Hols proponē, ka citādības vizuālajai reprezentācijai ir īpaša kultūras

autoritāte un vara (Hall: 1997). Citādības un atšķirības identificēšana un konstruēšana eksistē dzimtes, rases, seksualitāte un reliģijas ietvaros.

Tādējādi viens no teorētiskajiem virzieniem, pēc kura vadoties pētīšu raidījuma veidošanu, ir caur citādības un marģinalizācijas fenomenu, kas nozīmē kādas cilvēku grupas kļūšanu par vai apzinātu izkļaušanu vai atdalīšanu no pārējās sabiedrības. Citādība un marģinalizācija iet roku rokā, kur “citālais” ietver nezināmo “tur ārā” un tādēļ potenciāli apdraudošu un vērojamu no malas. Uzsākot lauka darbu, mani vadīja pārliecība, ka saskaņā ar “atdalīto bēniņu” metaforu, potenciāli var skatīt lauku iedzīvotāju marģinalizāciju. Viens no darba secinājumiem rāda, ka lauku iedzīvotāji ir tikai vieni no marģinalizētajiem raidījuma veidošanas procesā.

Otrs teorētiskais virziens, ņemot vērā, ka “Province” ir vizuālās mākslas sastāvdaļa, iekļauj reprezentāciju, ar kuras palīdzību tiek veidots stāstījums par dzīvi laukos.

Reprezentācija

Reprezentācija ir tādu zīmju izmantošana, kas aizstāj un ieņem kaut kā cita vietu. Nosaucot tās elementus, caur reprezentāciju cilvēki organizē pasauli un realitāti. Zīmes tiek organizētas tā, lai tās veidotu semantiskas konstrukcijas un skaidrotu attiecības (Mitchell: 1995).

Reprezentācija saista nozīmi un valodu ar kultūru. Reprezentācijas ceļā tiek veidota nozīme un notiek tās apmaiņa starp dažādām kultūras grupām. Reprezentācija iekļauj valodas, zīmju un tēlu izmantošanu, kas apzīmē vai reprezentē lietas (Hall: 1997). Dokumentāla raidījuma gadījumā tas var ietvert noteiktu zīmju un apzīmētāju izmantošanu, lai veidotu stāstījumu ar nozīmi par dzīvi provincē. Kādas zīmes un apzīmētājus izmanto raidījuma “Province” veidotāji?

Raidījuma “Province” mērķis ir vēstīt par dzīvi laukos. Televīzijas raidījums izmanto vizuālo prezentācijas rīku, uzņemoties tiesības un atbildību reprezentēt situāciju saskaņā ar noteiktiem kritērijiem, kurus kāds ir noteicis. Raidījums tiek veidots noteiktai auditorijai, kur

var būt svarīga tā atbilstība šīs auditorijas vēlmēm. Vienlaicīgi raidījums ir pakļauts noteiktiem dokumentālā žanra kritērijiem. Tādējādi pēdējie divi uzskaitījumi veido vienlaicīgi raidījuma ietvaru un ierobežojumu.

Reprezentācija un ideoloģija ir cieši saistīti lielumi. “Ideoloģijas, kā “ideju sistēmas” sociokognitīvi tiek definētas kā kopīgas sociālu grupu reprezentācijas, un pat vēl vairāk – kā šādu reprezentāciju “aksiomas” tipa pamatprincipi. Ideoloģijām ir sociāls, kognitīvs un diskursīvs raksturs” (van Dijk, 2006:115). “Diskursīvs” - tātad šāda ideoloģija tiek atspoguļota privātā vai publiskā stāstījumā. Viens no šī vēstījuma publiskiem nodošanas veidiem ir caur vizuāliem, audiāliem un drukātajiem medijiem, kas kalpo kā vienlaicīgi šī diskursa paušanas un pavairošanas platforma.

Izejot no augstākminētā, mediju telpā pastāv reprezentēt valdošajā ideoloģijā paustās nozīmes, vērtības un informāciju. Kā sociālās grupas paštēla pamats, ideoloģijas organizē tās identitāti, darbības, mērķus, normas, vērtības un resursus, kā arī tās attiecības ar citām sociālajām grupām (van Dijk: 2006). Tas iekļauj arī valdošajā ideoloģijā paustās idejas par nacionālo un kultūras identitāti, turklāt ir jārod veidi, kā šo identitāti reprezentēt. Publiskajā telpā var atrast dažādus diskursus, kas saistīti ar nacionālo identitāti. No vienas puses - “nacionālās kultūras integritātes svinēšanu” (Stolcke, 1995:4), no otras – bažas par potenciāli apdraudošu nacionālās identitātes zaudēšanu, piemēram, demogrāfiskās situācijas dramatisēšanā, “latviešiem izmirstot”. “Lauku” diskurss ir nostabilizējies kā “nozīmīga semantiska vieta politiskā diskursa vajadzībām”(Stolcke, 1995:6).

Raidījuma “Province” veidotāji ir izvēlējušies tiesības stāstīt par dzīvi laukos un noteikuši, kādā veidā un ar kādu metodi tas tiks darīts. Dž. Klifords (1988) savā darbā “On Orientalism” drosmīgi apgalvo, ka autoritatīvi citu cilvēku dzīves pārstāstījumi ir ne vairāk, ne mazāk kā fikcija (Clifford: 1988). Šajā gadījumā raidījuma veidotājiem ir tiesības un vara vēstīt (reprezentēt) citas cilvēku grupas (lauku iedzīvotāji) identitāti un noteikt, kas ir autentiska (“īsta”) šīs grupas dzīve un vide. Tādējādi, raidījuma veidotāji zin “patiesību” par “īstumu”.

Franču postmodernisma filozofs Mišels Fuko saista “patiesības” un režīma idejas. 1976. gada 18. februāra lekcijā “Sabiedrība ir jāaizstāv” M. Fuko atsaucas uz “mūsu

patiesības un kļūdas režīmu” un norāda, ka režīms nozīmē zināmu varas izpausmi izšķirt starp patiesību un kļūdu (Foucault: 1976). M. Fuko uzskatā “patiesība” nepastāv ārpus varas. Gluži otrādi – “patiesība” tiek radīta caur dažādiem ierobežojumiem un iekļauj un izraisa “regulētus varas efektus”. Fukoprāt, “patiesība” ir organizētu procedūru sistēma, lai izstrādātu, regulētu, izplatītu un operētu ar apgalvojumiem (Foucault: 1976). Tā ir apļa veidā saistīta ar varas sistēmām, kas to atražo un uztur. Arī publiskais diskurss var tikt skatīts “patiesības” režīma kontekstā M. Fuko izpratnē.

Apkopojot iepriekš minētās teorētiskās ievirzes, dotajā maģistra darbā plānoju pētīt, kā raidījuma “Province” veidotāji saskata un tālāk atspoguļo provinces dzīves “realitāti” un “autentiskumu”. Kāpēc province ir “bēniņi” un pilsētas iedzīvotāji mitinās “guļamistabās” - kāpēc tiek apdzīvotas šādi nošķirtas mājas telpas? Vai lauku iedzīvotāji ir “aizstumti” uz bēniņiem un kas to ir izdarījis? Ar kādiem vizuālās reprezentācijas līdzekļiem raidījuma veidotāji veido stāstījumu – televīzijas raidījumu – par dzīvi laukos? Vai “realitāte” “padodas” televīzijas kamerai un to ir iespējams fiksēt un nodot tālākai auditorijai? Šos un citus jautājumus esmu uzlikusi par mērķi apskatīt šī darba etnogrāfijas nodaļā.

3. METODOLOĢIJA

3.1. Ieiešana laukā un mana loma lauka darbā

Uzsākot lauka darbu, sākotnēji saskāros ar problēmām pozicionēt un atrast savu lomu tajā, kas iekļauj gan antropologa pozīciju, gan manu personību. Ņemot vērā, ka teorētisko ietvaru pirms ieiešanas lauka darbā nedefinēju, saskāros ar neziņu par to, ko vēlos noskaidrot. Šai neziņai bija arī attīstības potenciāls, jo vienlaicīgi guvu iespēju ļauties izziņas un mācīšanās procesam un būšanu atvērtai jebkādas pieredzes gūšanai. Tas ir pakāpenisks process - tiklīdz rodas pirmie pavedieni un izpratne, kādā virzienā tālāk darboties, sāk rasties arī uzdodami jautājumi. Lauka darbā guvu apstiprinājumu tam, ka šaubas par pareizo darbības virzienu ir jāakceptē kā normāla lauka darba parādība. Sastopoties ar “strupceļu”, bet tomēr turpinot iet dziļāk laukā, atklājas tālāki iepriekš neapzināti darbības līmeņi un iespējas, kas paver tālāko virzības ceļu.

Uzticības iegūšanai ir nozīmīga vieta antropoloģiskajā lauka darbā. Tas nozīmē arī līdzsvara saglabāšanu starp informācijas iegūšanu un pārliecīgas uzbāzības nedemonstrēšanu. Tieši šajā lauka darbā vislabāk sapratu līdzdalīgā *novērojuma* nozīmi, kas iekļauj zināmu saplūšanu ar informantu darba ritmu un aktivitātēm (t.s. “fly on the wall” pozīcija). Tikai uzsākot praktiskas lauka darba aktivitātes un piedaloties informantu darba dzīves situācijās, antropologs tiek “akceptēts” un var labāk veikt savas “novērojošās mušas” funkcijas.

Objektivitātes robežu apzināšanās antropoloģiskajā lauka darbā ir klasiska dilemma. Nav viegli nodrošināt antropoloģisko datu ticamību un vienlaicīgi akceptēt lauka darba situāciju tās sociālajā kontekstā un vienlaicīgi mēģināt atdalīt sevi (antropologu) no informantiem. Lai risinātu šo dilemmu – kur antropologs ir vienlaicīgi iekšējs un ārējs sevis novērotājs – antropologam ir jāreflektē par savu pozīciju un jāmēģina noskaidrot informanta pozīcija, lai lasītājs varētu izprast lauka darbu kā interaktīvu procesu (Freidenberg: 1998). Veicot antropoloģisko darbu, esmu izpratusi pašrefleksijas nozīmi un to, kādēļ un balstoties uz kādām rakstura iezīmēm un stereotipiem, veicu tieši tādus novērojumus un secinājumus par citiem. Lauka darba ietvaros novēroju arī personīgās attieksmes maiņu no vērtējošas un tiesājošas attieksmes uz objektīvāku vērošanu un ļaušanos procesam, tā vietā lai kategorizētu

informantus un viņu vērtības atbilstoši manām vērtībām. Antropoloģiskais darbs man kalpoja kā kultūras kritika (Marcus, Fischer: 1986) par sevi, dodot iespēju analizēt savus pieņēmumus par sevi un citiem. Lauka darba rezultātā esmu nonākusi pie uzskata, ka simtprocentīgi “antropoloģisks” antropologs nemaz nav iespējams, ņemot vērā cieši saistīto subjektivitātes aspektu.

Lauka darbā guvu pakāpeniskus secinājumus, kas ļāva vieglāk ieiet katrā nākamajā lauka darba ciklā. Viens no ievērojamākajiem secinājumiem iekļāva to, ka lauka darbs prasa izkāpšanu no savas psiholoģiskās un fiziskās “komforta” zonas un sevis pārvarēšanu. Tas ir nepieciešams, lai pēc iespējas “organiskāk” piemērotos informantu dzīves ritmam un situāciju un grupas noteikumiem tajā.

3.2. Pētniecības metodes un datu analīzes organizēšana

Maģistra darba etnogrāfiskie dati ir gūti lauka darbā, kas norisinājās 2015. gada sākumā (marts – aprīlis) Latvijas Televīzijas dokumentālo raidījumu nodaļā. Ar LTV vadības akceptu guvu atļauju veikt sociālantropoloģisko pētniecību raidījuma “Province” veidošanā. Pārrunu procesā LTV vadība atzīmēja, ka pētījuma rezultāti varētu būt potenciāli noderīgi arī tālākiem LTV mērķiem.

Lielākā etnogrāfisko datu daļa tika iegūta līdzdalīgā novērojuma laikā, piedaloties un vērojot zemāk minētos raidījuma tapšanas posmus. Dotais pētniecības projekts apstiprināja manu pārliecību, ka dziļākas zināšanas un izpratni par saistītajiem procesiem var iegūt tikai līdzdalīgajā novērojumā. Atbildot uz jautājumiem strukturētās vai daļēji strukturētās intervijās informantiem ir iespēja pārdomāt sniegto atbilžu saturu un, iespējams, to modificēt pēc vajadzības, savukārt praksē darbības tiek veiktas ierastā veidā. Tieši šie ierasto informantu darbību novērojumi visprecīzāk raksturo un atspoguļo izmantotās prakses elementus.

Kā iepriekš skaidroju, lai formalizētu iespēju veikt antropoloģisko lauka darbu, Latvijas Televīzijas vadība no manis sagaidīja rakstisku pieteikumu tam, ko vēlos pētīt savā darbā. Pēc mana pieteikuma izskatīšanas oficiāliem mērķiem (pieejas nodrošināšanai LTV telpām) tiku uzskaitīta kā prakses darbiniece bez prakses līguma parakstīšanas. Tādējādi fakts, ka veicu pētījumu tieši raidījumā “Province” ir zināms, un raidījuma nosaukums šajā darbā nav anonimizēts. Raidījuma veidošanas grupas dalībnieku un raidījuma sižetu dalībnieku vārdus un atrašanās vietas neesmu darbā nav identificējusi.

Ņemot vērā manas lomas sākotnējo neskaidrību kā man pašai, tā raidījuma veidotājiem, sākotnēji lūdzu atkārtotu piekrišanu piedalīties katrā izbraucienā un montēšanas notikumā. Pēc tam, kad šāda izpratne par to, kur vēlos piedalīties, bija nostiprinājusies, raidījuma veidotāji pat zināmā mērā sagaidīja, ka piedalīšos kārtējā braucienā. Arī raidījuma filmēšanas procesā raidījuma dalībniekiem skaidroju savu lomu filmēšanā – esmu sociālantropoloģijas studente, kas raksta maģistra darbu un tā ietvaros pēta raidījuma veidošanas gaitu.

Lauka darba ietvaros saskāros ar dažām situācijām, kad uzskatīju par ētisku

nepiedalīties pilnīgi visā filmēšanas materiāla gatavošanas procesā, piemēram, filmēšanā reģionālā slimnīcā dzemdniecības nodaļā, kur raidījuma veidotāji devās intervēt grūtnieces īsi pirms dzemdībām, kā arī telpā ar jaundzimušiem zīdaiņiem. Otrs aspekts šim, protams, ir jautājums, vai arī raidījuma veidotājiem bija ētiski šajās telpās atrasties, lai ievāktu filmēšanas materiālu.

Kā minēts šī darba sākumā, apstiprinot manu pētniecību raidījumā “Province”, LTV vadība uzsvēra savu interesi darba rezultātos. Saskaņā ar šo vienošanos mans pienākums būs iepazīstināt ar šo darbu arī LTV pārstāvjus. Ceru, ka manis veiktie secinājumi varētu būt nodēriģi dokumentālās žurnālistikas mērķiem – “potenciāli objektīvas, neinscenētas cilvēciskās dzīves dažādības” dokumentēšanai.

Raidījuma filmēšana iepriekš raidījuma veidotāju iepriekš izvēlētā vietā

Raidījuma filmēšana tika veikta vienas vai divu dienu izbraucienā nedēļas darbā dienās ar LTV transportu ārpus Rīgas. Kopumā piedalījās astoņu raidījuma sižetu filmēšanas notikumos, kas identificēti zemāk:

1. neliela alusdarītava un tās dibinātāji un darbinieki vienā no Vidzemes mazajām pilsētām,
2. Latgales reģiona tūrisma apskates objekta – muzeja darbinieks,
3. Latgales reģiona viena no katoļu izdevumiem veidotāja,
4. kalēju ģimene Vidzemē,
5. ukraiņu tautas ansamblis Latgalē,
6. jauniešu – talkotāju grupa Latgalē,
7. reģionālā slimnīca Latgalē,
8. mākslinieks – gleznotājs ar ģimeni Zemgalē.

Iegūtā filmēšanas materiāla montāža LTV telpās

Pēc filmēšanas izejmateriāla iegūšanas tas tiek tehniski apstrādāts LTV montāžas telpās, lai radītu raidījuma gala versiju. Kopumā piedalījās piecu raidījumu montēšanas procesā, kas notika LTV telpās darbā dienās. Iegūtā materiāla montāža notika gan nākamajā dienā pēc filmēšanas, gan arī kādu laiku pēc materiāla iegūšanas, ja aktuālajam ētera raidījuma sižets jau bija iepriekš samontēts. Montāžas, kurās ņemu dalību, iekļāva šādus

sižetus:

1. neliela alusdarītava un tās dibinātāji un darbinieki vienā no Vidzemes mazajām pilsētām,
2. Latgales reģiona tūrisma apskates objekta – muzeja darbinieks,
3. Latgales reģiona viena no katoļu izdevumiem veidotāja,
4. kalēju ģimene Vidzemē,
5. jauniešu – talkotāju grupa Latgalē.

Papildus datu iegūšanā izmantoju lielākoties nestrukturētas (neformālas) intervijas ar raidījuma veidotājiem (žurnālistiem, operatoru, montētāju), kā arī sarunas ar sižetu dalībniekiem raidījuma filmēšanas procesā. Atsevišķas strukturētās intervijas tika veiktas ar raidījuma veidotājiem, galvenokārt, lai gūtu vēsturisko ieskatu, piemēram, raidījuma tapšanas gaitā. Antropoloģiskajā darbā esmu guvusi apstiprinājumu tam, ka tas, ko cilvēki saka un dara, var atšķirties. Strukturētās intervijas skatīju vairāk kā iespēju gūt statistisku, faktuālu informāciju, kā arī precizēt līdzdalīgajā novērojumā gūto informāciju.

Veicot iegūtās informācijas apkopošanu, secināju, ka gūtais materiāls ļauj veikt raidījuma veidošanas diskursa, saistīto aktivitāšu un izmantoto zīmju un apzīmētāju analīzi. Rakstā “When Facts, Truth and Reality are God-Terms: On Journalism's Uneasy Place in Cultural Studies” B Zelizer (2004) apgalvo, ka žurnālistikas kultūras analīzi ir iespējams veikt, balstoties uz nozīmēm, simboliem un simbolu sistēmām, ideoloģiju un rituāliem, ar kuriem žurnālisti uztur savu kultūras autoritāti par notikumiem publiskajā telpā (Zelizer: 2004).

Iegūtās informācijas strukturēšanu hronoloģiski esmu veikusi saskaņā ar raidījuma veidošanas ciklu. Tas nozīmē informācijas analīzi, sākot ar raidījuma dalībnieku identificēšanu, raidījuma filmēšanu un noslēdzot raidījuma montāžu un sagatavošanu publiskošanai.

4. ETNOGRĀFIJA

4.1. Ievads

Kā skaidro starpdisciplinārais zinātnieks Dž. Klifords, etnogrāfija ir interpretācijas, nevis izskaidrošanas process (Clifford: 1988). Tas nozīmē, ka antropologs var veikt iegūto etnogrāfisko datu interpretāciju ar viņam pieejamo vai paša radīto teorētisko bāzi, taču nekādā gadījumā nevar kandidēt uz “absolūtās patiesības un izpratnes” par situāciju radīšanu šajā procesā. Arī es esmu pakļāvusi iegūto informāciju konkrētam teorētiskam rāmim, kuru subjektīvi esmu saskatījusi raidījuma “Province” veidošanas kontekstā, saredzot tajā tādas iespējamās analītiskos rīkus, cita starpā, kā citādība, reprezentācija, vara. Esmu izmantojusi raidījuma veidošanas ciklu kā “mugurkaulu” etnogrāfisko datu strukturēšanai, kuru caurvīšu ar teorētisko konceptu piemērošanu. Uzskatu, ka datu analīzē etnogrāfija ir izejas un “dabīgais” pamats datu strukturēšanai, un manis izveidotais teorētiskais ietvars – atvasināts no gūtajiem etnogrāfiskajiem datiem.

Raidījuma veidošanas grupa

Raidījuma veidošanas grupa sastāv no diviem raidījuma vadītājiem (žurnālistiem), operatora, gaismotāja, transporta šofera. Raidījuma tehniskās montēšanas laikā pēc filmēšanas komandā iekļaujas arī tehniskais montētājs. Raidījuma veidošana ir komandas darbs.

Raidījuma veidošanas grupas sastāvs ir lielākoties nemainīgs, tāpēc novēroju arī sociālo saišu esamību un attiecību uzturēšanu grupas ietvaros (piemēram, grupas dalībnieki sveic viens otru dzimšanas dienā). Grupai ir sava sociālā atmiņa – izbraucienā laikā tiek runāts par iepriekšējo filmēšanas pasākumu notikumiem un piedzīvoto.

Filmēšanas koordinēšanas mērķiem operatoru atrašanās vieta ir LTV ēkas pirmajā stāvā, pie izejas uz transportu. Dodoties uz izbraukumu, žurnālists “paķer” operatoru “pa ceļam” uz izeju. Tas tiek skaidrots kā praktisks apsvērums, lai nodrošinātu operatoru pieejamību, lai pēc iespējas ātrāk varētu dodoties uz filmēšanas (izbraukuma) vietu. Pieļauju, ka dziļākas analīzes rezultātā fiziskais operatoru novietojums var liecināt par noteiktu sociālo

statusu (šķiru) esamību dažādu funkciju veicējiem televīzijas darbā, taču šādas analīzes veikšana nav šī pētniecības darba fokuss.

4.2. Diskurss “centrs – perifērija, metropole- province”

Antropologi vienmēr ir zinājuši, ka telpas izjūta un pieredze ir sociāli konstruēta (Gupta, Ferguson: 1992). Saskaņā ar “Socioloģijas vārdnīcu” (red. Gordon Marshall, 1998), modelis “centrs” pretstatā “perifērijai” vai “provinci” ir telpas metafora, kas apraksta un mēģina skaidrot strukturālās attiecības starp attīstīto vai metropolītisko “centru” un mazāk attīstīto “perifēriju” konkrētā valstī. Pētot ekonomisko attīstību un mazattīstību, vēsturnieks un sociologs Andre Gunders Franks (1929-2005) pasaules merkantilās un kapitālistiskās sistēmas attīstības vēstures gaitā ievērojamu nozīmi ir piešķīris ekonomiskajām un citām attiecībām starp metropoli un tās ekonomiskajām kolonijām, balstot šo modeli uz marksisma analīzes tradīciju. Šo teoriju A.G. Franks ir nosaucis par “atkarības teoriju” (Frank:1966), kurā tiek skaidrota perifēriju atkarība no metropolēm. Uzskatu, ka šādu pētniecību var veikt arī otrā virzienā – metropoļu atkarība no perifērijas, kur perifērijas resursi nodrošina metropoļu eksistenci, piemēram, pārtikas nodrošināšanā metropolēm.

Raidījuma logotips sociālajā tīklā “Facebook” atspoguļo vārdu “Province”, kas slīpā drukā pārrakstīts pāri Latvijas teritorijas attēlojumam. Viena no interpretācijām šādam attēlojumam var būt, ka uz visu Latviju kopumā var attiecināt provinces terminu.

Raidījuma veidotāji atklāj, ka viņu izpratnē “province” ir kā “*pretstats metropolei*” Rīgai, kas Latvijas gadījumā esot kā “*ūdensgalva*”. “Ūdensgalva” ir tautas valodā izmantots vārds medicīnas terminam “hidrocefālija”, kas nozīmē bērna fiziskās un garīgās attīstības traucējumus palielināta smadzeņu šķidrums daudzuma dēļ. Tas vedina domāt, ka Rīga tāda, kā tā šobrīd ir izveidojusies, ir novirze no normas, anomālija, ar traucētu “normālo” attīstību. Atsauces uz citiem medicīnas terminiem un darbības novēroju arī citos etnogrāfijas datos, kas atspoguļoti tālākajās darba sadaļās.

Tradicionāli tiek uzskatīts, ka dzīve pilsētā nozīmē sociālu norobežošanu, individuālisma izpausmes, kaimiņu nepazīšanu un potenciālu vientulības sajūtu. Izzūdot telpiski un lokāli cieši saistītām sociālajām komūnām, mēs aizvien vairāk pielietojam iztēli, lai domātu par vietām, kas atrodas tālumā (Gupta, Ferguson: 1992). Arī Edvards Saīds darbā “Orientalism” uzsver “imaginatīvās ģeogrāfijas” (Said, 1977: 9) nozīmi citādā konstruēšanā. Nezinot precīzu informāciju un pieredzi par dzīvi citur, mēs aizpildām šo informācijas “robu”

ar iztēles radītiem tēliem un apzīmējumiem, bieži vien to eksotizējot vai romantizējot. Tā, piemēram, raidījuma vadītāji sarunā ar raidījuma dalībniekiem par dzīvi ārpus pilsētas, smagi nopūšoties komentē: “*Jā, laukos jau smagi jāstrādā...*”. Šāds apgalvojums automātiski iekļauj pieņēmumu, ka prestatā laukiem pilsētā smags darbs nevalda. Vai tas arī nozīmē, ka tādējādi pilsētnieki piespiedu rezultātā (ņemot vērā, ka nav smagi jāstrādā) vai no brīvas izvēles ir slinki un smagu darbu nepazīst?

Viena no “centra-perifērijas” diskursa šķautnēm ietver attiecības starp “lielo pilsētu” un “malā nostumtajiem, mazāk nozīmīgajiem laukiem”. Turklāt “lielajā pilsētā” atrodas valdība, kas vada valsti un dod norādījumus, kā visiem, tai skaitā, “laukiem” dzīvot. Īpaši izteikts “vadošā centra” diskurss bija sociālistiskajā režīmā, kur valsts vai valdība kontrolēja un centralizēti noteica daudzus tās pilsoņu dzīves aspektus.

Turpinot sarunu par “metropoles” fenomenu, raidījuma veidotāji reflektē: “*...nevar visu iznīcināt valsts politikas dēļ, nevar dragāt pāri cilvēku likteņiem... Iznīkst ciemi, mājas, reģioni. Valsts dara visu, lai cilvēki negribētu dzīvot laukos..*”. Tādējādi “valsts”, kas atrodas “metropolē”, ir atbildīga un nosaka to cilvēku likteņus, kas dzīvo ārpus tās. Raidījuma veidotāji uzskata, ka “valsts” neuzņemas pienācīgas rūpes par tās pilsoņiem. Sekojot uzskatam, ka “valstij” būtu jāuzņemas atbildība par tās lauku iedzīvotājiem, nozīmē to, ka tādējādi iedzīvotājiem pašiem tiek atņemta iespēja uzņemties atbildību par savu likteni. “Valsts” marģinalizējot tās lauku iedzīvotājus, neļaujot veidot un attīstīt dzīvi laukos. Šajā gadījumā “valsti” iemieso pilsētas – metropoles pārstāvji, kuriem raidījuma, veidotājuprāt, ir viennozīmīga lēmēj- un izpildvara lauku iedzīvotāju likteņu noteikšanā. Saskaņā ar šādu dalījumu sanāk prestats “varu alkstošie, diktatoriskie pilsētas iedzīvotāji”, kas “ekspluatē” lauku iedzīvotājus un nosaka un valda pār viņu dzīvēm. Šis atspoguļo klasisku “varmākas – upura” psiholoģisko modeli, kura izpildījumu metropoles – provinces attiecībās saskata raidījuma veidotāji.

“Valsts” diskurss ir nozīmīga raidījuma veidotāju motivācijas sastāvdaļa. Tā, piemēram, *lv.lsm.lv* mājas lapā raidījuma veidotāji saka: “*Lielākā daļa mūsu valsts iedzīvotāju dzīvo ārpus galvaspilsētas. [...] viņi ir gatavi būt šīs valsts neatņemama sastāvdaļa un nereti saskata tajā notiekošās nejēdzības. Mēs ticam, ka tieši tā [cilvēki] ir mūsu valsts galvenā vērtība*” (visur autore pasvītrojums). Šajā gadījumā raidījuma veidotāji uzņemas atbildību runāt provinces iedzīvotāju vietā, ka viņiem vēlme ir būt šīs valsts sastāvdaļai.

Līdzīgi atsaucoties uz austrumu un rietumu duālismu, E Saīds konstatē, ka tiek novilkta līnija starp diviem kontinentiem. Eiropa ir spēcīga un artikulēta, turpretim Āzija ir sakauta un distancēta. Kad Eiropa runā par Austrumiem, tas netiek darīts no leļļu pavēlnieka pozīcijām. Eiropa runā kā paties radītājs, kura dzīvību iedvesošais spēks reprezentē, atdzīvina un izveido citādi kluso un bīstamo vietu ārpus pazīstamajām robežām (Said: 1977). Sarunā raidījuma veidotāji atzīst, ka “..valsts ir visu izdarījusi, lai pati sevi sabojātu..” Var noprast, ka žurnālistu uztverē “valsti” veido tās lēmēj- un izpildvaras institūcijas, kas ar apzinātu savu rīcību ir kaitējušas pašas sev un pārējiem valsts iedzīvotājiem.

Kādas personas vai darbības izgaismošana un publiska nosodīšana ir iedarbīgs sociālās kontroles līdzeklis. Izmantojot tālu sniedzošo mediju platformu, žurnālistiem ir iespēja un vienlaicīgi zināma varas pozīcija paust savu nostāju pret politisko varu. Raidījuma veidotāji saredz iespēju tādā veidā izgaismot sociālās netaisnības situācijas: “...*aizbraucam ar “Panorāmas” [ilggadīgs LTV ikdienas ziņu raidījums] mašīnu uz miestu... izbraucam cauri... uzreiz izsaucējam salabo apkures katlu... paši tikmēr sēžam un dzeram kafiju...*”

Viens no raidījuma saturiskajiem virzieniem ir tā sauktās “sociālās tēmas”, piemēram, sižeti par reģionālo skolu slēgšanu. Par šo raidījuma veidotāji saka: “...*bezpaldzība, to visu redzot... izmirums visapkārt.... ja valsts sekretāri runātu par šīm lietām... izglītība atkāpjas no Latvijas robežām... tas nozīmē, ka ar to arī samazinās valsts teritorija...*” Publikācijā “Four Theories of the Press” Freds S. Sīberts *et al* apskata sociālās atbildības teoriju kā 20. gadsimta fenomenu. Tiek uzskatīts, ka preses brīvību ir jāsamēro ar sociālo atbildību. Žurnālistiem ir pienākums nodrošināt labi kontekstualizētas ziņas saprotamā veidā, kā arī jānodrošina dažādu uzskatu un vērtību dzirdēšana. Žurnālistiem ir jāspēj iet tālāk par izklaidējoša materiāla ražošanu patērētājiem un jānodrošina svarīgāko jautājumu padziļināta analīze (Siebert *et al*: 1956). Tādējādi raidījuma veidotāji saskata aktuālas tēmas, par kurām, viņuprāt, valsts varas pārstāvji neizrāda interesi, savukārt žurnālisti uzņemas atbildību un izgaismo, iekļaujot tās raidījuma saturā. Raidījuma veidotāji ieņem noteiktu varas pozīciju apgalvot, ka tieši viņu izgaismotās tēmas ir sociāli visaktuālākās, kam būtu pievēršama politiskās varas uzmanība. Latvijas Televīzija ir sabiedriska raidorganizācija, taču vienlaicīgi arī valsts sabiedrība ar ierobežotu atbildību, saņemot 60% darbības nodrošināšanai no valsts budžeta (avots: www.ltv.lsm.lv), līdz ar ko LTV darbinieki ir atkarīgi no valsts finansējuma – tās pašas “valsts, kam nav vajadzīgi lauku iedzīvotāji”.

Šajā sadaļā tika apskatīts vispārīgais diskurss “centrs – perifērija” vai “pilsēta – lauki”, kur “provinces” jeb “lauku” diskursa eksistence ir iespējama tikai ar vienlaicīgu “metropoles” vai “pilsētas” diskursu. Atsaucei “lauki” tiek piešķirta nozīme un jēga caur to pretstatu - “pilsētu”. Tālākajā apakšnodaļā esmu iekļāvusi provinces jeb lauku diskursu, kuru novēroju lauka darba procesā, tādā perspektīvā kā “province kā neviennozīmīgs pretstats pilsētai”, tādējādi veidojot vienlaicīgi provinces un pilsētas “citādību”.

Province kā neviennozīmīgs un “citāds” pretstats

Atsaucoties uz “citādā tur tālumā” konstruēšanu, E Saīds apgalvo, ka ēkas objektīvā telpa, tās stūri, koridori, pagrabs un istabas, nav tik svarīgas, kā to poētiskās vai figuratīvās iztēles vērtība, kuru mēs varam nosaukt un sajuxt: ēka var būt maģiska, līdzīga cietumam, mājīga un tā tālāk. Telpa iegūst emocionālu un pat racionālu sajūtu poētiska procesa rezultātā, kurā tāluma tukšums vai anonimitāte tiek pārvērsti nozīmē mums šeit (Said: 1977). Raidījuma veidotāji apgalvo: “*Nauda, vara un intereses beidzas ārpus četriem burtiem [Rīga]. Pat Salaspilī ir citādāk..*” Tādējādi “province” tiek glorificēta un iegūst eksotisku “ideālās” vietas vērtību, kurā nepastāv “nauda, vara un intereses”. Izejot no augstākminētā, var novērot pretrunu ar raidījuma uzstādījuma analīzi darba sākumā, kur raidījuma veidotāji, dodoties braucienā uz provinci, ir morāli sagatavojušies “piezemēties” un sastapties ar “realitāti”.

Atsaucoties uz dzīvi laukos, raidījuma veidotāji atzīst: “*lūk, viņiem tur [laukos] ir problēmas... Kas ta mums te [pilsētā]?*” Raidījuma veidotāji turpina: “*Laukos tu dabū sazemējumu.. īpaši tur, kur tās sociālās tēmas...*” Tādējādi var secināt, ka tikai provinces iedzīvotāji sastopas ar problēmām un “sociālajām tēmām”, savukārt pilsētas iedzīvotāji dzīvo “cepuri kuldami”. Arī atsauce uz “īsto dzīvi ārpus Rīgas”, kurā var iegūt “sazemējuma sajūtu” vedina domāt, ka tieši “sociālo problēmu” klātbūtne raidījuma veidotājiem liecina par dzīves realitāti un autentiskumu. Viena no publiskā diskursa vadlīnijām par laukiem ietver apgalvojumu, ka “laukos nav naudas”. Pēc jauniešu centra apmeklējuma Latvijas mazpilsētā raidījuma veidotāji pauž izbrīnu par labi aprīkoto sporta zāli, neatrodot apstiprinājumu augstākminētajam “naudas trūkumam”. Tādējādi par “citādiem” tiek padarītas un marginalizētas abas grupas – lauku iedzīvotāji “ar problēmām” un pilsētnieki - “bez”. Šāds “relatīvs defekts” (Stolcke, 1995:4) - problēmu esamība – pilsētniekiem nepiemīt. Sabiedriski problēmu esamība tiek atzīta par trūkumu. “Lauciniekus ar problēmām” var skatīt kā nepieciešamu un pietiekami dabīgu iemeslu citādo nepiemērotībai un tādējādi viņu zemākam stāvoklim (Stolcke: 1995).

Arī E Saīds piekrīt, ka imaginatīvā ģeogrāfija un vēsture palīdz prātam intensificēt savas esības uztveri, dramatisējot attālumu un atšķirību starp to, kas ir tuvu tam un kas atrodas tālumā (Said: 1977).

Raidījuma veidotāji meklē publiskajā diskursā paustos apgalvojumus filmēšanas

situācijās, tos gan atrodot, gan nerodot. Lauki un province tiek identificēti kā vienlaicīgi laimes un nelaimes vieta, eksotiskajā (laukos) sadzīvo prieks un bēdas (piemēram, publiskajā diskursā rodamie apgalvojumi “iedzīvotāji bēg prom no laukiem”, “lauki izzūd, izmirst”. Tajājot par iemesliem dzīves uzsākšanai laukos, raidījuma veidotāji uzdod arī šādu jautājumu raidījuma dalībniekam: “*Kāpēc jūs aizlaidāties no Rīgas?*”) “Aizlaisties” iekļauj bēgšanas elementu no kaut kā nepieņemama, neadekvāta, slikta. Tātad dzīve Rīgā ir tik nepanesama, ka no tās ir jālaižas prom. Šāda “lauku” konstruēšana ir vienlaicīgi nozīmīga, lai konstruētu pilsētas definīciju kā vietu, kurā dzīve nav izturama. Ja nav personīgas pieredzes, par “eksotiski tālo” nav viennozīmīgas informācijas. Tās iztrūkums var tikt aizvietots ar publisko diskursu un stereotipiem. Atsaucoties uz Austrumu eksotiku Rietumu uztverē, E. Saīds apgalvo, ka nekas šajos Austrumos nav viennozīmīgi viena lieta: drīzāk tas ir Austrumu aicinošā sugestivitāte, spēja izklaidēt un jaukt prātu, kas ir interesanta (Saïd: 1977). Definējot “citādo” - “laukus”, raidījuma veidotāji definē arī “pilsētu”, apzināti vai neapzināti aizmirstot, ka arī viņi ir daļa no pētāmās kultūras (Gonzalez: 2013).

Publiskajā diskursā rodamas atsauces uz “sentēvu dzīvi laukos ar smagu darbu” pretstatā tam, kā “pilsētā visi notrulinās”. Akhils Gupta un Džeimss Ferguson (1992) atsauces uz izteiksmes modeļiem, kas postulē autonomijas pirmatnējo esību (kas parasti tiek saukta par “pirmskapitālisma” esību- [šeit - “dzīve laukos” - aut.], pret kuru izrāda vardarbību kapitālisms [šeit - “industrializētā pilsēta” - aut.]. Pieņemot šādu lauku “pirmatnējo esamību” kā izejas punktu, netiek analizēti procesi (tādi kā, sajūtu struktūras, kas izplatās iztēlē par komūnu), kas konstruē telpu kā vietu vai lokalitāti no tās pirmsākumiem (Gupta, Ferguson: 1992). Vai raidījuma veidotāji šos “pirmsākumus” meklē un atrod? Lauki nav pastāvējuši kā neatkarīgas telpas vai vietas, bet ir bijuši daļa no savstarpēji saistītās telpas, kas ir pastāvējusi vienmēr (Gupta, Ferguson: 1992).

Raidījuma veidotāji dzīvo Rīgā vai tās tuvumā. Daži no manis novērotajiem raidījuma dalībniekiem braukā no Rīgas uz darbu ārpus Rīgas. Vairāki raidījuma dalībnieki ir noteiktu dzīves posmu dzīvojuši Rīgā. Tas nozīmē, ka ne visi raidījuma dalībnieki ir lauku iedzīvotāji no savas dzīves sākuma. Tāpat raidījumu dalībnieki pauž atšķirīgas nostājas par dzīvi laukos, neglorificējot un neuzskatot dzīvi laukos kā tikai pozitīvu pieredzi. Piemēram, viens no raidījuma dalībniekiem, kas pamatā dzīvo Rīgā, saka: “*Brīžiem jau tas darbs laukos sanāk kā izsūtījums...*”

Arī paši raidījumu dalībnieki savā diskursā iekļauj atsauces uz publisko diskursu par provinci, tādējādi stiprinot to: “[mēs jau cenšamies teātrī labas lugas uzvest], lai te nebūtu province sliktā nozīmē..”. “Province sliktā nozīmē” ietvertu šo zemākas attīstības, atpalcības elementu. Jautāti par to, vai raidījuma dalībnieku koncerti tiek plaši apmeklēti, raidījuma dalībnieki atbild: “Mēs jau province, nevar teikt, ka par mums īpaša interese”. Raidījuma dalībnieki kā provinces iedzīvotāji internalizē hegemonisko diskursu, kas veido objektīvo, institucionālo realitāti (Gramsci: 1971).

Veidi, kā raidījuma veidotāji atrod potenciālos raidījuma dalībniekus – provinces iedzīvotājus, kas iemiesotu neviennozīmīgo pretstatu pilsētu iedzīvotājiem, ir apskatīti tālākajā apakšnodaļā.

4.3. Raidījuma dalībnieku identificēšana

Kād raidījuma "Province" veidotāji meklē "savdabīgās pasaules - bēniņu - iedzīvotājus"? Kā tiek parādīts tas, ko citi tur augšā, "bēniņos" neredz, bet žurnālisti spēj saskatīt? Atbildot uz jautājumu, kāpēc tiek izmantota bēniņu metafora, raidījuma veidotāji saka: *"Tur glabā lietas, kas kādam ir liekas, bet kādam noder... No valsts viedokļa tie ir krāmi.. valstij būtu labāk, ja tur neviens nedzīvotu..."* Raidījuma veidotāju uzskatā "bēniņu" - lauku un provinces iedzīvotāji jau ir "nostumti" malā un marginalizēti no "valsts" puses. Tādējādi žurnālistu pienākums varētu būt šos "bēniņus" izgaismot un "pacelt saulītē"?

Jautāti par pamatojumu raidījuma lozungam "Īstā dzīve ir ārpus Rīgas", raidījuma veidotāji atbild: *"Mēs gribam katru iedzīvotāju parādīt [] Zināmā mērā tas ir nesasniedzams mērķis..*

Es: *Tad jau rīdziniekus arī?*

Raidījuma veidotāji: *Rīdzinieki jau nav nekādi cilvēki..(smejas, kultūratsauce uz latviešu filmu "Limuzīns Jāņu nakts krāsā)".* Uzsākot pētniecības darbu, biju pieņēmusi, ka saskaršos ar lauku iedzīvotāju zināmu marginalizāciju (uzskatāmā "bēniņu" metafora), taču šis raidījuma veidotāju apgalvojums manu sākotnējo pieņēmumu lika apšaubīt.

Meklējot nākamās sižetu dalībniekus, raidījuma veidotāji izmanto dažādus sociālo attiecību tīklus, piemēram, savus kolēģus, draugus, paziņas, piemēram, reģionālo televīziju kolēģu ieteikumus, LTV kolēģu ieteikumus. Raidījuma veidotāji seko līdz aktualitātēm sabiedrībā, kuru ietvarā "izgaismojas" kāda personība, kuru potenciāli varētu filmēt. Periodiski raidījuma veidotāji saņem vēstules ar ieteikumiem sižetu veidošanai, taču tiek izmantoti aptuveni 5% no vēstuļu ieteikumiem, jo *"sēklu apmaiņas procesā jau nebūs ko parādīt"*.

Raidījums tiek translēts reizi nedēļā svētdienās, līdz ar ko ir nepieciešamība veikt regulāras filmēšanas, lai nodrošinātu raidījuma esamību ēterā. Šādu raidījuma translēšanas biežumu televīzijas darbinieki ir paši noteikuši, taču vienlaicīgi jūtas pakļauti šādai prasībai, lai, piemēram, pēdējā brīdī atrastu sižeta vadlīniju filmēšanai. Raidījuma veidotāji iepriekš sazinās ar raidījuma dalībniekiem, sarunājot konkrētu filmēšanas dienu. Potenciālo sižeta dalībnieku atteikumi sižetu veidošanai notiek reti. Tādā gadījumā, izmantojot savus sociālos

kanālus raidījuma veidotāji mēģina atrast citu raidījuma dalībnieku, kurš piekristu dalībai raidījumā. Piemēram, viena atteikuma gadījumā tika meklēta kāda kūku cepēja, jo brauciena dienā iekrita arī filmēšanas komandas operatora dzimšanas diena. Tādējādi var novērot raidījuma veidotāji atkarību no pašu uzliktā raidījuma translēšanas biežuma prasības.

Plānojot nākamos raidījuma sižetus, tiek arī ņemti vērā valstī un sabiedrībā atzīmētie svētki un lielāki pasākumi. Piemēram, pirms Lieldienām tiek gatavots sižets par viena katoļu garīgā izdevuma publicēšanas pārtraukšanu Latgalē un intervēta izdevuma veidotāja. Mātes dienas raidījumam tiek veidots sižets par dzemdību nodaļu vienā no reģionālajām slimnīcām un mātēm, kas atsakās no bērniem. Pirms Lielās talkas tiek filmētas reģionālo jauniešu centru grupas, kas nodarbojas ar apkārtnes sakopšanu. Ukrainas krīzes ietekmē tiek veidots raidījums par ukraiņu tautas ansambli vienā no lielākajām valsts pilsētām. Tādējādi tiek nodrošināta raidījuma sižetu atbilstība sabiedrībā notiekošajiem procesiem un arī diskursam, kas publiskajā telpā norit šajā laikā.

“Lielie, oficiālie” notikumi, kā, piemēram, kādas ēkas atklāšana reģiona centrā, raidījuma veidotājus neinteresē. Šādi sižeti netiek filmēti, jo tie būtu “*reklāma domei*”, “*pakazuha*” (no krievu val. - izrādīšanās, publiska lielišanās). Filmēšanas gaitā noskaidroju, ka raidījuma veidotājus interesē “tapšanas process, būvēšana, kaut kā veidošana”. Šāds “veidošanas process”, “rosība”, kā to vēlāk nosauc raidījuma veidotāji, ir tas, ko raidījuma veidotāji uzskata par darbu. “*Pakazuhas*” pasākums šajā izpratnē darbs nav. Raidījuma veidotāji sižetos ir skatījuši tādas nodarbošanās, kā kalējus, dziedniekus, alus darītājus, kas tiek uzskatītas par tradicionālām nodarbošanās laukos. Šo nodarbošanos procesi ir “darbs”, savukārt pasākuma organizēšana ēkas atklāšanai, raidījuma veidotājuprāt, tāds nav.

Ja ārēji notikumi nepaģērē “tematisku” raidījuma sižetu veidošanu, kas būtu saistīti ar sabiedriskajām aktualitātēm, tiek meklēti “spilgti” indivīdi t.s. portretraidījumiem. Viens no portretu veidiem ir “tradicionālās” un reprezentatīvās lauku nodarbošanās, kā minēts iepriekš. Raidījuma veidotāji atzīst, ka publiskajā telpā bieži raidījums tiek uzskatīts kā raidījums “par onkulīšiem”. Tas sasaucas ar publiskā diskursa elementu, ka laukos dzīvo “onkulīši” un “tantiņas”. Raidījuma veidotāji šādu uzskatu grib “lauzt”, tāpēc cilvēkportretiem tiek atrasti arī mazāk “tipiski” reģionu iedzīvotāji, ko raidījuma veidotāji sauc par “frīkiem”. Identificējot citu cilvēkus kā “citādākus” vai “frīkus” (no angļu val. - “freak” - cilvēks ar pārsteidzoši atšķirīgu ārieni vai raksturu), psiholoģiski tiek normalizēta sava identitāte. Piemēram, tiek

veidots sižets par 2000. gadu sākuma “jaunatklātu” latviešu gleznotāju, kurš dzīvo mājā netālu no Lietuvas robežas un, neskatoties uz gadalaiku, staigā bez apaviem. Raidījuma veidotāji pārzina dažādus interešu un aizraušanās veidus, un savos sižetos ir iekļāvuši stāstījumus par “digeri” (digeris - cilvēks, kas vāc informāciju par pamestām vai aizmirstām vietām un apmeklē tās) un “slēpņu cilvēku” (no angļu val. - geocaching – nodarbe brīvā dabā, meklējot iepriekš apslēptus slēpņus). “Frīki” ir arī šādi: [no raidījuma vadītāju sarunas]”:

- “*Sen neviens bomzis nav bijis.... Tur, Saldū, džeks šķūnīšos dzīvo..tur jau pa skarbo...*”
- “*Forši*”.

Raidījuma veidotāji atzīst, ka “*raidījuma tapšanā cilvēki tiek palikti un pēti kā zem stikla kupola...*”. Šajā izteiksmes veidā ciešamajā kārtā tiek noņemta atbildība par šādu “pētniecību” no raidījuma veidotājiem. Šī atbildība tiek vispārināta, neidentificējot tās veicēju. Mēģinot atrast “citādību” lauku teritoriju iedzīvotājos, kas viņus atšķirtu no pilsētas iedzīvotājiem, šī atšķirība kļūst par primāro interesi (Nader: 1994).

Raidījuma veidotāji uzskata, ka caur cilvēkportretiem sanākot parādīt arī t.s. “sociāli sāpīgās” problēmas, piemēram, reģionālo skolu slēgšanu, “sabiedrības izstumtos” un marginalizētos (ir atsevišķs raidījums par alkohola atkarīgu cilvēku grupas pastāvēšanu un darbošanos). Termins “sociāli sāpīgs” vedina domāt par kādu kaiti vai sāpi, kuru var ārstēt kāds medicīnas personāla darbinieks vai dziednieks. Vai tādējādi raidījuma veidotāji uzņemtos šādu atbildību, kā sabiedrības “kaišu” izgaismošana un, iespējams, pat “ārstēšanu”? Raidījuma veidošanu tā veidotāji uzskata par savu pienākumu, jo “*neviens cits to neizdarīs – ziņu dienestā vairs nav lauku korespondenta*”. Tādējādi raidījuma veidotāji uzņemas “vienīgā atbildīgā” lomu vēstīt par šiem cilvēkiem tālāk. Raidījuma veidotāji uzskata, ka viņu atbildība ir aizstāvēt un pārstāvēt lauku cilvēkus, lai “*radītu ilūziju, ka lauku cilvēki kādu uztrauc*”. Raidījuma vadītāji atzīst, ka tā ir tikai “ilūzija”, kas tiek radīta, lai parādītu provinces iedzīvotājiem, ka “*kādam viņi ir interesanti*”. Kāpēc šāda ilūzija būtu jārada? Kāpēc provinces iedzīvotāji paši nevar demonstrēt to, cik viņi ir “interesanti”? Atsaucoties uz, piemēram, augstākminēto alkohola atkarīgo cilvēku grupu, raidījuma veidotāji saka: “*..nu tie ir cilvēki, kam nepaveicies dzīvē...*” Kas dod raidījuma veidotājiem tiesības apgalvot, ka tieši šiem cilvēkiem ir nepaveicies, pretstatā varbūt “veiksmīgajiem pašiem”? Arī “sociāli sāpīgajās” tēmās raidījuma veidotāji atpazīst iespējamu “materiālu”, kas radītu tālāku publisku interesi un “šausmināšanos”, piemēram, filmējot sižetu dzemdniecības nodaļā, ārsts nosauc iespējamās raidījuma dalībnieces par “asociālām” sievietēm (tādējādi klasificējot sievietes,

kas neatrodas medicīnas uzskaitē). Raidījuma veidotāju reakcija uz šādām iespējamām raidījuma dalībniecēm (izsaucoties ar pārsteigumu): “O”!

Neatkarīgi no tā, kas tiek izvēlēts par raidījuma sižeta vadlīniju un dalībniekiem, raidījuma veidotāji apgalvo: “*Mēs jau tāpat taisīsim savu redzējumu*”. Tas nozīmē, ka šis redzējums un vērtējums ir tik svarīgs, ka citi cilvēki to grib redzēt un dzirdēt. Notikumi un procesi jau notiek un cilvēki dzīvo tāpat, arī neatkarīgi no tā, vai tie tiek filmēti un pārraidīti tālāk vai nē.

Raidījumu veidošanas procesā novēroju arī sociālo saišu veidošanas un attiecību pastāvēšanu starp raidījuma veidotājiem un tā dalībniekiem. Piemēram, vienā no izbraukumiem raidījuma veidotāji apmeklēja arī iepriekšēja sižeta dalībniekus, aizvedot viņiem pārtiku. Arī raidījuma dalībnieki atsūta pateicību par labu filmēšanas komandas darbu pēc sižeta pārraidīšanas.

Kā sociālantropoloģijas studente, apzinos arī savu lomu marginalizācijas veidošanā un stiprināšanā. Arī es esmu “antropoloģiski nodalījusi” un “izolējusi” raidījuma veidotājus, tādējādi eksotizējot viņus un apskatot viņus “kā zem lupas”.

Raidījuma auditorija

Kā minēts iepriekš, Latvijas Televīzija savus raidījumus orientē uz skatītāju vecumā no 25-45 gadi. Atbildot uz jautājumu, kas skatās raidījumu “Province”, raidījuma veidotāji informē, ka pastāv iespējas noteikt, kādos reģionos un kādā intensitātē raidījums tiek skatīts (raidījuma veidotājs, atbildot uz jautājumu par šo, saka: “...*Latgale skatās*”). Ņemot vērā, ka raidījums ir pieejams arī internetā, svarīgāki dati esot iegūstami interneta pētījumu vietnes “*Gemius*” mājas lapā, pēc kuriem šādu raidījuma auditorijas analīzi var veikt.

Raidījuma auditorija nav mazsvarīga raidījuma veidotājiem. Piemēram, raidījuma montāžas laikā, plānojot, kādus kadrus un situācijas iemontēt, raidījuma veidotāji retoriski jautā: “*Varbūt kāds [skatītājs] grib redzēt klēti, nevis māju?*”

Raidījuma auditorijas analīze sastādītu atsevišķa sociālantropoloģiska pētījuma fokusu, tādēļ tā šobrīd netiks izvērsta, priekšroku dodot raidījuma veidotāju skatījumam par

“autentisku dzīvi laukos”.

4.4. Raidījuma filmēšanas process

Pēc raidījuma dalībnieku identificēšanas tiek noteikta nedēļas diena, kad filmēšanas grupa dodas izbraukumā un veic filmēšanu. Lai nofilmētu sižetus tālākos Latvijas reģionos, raidījuma veidotāji dodas komandējumā uz divām dienām, kur katrā dienā tiek veikta parasti viena sižeta filmēšana. Viena sižeta filmēšanai nepieciešamas 5-6 stundas. Kā uz šo atsaucas raidījuma veidotāji: “*Vienā dienā jāielien cilvēkam dvēselē*”. Tas liecina par to, ka raidījuma veidotāji uzskata, ka vienā dienā “ielīst” cilvēkam dvēselē, tas ir, uzzināt cilvēka dziļākās domas un sajūtas, ir iespējams.

Raidījuma veidotāji atzīst, ka lielāko dilemmu kvalitatīva raidījuma materiāla iegūšanai sastāda divi kritēriji: raidījuma dalībnieku komunikabilitāte (“*vai viņš ir runātājs?*”) un iespējamības veikt tā sauktos “piefilmējumus”, tas ir, reprezentatīvus procesus, priekšmetus un situācijas, kuras var atrast konkrētās filmēšanas vietā). Piemēram, vienā no filmēšanas vietām (jauniešu centra talkā pilsētā X) neieradās plānotais potenciālo raidījuma dalībnieku skaits, kā arī “*viss tika ātri izdarīts*”, līdz ar ko tika iegūts nepietiekams filmēšanas materiāls. Šajā gadījumā raidījuma veidotāji atrada iespēju veikt cita jauniešu centra pilsētā Y apkārtnes sakopšanas pasākumu, lai nodrošinātu nepieciešamo filmēšanas materiāla apjomu. Raidījuma saturiskā vērtība šajā brīdī kļūst otršķirīga, jo lielāka nozīme tiek pievērsta tam, lai aizpildītu raidījumam paredzētās divdesmit sešas minūtes.

Pēc dalības vairākos filmēšanas procesos secinu, ka filmēšanas procesam un tā kārtībai ir noteikta struktūra, kas nozīmē, ka filmēšana tiek pakļauta šīs struktūras prasībām.

Filmēšanas vietas sākotnējā izpēte

Ierodoties filmēšanas vietā, viens no raidījuma veidotājiem izkāpj viens un satiek iepriekš sarunātās kontaktpersonas, lai paziņotu par filmēšanas grupas ierašanos un uzsāktu sarunu par veicamajiem pasākumiem filmēšanas nodrošināšanai.

Raidījuma veidotāji ar raidījuma dalībniekiem veic filmējamās vietas apstaigu un apskati, kur raidījuma dalībnieki parāda pieejamās (iespējamās) filmēšanas vietas. Šīs apskates laikā nozīmīga loma ir operatoram, kurš fiksē vietas, objektus u.c., kas tiks filmēti

un būs reprezentatīvi materiāla veidošanai. Piemēram, tiek nofilmēts kalēju saimniecības sākotnējās apskates laikā pamanītais atjaunotais padomju laika traktora modelis un pārvietošanās ar to (būtībā traktora izkustināšana, pabraucot turp atpakaļ). Šajā situācijā traktors var tikt skatīts kā simbolisks apzīmētājs dzīvei laukos un iespējams, arī padomju laiku ērai. Traktors tiek izcelts kā reprezentatīvs objekts, kas runā un reprezentē noteiktus pieņēmumus “pats par sevi”.

Vietas apskates laikā raidījuma dalībnieki norāda uz iespējamiem objektiem un vietām, kuras, viņuprāt, varētu iekļaut raidījuma materiālā. Raidījuma veidotāju uzskats par filmējamo materiālu var nesakrist ar raidījuma dalībnieku vēlmēm. Acīmredzami, raidījuma veidotājiem ir iepriekšējs pieņēmums par to, kādas vietas un objekti iekļausies reprezentatīvajā filmēšanas materiālā un kādi nē. Piemēram, raidījuma dalībnieks-kalējs vēlējās parādīt arī tehniskās skices kalumam izstrādes procesā, kas viņam šķita būtiskas, bet raidījuma veidotāji to nevēlējās filmēt. Raidījuma materiāla filmēšanas fokuss ir cilvēks un viņa saistītā nodarbošanās, arods vai aktivitāte. Tādējādi izpaužas raidījuma veidotāju vara noteikt, tieši kādas darbības un stāstījums tiks iekļauts raidījuma materiālā un radīs reprezentatīvu priekšstatu un autentiskuma sajūtu skatītājam par konkrētā raidījuma dalībnieka dzīvi laukos.

Apstaigājuma sākumā vai vidū raidījuma dalībniekiem tiek piestiprināts mikrofons, kas nodrošina raidījuma dalībnieka teiktā ierakstīšu un izolēšanu no citiem ārpusē trokšņiem. Mikrofons raidījuma dalībniekam tiek piestiprināts caur apģērba iekšpusi, kas nozīmē ieiešanu šī cilvēka personīgajā telpā. Viena no mikrofona sastāvdaļām ir neliela izmēra (10cm x 5cm) raidītājs, saukts par “granātu”. Militārā granāta ir iznīcinošs objekts, kas veido savdabīgu sakritību ar raidījuma dalībnieku sajūtām pēc filmēšanas procesa.

Raidījuma filmēšana un nofilmētā materiāla uzglabāšana tiek veikta uz videoieraksta čipa, kas tiek ievietots videokamerā. Videočips ir īpaša sargājama vērtība, jo tajā ietilpst visas dienas ieguldītais darbs. Čips satur reprezentatīvo materiālu par dzīvi “tur ārā” - “laukos”, un tam varbūt pat ir lielāka vērtība raidījuma veidotāju acīs nekā pašai dzīvei “tur ārā”.

Intervijas ar raidījuma dalībniekiem

Raidījuma centrālais dalībnieks var būt viena vai vairākas personas, piemēram, sižetā par katoļu izdevuma publikācijas pārtraukšanu tiek intervēta šī izdevuma veidotāja, savukārt

sižetā par reģionālas slimnīcas dzemdniecības nodaļu kā centrālā persona tiek intervēts slimnīcas ārsts un īsākas intervijas tiek veiktas arī ar citu medicīnas personālu un slimnīcas klientēm. Raidījuma veidotāji jau iepriekš informē raidījuma centrālo dalībnieku par intervijas nepieciešamību, kam raidījuma dalībnieki arī lielākoties piekrīt. Ja īsajām intervijām filmēšanas vietā tiek meklēti “intervējamie”, šāda “meklēšana” balansē uz pieklājības un uzstājības robežas, lai “intervējamie” piekristu intervijai. Piemēram, divas medicīnas darbinieces reģionālajā slimnīcā nevēlējās tikt intervētas, meklējot atbalstu šai nevēlēšanai savā vadībā - nodaļas vadītāja personā, kur to nesaņēma un tomēr tika īsi intervētas.

Sarunas ar raidījuma dalībniekiem tiek uzsāktas jau apstaigas laikā, kur raidījuma dalībnieki jau uzsāk stāstījumu par sevi, savu atrašanās vietu un savām nodarbēm. Šādu stāstījumu pārtrauc raidījuma veidotāji: *“Neizšaujiet pulveri!”* Tas tiek darīts, lai raidījuma dalībnieks jau vienu reizi visu neizstāstītu un tādējādi negribētu vai nevarētu to pašu atkārtot kameras priekšā. Atkārtojoties zustu raidījuma dalībnieka “dabiskais” stāstījums:

Raidījuma dalībnieks stāsta ārpus intervijas: *“Man jau tā Rīga nekad nav patikusi...”* Raidījuma veidotājs (operators), to dzirdot, norāda: *“...tagad visu izrunās ... labāk par datoriem runājjiet..”*

Operatora redzējums ir noteicošais kritērijs filmēšanas materiāla iegūšanai apstaigas laikā, savukārt raidījuma veidotājs – žurnālists “vada” situāciju intervijas laikā.

Intervija ilgst aptuveni 20-40 minūtes, kuras laikā raidījuma veidotājs uzdod (iepriekš sagatavotus) jautājumus par interesējošām tēmām. Intervijai jābūt visaptverošai, atklājošai, jāsniedz dažādi ieskatī. Intervija nedrīkst būt pārāk “fokusēta”. Piemēram, slimnīcas nodaļas vadītāja intervijā pēc vairākiem uzdotiem jautājumiem viens no raidījuma veidotājiem saka otram: *“... prasās vēl pārdomas, ne tikai par medicīnu...”*. Saskaņā ar maniem novērojumiem šīs papildus pārdomas iekļauj raidījuma dalībnieku filozofiska rakstura vērtējumus un redzējumu dažādiem dzīves aspektiem un notiekošajam publiskajā telpā. Turklāt intervija nevar būt “pārāk gara”: operators nosaka: *“...baigi gari lai nerunā – bišķi par koku, bišķi pa āru”*.

“Fokusēta” (viena raidījuma dalībnieka) intervija tiek veikta iepriekš sagatavotā vietā vai telpā ar nepieciešamības gadījumā uzstādītu papildus apgaismojumu. Ja intervija notiek

telpā, šādai telpai ir nepieciešams “dziļums”. Savukārt, ja raidījuma sižets tiek veidots par notikumiem ārpus telpām (piemēram, talka), filmēšana telpās nenotiek.

Abi intervijas dalībnieki tiek nosēdināti filmēšanas kamerai atbilstošā leņķī. Raidījuma veidotājs – intervijas vadītājs sēž “ārpus kadra”, savukārt raidījuma dalībnieks tiek nosēdināts atsevišķi no visiem un visa, izgaismots, “izcelts”, zināmā mērā izolēts. Raidījuma veidotāji pārbauda raidījuma dalībnieka atbilstību un piemērotību filmēšanas situācijai:

Raidījuma veidotājs 1 (apskatot raidījuma dalībnieku): “*Vai brilles ņemt nost?*”

Raidījuma veidotājs 2: “*Nē, labi izskatās.*”



4.1.att. Intervija (© autores foto)

Nozīme tiek pievērsta fonam raidījuma dalībnieka aizmugurē intervijas laikā, piemēram, raidījuma dalībnieks – aldaris – tiek intervēts uz alus darītavas teritorijā esoša upes ūdenskrituma fona. Ja situācija to atļauj, atbilstoši raidījuma tematikai intervijas laikā raidījuma dalībnieks var turēt piemērotus aksesuārus, piemēram, jauniešu centra talkotājiem jāņem grābeklis rokās.

Ne visiem raidījuma dalībniekiem atrašanās un intervija kameras priekšā ir komfortabla. Daži raidījuma dalībnieki ir acīmredzami satraukušies. Arī raidījuma veidotāji

apzinās, ka būs nepieciešams laiks, kamēr raidījuma dalībnieks “*pierod pie mikrofona un atraisās*”. Tas ir operatora uzdevums “*pakoķētēt ar babiņkām*”, lai viņas “*atslābtu*” kameras priekšā. Par citām filmēšanām operators saka: “*Kad mazliet ar viņiem [raidījuma dalībniekiem] iedzer, viņi atslābinās... paliec savējais*”. Tas nozīmē, ka raidījuma veidotāji apzinās savu atrašanos citur, ārpusē, kas nepieder pie “savējo būšanas”. Interviju var būt nepieciešams pārtraukt, jo, piemēram, beidzas kameras baterija. Raidījuma dalībnieka stāstījums par dēla audzināšanu intervijas laikā tiek apstādināts, jo raidījuma veidotājs norāda: “*Stop! Dabūjiet salveti.. jānoslauka mutes kaktiņš..*”

Raidījuma dalībnieki apzinās savu atrašanās kameras priekšā un to, ka tiek filmēti un turklāt tas tiks translēts televīzijā. Kādā veidā tas var ietekmēt raidījuma dalībnieka naratīvu un to, cik raidījuma dalībnieki ir atklāti savā stāstījumā? Cik liela var būt raidījuma dalībnieka vēlme “labi” izskatīties un performēt kameras priekšā, radot interesi par sevi kā par “tūrisma objektu”? Vai šāda stāstījuma leģitimitāti var pārbaudīt? Šāda raidījuma dalībnieku apzināšanās par savu atrašanos filmēšanas situācijā maina raidījuma dalībnieku uzvedību, kādā tā būtu ikdienas dzīves norisē un, iespējams, arī atbildes, kuras raidījuma dalībnieki sniedz.

Saskaņā ar valsts valodas likumdošanu raidījuma veidotājiem ir prasība interviju veikt latviski. Ja raidījuma dalībnieks nerunā latviski, pastāv iespēja veikt interviju citā valodā, raidījuma translēšanas laikā liekot subtitrus vai mutisku tulkojumu pāri raidījuma dalībnieka tekstam. Tomēr, ja raidījuma dalībnieks primāri izmanto citu valodu un pietiekoši nepastāv uz sev komfortablākas valodas izmantošanu, raidījuma veidotāji turpina runāt latviski. Arī šis uzstādījums nodrošina raidījuma dalībnieku attālināšanos no viņu ierastās ikdienas vides un uzvedības.

Interviju jautājumi

Intervijās raidījuma veidotāji uzdod jautājumus, kas saistīti gan ar raidījuma dalībnieka dzīves stāstu un nodarbošanos, gan iztaujā par raidījuma dalībnieka vērtējumu par sabiedriskajām aktualitātēm.

Viens no raidījuma dalībniekiem uzdoto jautājumu veidiem ir jautājumi par pārmaiņām, piemēram:

Jautājums intervijā ar kalējiem: *“Vai lauku iedzīvotāji kaut kā ir mainījušies kopš 90.-ajiem gadiem?”*

Jautājums nodaļas vadītājam slimnīcā: *“Vai dzemdētājas mainās?”*

Jautājums ukraiņu tautas ansambļa dalībniecei: *“Vai Jūs redzat, kā Ukrainā mainās dzīve?”*

Jautājums gleznotājam: *“Vai jūs maināties kā gleznotājs... vai fiksējat savu attīstību?”*

Pārmaiņas ir ilgā laikā notiekošs, netverams process, kuru nav iespējams nofilmēt un parādīt televīzijas raidījumā. Autentiskā pagātne nekad nav bijusi vienkārši, viennozīmīga realitāte (Keesing: 1989). Pārmaiņas var mēģināt reprezentēt ar stāstījumu vai kādu uzskatāmu objektu.

Raidījuma dalībniekiem tiek uzdoti jautājumi, kas atspoguļo sabiedrībā diskutētus jautājumus, piemēram:

Jautājums aldariem: *“Vai Eiropas normas nespiež?”* (atsauce uz Eiropas Savienības likumdošanas normu ieviešanu nacionālajā likumdošanā, kas izraisa sabiedriskās diskusijas, ka Eiropas Savienība “uzspiež” savas prasības dalībvalstīm).

Jautājums talkojošiem jauniešiem: *“Vai jūs varētu aizbraukt no Latvijas?”* (atsauce uz sabiedriskajām debatēm, ka daudzi Latvijas iedzīvotāji ilglaicīgi – darba meklējumos - izbrauc uz ārzemēm).

Jautājums grūtniecēm dzemdību nodaļā: *“Un ko jūs teiktu tiem, kas saka, ka nevar bērnus, jo nav naudas?”* (atsauce uz sabiedrisko debati, ka finansiālās situācijas dēļ Latvijas iedzīvotāju ģimenes neizvēlas vairāk bērnus).

Jautājums Nr. 1 ārstam dzemdību nodaļā: *“Kā Jūs izskaidrojat, ka dzemdību skaits slimnīcā ir krities?”* (atsauce uz sabiedrisko diskusiju, ka “latvieši izmirst”).

Jautājums Nr. 2 ārstam dzemdību nodaļā: *“Vai dzemdības ir maksas pakalpojums?”* (atsauce uz sabiedrisko debati, ka ārstniecības pakalpojumi Latvijā ir finansiāli dārgi).

Jautājums gleznotājam (66 g.v.): *“Vai Jūs saprotat jauno mākslinieku mākslu?”* (atsauce uz sabiedrisko debati, ka atšķirīgas paaudzes “nesaprotas”, eksistē paaudžu

konflikts).

Ar intervijas jautājumu starpniecību raidījuma veidotāji “meklē” arī nacionālo (gan latvisko, gan citu) identitāti - “īsto (autentisko) latvieti” - un tās izpausmes un reprezentāciju, piemēram, šādā jautājumā:

Raidījuma dalībnieks: *“Ir jau brīžiem grūti pārvarēt to kūtrumu uzsākt kādu projektu pašam saviem spēkiem..”*

Raidījuma veidotājs: *“Bet varbūt latvieši tādi [kūtri] ir?”*

Līdzīgi arī sarunā ar ukraiņu tautas ansambļa pārstāvjiem, raidījuma veidotāji “meklē” “ukraiņu mentalitāti”: *“Kādi ir ukraiņi?”*

Nacionālā identitāte figurē Latvijas publiskajā telpā figurē kā spēcīgs un pēc vajadzības izmantots politiskais ierocis un arguments. Nacionālā identitāte tiek pozicionēta kā nacionālais *habitus* (Stolcke: 1995), kas veido ekskluzīvu piederību. Kā savā 1968. gada 20. aprīļa “Birmingemas uzrunā” identificēja britu politiķis Īnoks Pauels (Enoch Powell): “Identitātes saglabāšanas un teritorijas aizsardzības instinkts ir viens no dziļākajiem cilvēciskajiem instinktiem...” Etnicitāte vienmēr ir fundamentāli politiska (Jenkins: 1997). Šādas identitātes meklējumu ietvarā tiek meklēts kompakts, lokalizēts un vēsturiski sakņots tradīciju un vērtību komplekts, kurš ir ticis nodots no paaudzes paaudzē un balstās uz senu nācijvalsts veidošanās ideoloģisko repertuāru (Stolcke: 1995). Vienlaicīgi jāatzīst, ka mūsdienās pieaugošā cilvēku mobilitāte apvienojas ar kultūras produktu un prakšu “nepalikšanu vietā”, tādējādi radot dziļu teritoriālu sakņu zaudējuma sajūtu, vietu kultūratšķirību eroziju (Gupta, Ferguson: 1992). Šī “identitātes deteritorializācija” (Gupta, Ferguson, 1992: 10) uzdod aktuālu jautājumu par to, ko šajā laikmetā nozīmē runāt par “dzimto zemi”? Drīzāk jautājums ir par procesiem, nevis esencēm, kas ir iesaistītas kultūras identitātes pieredzē (Gupta, Ferguson: 1992).

Vai raidījuma “Province” veidotāji meklē šādu “lauku identitāti”? Atsaucoties uz vietas un tās iedzīvotāju asociācijas nozīmēm, ir jāizskata viens “dabisks” iepriekšējs pieņēmums, ka kulturāli vienota grupa (cilts vai tauta vai konkrētas vietas iedzīvotāji) un “to” teritorija ir dabīgi radies lielums (Gupta, Ferguson: 1992). Tādējādi tiek pieņemts, ka “laukos” (dabīgi radusies vieta) dzīvo “lauku cilvēki” ar viņiem vien raksturīgām iezīmēm. Dzīve

laukos tiek izmantota kā cilvēka kultūras un personīgās identitātes viens no ietvariem. Raidījuma veidotāji salīdzina vienu no raidījuma dalībniecēm – sievieti ap 60 gadiem, kas dzīvo laukos, ar tāda paša vecuma savu kolēģi, kas dzīvo pilsētā: “*nu nepateiksi, ka viņas ir viena vecuma...*”. Atsauce tiek veikta uz abu sieviešu ģērbšanās un izturēšanās (valodas) stiliem, kur raidījuma dalībniece tiek nosaukta par “omīti”. Pēc raidījuma filmēšanas raidījuma vadītāji reflektē: “*Provinciālisms ir mentalitātes iezīme*”. Tāpat cilvēki, kas dzīvo laukos, iegūst noteiktu “mentalitāti” - “provinciālismu”, kuru, kā iepriekš minēts, raksturo zemāks attīstības līmenis un informētība. Pieņemums, ka vietas ir autonomas, ir ļāvis topogrāfijas varai veiksmīgi noslēpt varas topogrāfiju. Vietas vienmēr ir bijušas hierarhiski saistītas, nevis dabiski atdalītas (Gupta, Ferguson: 1992).

Uzdodot jautājumus, raidījuma veidotāji mēģina saprast, kā ir bijis iedzīvoties laukos, atnākot no pilsētas, jo “no laukiem jau visi bēg”. Publiskā diskursa ietekmē šāds raidījuma dalībnieku lēmums (pārcelties no pilsētas uz laukiem) tiek uzskatīts par ko ārkārtēju un eksotisku. Iedomātas komūnas (lauku iedzīvotāji) tiek saistītas ar iedomātām vietām (laukiem), veidojot diskursu par lauku iedzīvotājiem, identitāti un viņu kultūras atšķirībām (Gupta, Ferguson: 1992).

Intervijās var novērot arī jautājumus par sabiedriski atzītiem tikumiem, tādiem kā, tīrība. Piemēram, jauniešu centra talkotājiem tiek jautāts par to, vai viņi paši mēdz nomest kādu atkritumu. Raidījuma dalībnieka atbilde tiek papildināta ar raidījuma veidotāja vērtējumu, ka tīrības tikums ir “saistīts ar audzināšanu” un tam seko jautājums, kā audzināt bērnus. “Tīrība” Latvijā tiek salīdzināta arī ar tīrību citur, citās valstīs, ar jautājumu raidījuma dalībniekam, kurš atsaucas uz savu pieredzi Lielbritānijā: “*Kā ir ārzemēs – tīri, netīri?*”

Uzdodot jautājumus raidījuma dalībniekiem par publiskajā telpām notiekošajām debatēm, raidījuma veidotāji sagaida, ka raidījuma dalībniekiem šāds viedoklis būs, bet tā tas vienmēr nav:

Raidījuma veidotājs: “*Ko, jūsuprāt, vajag mieram Ukrainā?*”

Raidījuma dalībnieks: “*Nezinu*”.

Viens no lauku dzīves diskursa elementiem ir tas, ka “laukos ir smagi jāstrādā”. Līdzīgi arī raidījuma veidotāji atzīst: “... *laukos jau laiks ātri paskrien..*” Lauki kā vieta ar

“smaga darba kultūru” tiek pozicionēti kā kultūras fikcija, kas ir specifisks un objektveidīgs fenomens, kas atrodas specifiskā un konkrētā vietā (Gupta, Ferguson: 1992), tādējādi eksotizējot un idealizējot šo fenomenu (Keesing: 1989). Šāda retorika uzsver darba kultūras laukos un pilsētās atšķirības un to nesavietojamību (Stolcke: 1995), nevis apstiprina dažādu dzīves prakšu un veidu iespējamību dažādās vietās.

Raidījuma veidotāji pievēršu uzmanību korektai statistiskas datu atspoguļošanai intervijās. Lai raidījuma dalībnieka stāstījums būtu “ticams” un “leģitīms”, tiek uzdoti precizējoši jautājumi, piemēram: “*Kuru skolu tu pabeidzi?*” Intervijā ar slimnīcas nodaļas vadītāju, statistikas dati tiek “izspēlēti” ar statistisku neapgāžamību:

Raidījuma dalībnieks (slimnīcas nodaļas vadītājs): “*Katrs desmitais Latvijas pilsonis tagad dzimst Lielbritānijā.*”

Raidījuma veidotājs: “*Valdībai citas prioritātes.*”

Statistikas datu apstiprināšanai tiek meklēts apstiprinājums ekspertu viedoklī, piemēram, jautājums slimnīcas nodaļas vadītājam: “*Kā jūs vērtējat sieviešu veselības stāvokli Latvijā?*” Jautājums liecina par “kopējā, visu Latvijas sieviešu veselības stāvokļa eksistenci”, kuru eksperts jāvar novērtēt. Eksperts novērtē: “*Jaunākie un veselākie ir ārzemēs.*”

Raidījuma veidotāji izjūt atbildību par valstī un sabiedrībā notiekošajiem procesiem un jautā raidījuma dalībniekiem: “*Jūs neuztrauc, ka Latvijā...?*” Raidījuma dalībniekiem tiek tālāk jautāts: “*Jūs jūtaties sociāli atbildīgs par to, kas notiek valstī?*”

Reaģējot uz raidījuma dalībnieku atbildēm intervijās, raidījuma veidotāji uzdod jautājumus, kas sākas ar “Jā, bet...”. No vienas puses to var interpretēt kā tālāku diskusiju rosinošu jautājumu uzdošanas veidu, no otras – kā sarunu biedra, šajā gadījumā raidījuma dalībnieka, viedokļa noliegumu. Pēc raidījuma dalībnieka skaidrojuma saņemšanas raidījuma veidotājs īsi komentē: “*Nu jā, tas tā vienkārši sakot. ... bet tomēr – kā jūs ... [tiek uzdots cits, pārfrāzēts jautājums par to pašu tēmu]*”. Vai tas nozīmē, ka raidījuma dalībnieka pirmā atbilde un interpretācija uz jautājumu nebija atbilstoši adekvāta vai citādi piemērota?

Noslēdzot interviju, kurā tika runāts par “Latvijas izmiršanu un sliktu sabiedrības veselības stāvokli”, raidījuma veidotāji aizkadrā smejas: “*Vajag kaut ko “gaišu”...*”, uz ko

raidījuma dalībniekam – slimnīcas nodaļas vadītājam, tiek uzdots jautājums:

“Varbūt jūs tomēr lepojaties ar savu profesiju?”

Raidījuma dalībnieks (pēc īsām pārdomām) atbild: *“Nu ja jūs gribat patosu..., tad dzemdniecība ir skaistākā ārstniecības profesija”.*

No šī piemēra var secināt, ka raidījuma veidotāji jūt atbildību par “informācijas emocionālā smaguma līdzsvara” ievērošanu raidījumā, “objektīvi” izvērtējot, cik daudz un kā “emocionāli lādēta” informācija tiks iekļauta.

Pēc intervijām vairāki raidījuma dalībnieki atzīst, ka ir noguruši un raidījuma veidotājiem smeļoties atzīst: *“Jūs mani iztukšojāt”.* Arī paši raidījuma veidotāji piekrīt, ka filmēšana nav viegla, jo *“pēc visām “mocībām” viņa [raidījuma dalībniece] neko tādu nepateica”.* Pēc interviju vērošanas rodas sajūta kā pēc medicīniskas procedūras, uz kuru pēc kārtas tiek ņemti intervējamie - “pacienti”.

Arī raidījuma veidotāji veic savus secinājumus pēc intervijām, piemēram, pēc intervijas ar katoļu izdevuma veidotāju raidījuma veidotājs atzīst:

“Biju domājis, ka [viņa] kārtīga katoliete.. bet tā ... aiziet no mises!”

Pēc sižeta filmēšanas par jaundzimušo atstāšanu slimnīcā, raidījuma veidotāji atzīst, ka ir guvuši *“cūceni”* (latv. - necerētu veiksmi), jo filmēšanas brīdī slimnīcā ir tikai divi jaundzimušie, kur no viena māte potenciāli atsakās.

Konstruējot citus un viņu identitāti, mēs vienlaicīgi konstruējam sevi. Modernajā, ekonomiski globalizētajā pasaulē, ir īpaši saasināta vajadzība pēc pirmatnējās identitātes, kultūras atšķirības un ekskluzivitātes sajūtas (Stolcke: 1995). Sarunas gaitā tiek veidota gan raidījuma veidotāja, gan raidījuma dalībnieka identitāte. Tas ir vienlaicīgs un savstarpējs identifikācijas un atšķirības veidošanas process (Moore: 1994). Subjektivitāte ietver vairāku vienā personā vienlaicīgi mītošu subjektu pozīcijas (Moore: 1994). Intervijas gaitā tiek paustas abu intervijas dalībnieku identitātes kā pilsoņiem, noteiktas profesijas pārstāvjiem, noteiktu rakstura iezīmju iemiesotājiem. Pazīstamās līnijas starp “šeit” un “tur”, “centrs” un “perifērija” kļūst mazāk noteiktas. Mainās gan metropoles, gan perifērijas fiksētās pozīcijas un kultūras pārliecības. Pat cilvēki, kas paliek “senču zemēs”, atklāj, ka viņu saistība ar vietu ir mainījusies un ka ilūzija par dabisku un pamatotu saistību starp vietu un kultūru ir salauzta

(Gupta, Ferguson: 1992).

Piefilmējumi

Piefilmējumi ir videomateriāls, kas tiek filmēts papildus intervijai un citām sarunām ar raidījuma dalībniekiem. Piefilmējumus veic operators – tiek “*pielasīta apkārtne*” pēc principa “*ejam visur, kur kaut kas ir*”. Piefilmējumi ir nepieciešama sastāvdaļa, lai papildinātu raidījuma sižetisko fokusu un vadlīniju.

Piefilmējumus veic operators, un viņa loma ir izvēlēties, kas tiek iekļauts tajos. Jautāts par to, kā izvēlas, kādus piefilmējumus veikt, operators atbild: “*Čto vižu, o tom poju*” (latviski - “ko redzu, par to dziedu”). Raidījuma operators šajā profesijā strādā jau trīsdesmit gadus. Operators uzskata, ka ir būtiski padarīt kadru “dažādāku, ne statisku”. Tam var būt nepieciešami dažādi kameras rakursi un leņķi, caur kuriem skatīt cilvēkus, telpas un darbības, lai pēc iespējas dažādāk reprezentētu situāciju. Operatora izpratne par kadra estētiku nosaka to, kādā veidā konkrētā situācija vai raidījuma dalībnieks tiks “iemūžināts” kadrā. Filmējot tiek veikta objektu pietuvināšana (angļu val. - “zooming”), vairākkārt novēroju fokusa veidošanu uz raidījuma dalībnieku vai kādu objektu caur cita objekta prizmu (piemēram, skats uz alusdarītavu caur dzirnakmens “aci”). Operatoram piemītot “vājība uz dzīvniekiem”, tāpēc iespējas gadījumā tiek veikt piefilmējumi ar filmēšanas procesā ievērotajiem dzīvniekiem (suņiem, kaķiem, vistām u.c.). Atsaucoties uz Austrumu reprezentāciju Rietumu kultūrā, E. Saīds apgalvo, ka Āzija runā caur Eiropas iztēli..” Tādējādi “lauki runā” caur operatora iztēli par to, kas lauku dzīvē būtu reprezentatīvs iekļaušanai raidījuma sižetā.

Filmēšanai var traucēt dažādi dabas apstākļi, tādi kā vējš, sniegs, lietus. Ņemot vērā, ka veicu lauka darbu pavasara mēnešos (marts, aprīlis) filmēšanā pavadot vairākas stundas, bieži sanāca nosalt, tāpēc uz filmēšanām iemanījos ņemt līdzī siltāku apģērbu, nekā kustoties šādos laika apstākļos vilktu. Profesionāla videokamera (ar statīvu) sver virs desmit kilogramiem, līdz ar ko operators nosaka, cik tālā apstaigā ar raidījuma dalībniekiem dosies, lai veiktu filmēšanu. Filmēšanas gaitā apgūstu kameras “varu” filmēšanas vietā. Pēc pirmās filmēšanas reizes saprotu, ka ir būtiski vērot, kur darbojas un ko filmē operators, lai nenokļūtu “kadrā” un tajā nebūtu “situācijai nepiederīgi cilvēki”. Vēlāk iemācos, ka visefektīvāk šādu “neiekļūšanu kadrā” var īstenot, turoties operatoram ar kameru tieši aiz muguras un kustoties operatora darbības ritmā. Maikls Čīplijs (Michael Cieply) atsaucas uz dokumentālo sižetu filmēšanu, identificējot operatora kameru kā līdzekli, lai *strukturētu* realitāti, nevis stāstītu par

to (Sofian: 2013). “Strukturēšana” nozīmē zināmu varas pozīciju noteikt, kas tiks iekļauts raidījuma materiālā.



4.2.att. Piefilmējumu gatavošana (© autores foto)

Svarīgs uzstādījums piefilmējumiem ir “rosības” fiksēšana – raidījuma veidotāji grib “redzēt rosību”. Raidījuma veidotāji meklē, atrod un veido (rada) situācijas un darbības, kuras veic paši raidījuma dalībnieki vai citas personas, kas ir saistītas ar sižeta vadlīniju. Tā, piemēram, viens no raidījuma darbības elementiem ir intervija ar raidījuma dalībnieku, kas tiek veikta pastaigas laikā, pa ceļam veicot apkārtnē esošu objektu “piefilmēšanu”. Sižetā par slimnīcas dzemdniecības nodaļu raidījuma veidotāji piefiksē, ka “*Piecos vakariņas – tā arī ir darbība!*” Raidījuma veidotāji meklē “īstas” raidījuma dalībnieku emocijas, piemēram, aizsūtot operatoru filmēt ukraiņu tautas ansambļa sajūtas un reakciju pēc priekš kara aizvēršanas pēc nodziedātas dziesmas, jo tur būšot patiesas emocijas. Tādējādi raidījuma

veidotāji meklē neiestudētas, “dabīgas” situācijas, kas raksturotu un reprezentētu raidījuma dalībnieku ikdienas dzīvi. “Dabīgums” gan reizēm var būt pārāk “dabīgs”, piemēram, intervējot kalēju viņa garāžā, labās akustikas dēļ raidījuma veidotāji palūdz kalēja bērniem iziet no telpas, jo “*būs te baigie trokšņi*”. Filmējot sižetu, kurā raidījuma dalībnieks degustē alu, lai parādītu kā to dara ikdienā, raidījuma veidotājs norāda: “*Tā alus glāze tak netīra, izmazgā...*”.

Raidījuma veidotāji saka: “*Mūsu uzdevums ir vērot, nevis diriģēt parādi..*”, pēc iespējas mēģinot parādīt raidījuma dalībnieku dzīves situācijas to “dabīgajā vidē”. Kad raidījuma veidotāji ierodas uz ukraiņu tautas ansambļa filmēšanu, raidījuma dalībnieki bija laicīgi ieradušies un jau gērbusies uzstāšanās tērpos, uz ko raidījuma veidotāji secina: “*Te jau “paradnij vid’* (krievu val. - “svētku izskats”) – *jātaisa atpakaļgaitā*”. Ar paskaidrojumu: “*Mēs jau ne uz koncertu atbraucām*” raidījuma dalībniekiem tika palūgts saģērbties “parastajās drēbēs”, it kā viņi vēl tikai nāktu uz mēģinājumu un “atnākt vēlreiz”. Pamatojoties uz montāžas prasībām, raidījuma veidotāji lūdz tautas ansambļa dalībniekus atkārtot vienu dziesmu trīs četras reizes, lai veiktu nepieciešamos filmējumus.

Pēc intervijas ar gleznotāju, raidījuma veidotāji lūdz mākslinieku “pavicināties ar pindzeli”: “*Vai varēsiet pagleznot?*”, atspoguļotu mākslinieka ikdienas darbu. Apmeklējot jauniešu centra talkotāju grupu, raidījuma veidotāji konstatē, ka: “*Viņi [jaunieši] jau visu esot novākuši... nu nekas.. ņems maisus un ies skatīties... re kur vēl pudele palikusi*”. Sekojot jauniešu grupai talkā, raidījuma veidotāji smejojoties no attāluma komentē: “*Lēnāk, lēnāk – liec to pudeli atpakaļ!*” ar norādi, ka vēl nav paspēts šo darbību nofilmēt. Darbību atkārtošana ir nepieciešama dažādu kameras rakursu iegūšanai un filmējumu veikšanai. Lai fiksētu to, kā raidījuma dalībnieks – aldaris veic katras saražotās alus mucas degustāciju, raidījuma dalībniekam – aldarim raidījuma veidotāji iesaka: “*Tu pacel to glāzi pret gaismu, paskaties iekšā... tā... paskaties vēlreiz...*”.

Raidījuma dalībnieki neapstrīd raidījuma veidotāju uzstādījumus: “*Jūs tikai sakiet, kā mums darīt un mēs darīsim!*” Tā, piemēram, jaunieši īslaicīgi tiek atbrīvoti no mācībām, lai piedalītos raidījuma filmēšanā. Ar reģionālas slimnīcas dežūrārsti raidījuma veidotāji sarunā, ka tiks informēti, ja potenciālajai raidījuma dalībniecei tuvāko 12-24 stundu laikā sāksies dzemdības, kuru nofilmējumu varētu iekļaut raidījuma materiālā. Tādējādi arī raidījuma

dalībnieki palīdz uzturēt raidījuma veidotāju autoritāti pār situāciju un raidījuma satura veidošanu.

Veidojot filmēšanas materiālu, kas reprezentētu dzīvi laukos, raidījuma veidotāji meklē dažādus apzīmētājus. Piemēram: “*Re, kur bērni, filmē tos – būs skaisti!... Vecis ar tačku... nu nofilmē tak.*”. “Piefilmējamās” situācijas un objektus identificē operators vai arī viņam uz tiem norāda raidījuma veidotāji – žurnālisti. Bērni ir Latvijas publiskajā diskursā īpaši izceltu un aizsargājamu cilvēku kategorija: “Bērni ir mūsu nākotne”, kas ģenerē sabiedrības pārstāvju emocionālu reakciju (aizkustinājumu). “Vecis ar tačku” - cilvēks ar laukiem raksturīgu darba palīglīdzekli, lauku sētu dzīvnieki un putni veido “tradicionālu” lauku ainavu publiskajā diskursā. Tādējādi katrai vietai tiek piedēvēta tās īpašā kultūra (Gupta, Ferguson: 1992) un atšķirīgās zīmes, kas lauku gadījumā ir, piemēram, mājdzīvnieki.

Raidījuma dalībniekiem mēdz būt dažādi hobiji, kas ne vienmēr saskan ar “tradicionālo” uzskatu par dzīvi laukos, piemēram, motocikli. Šie objekti tiek piefilmēti ar “eksotikas” piegaršu, ka “laukos jau nekas tāds nevar būt”. Atsaucoties uz Rietumu ideoloģijām, kas idealizē primitīvismu un to cilvēku gudrību, kas dzīvo “saskaņā ar dabu” R. Kīsinga uzskata, ka senās dzīves idealizācija mēdz iet roku rokā ar moderno tehnoloģiju un progresu kritiku. Ironiskā veidā tie, kuri iemieso šīs idealizētās dzīves uzskatus, bieži vien īpaši aizraujas ar tehnoloģijām, progresu, materiālismu un “attīstību (Keesing: 1989).

Atsaucoties uz reprezentāciju un ar to saistīto ideoloģiju, antropologs un lingvists R. Kīsinga identificē “tradīcijas izgudrošanu” (“*invention of tradition*”) (Keesing: 1989), kas lauku diskursa gadījumā iekļauj “paražas retoriku” par to, kā “dzīvo laukos” (piemēram, “ar motociklu nebraukā”). Veicot piefilmējumus ar talkojošo jauniešu grupu, raidījuma veidotāji to aizsūta talkot gar ezeru, jo būs “*smuks skats*”. Piefilmējumi ar dabas ainavām – ūdeņiem, debesīm – tiek izmantoti kadra estētikas papildināšanai un zināmā mērā parastās dzīves svinēšanai dramatiskā veidā (Keesing: 1989).

Arī filmēšanas sižeta tuvumā esoši cilvēki var būt reprezentatīvi un raksturot filmējamā sižeta situāciju. Kā secina raidījuma veidotāji: [slimnīcā] “*cilvēku ir, tik cik viņu ir*”, kas nozīmē, ka nav liela potenciālo raidījuma dalībnieku izvēle. Slimnīcas sižeta gatavošanā raidījuma veidotāji taujā slimnīcas personālam, vai vēl ir kāda sieviete, kurai drīz varētu sākties dzemdības, jo šāds piefilmējums iekļautos topošā raidījuma sižeta līnijā.

Ja kādu iemeslu dēļ raidījuma veidotājiem nesanāk izveidot interviju ar uz vietas noskatīto raidījuma dalībnieku, intervijai tiek uzrunātas citas iesaistītās personas, kas neiekļāvās pirmajā raidījuma veidotāju izvēlē. Piemēram, raidījuma veidotāji ievēroja ukraiņu tautas ansambli atrada mazākumtautību festivālā, kur *“bija viens vecis ar “garmošku” [krievu val. - akordeons], šodien [filmēšanas dienā] nav. Slikti”*. Ievērotā persona (cilvēks ar akordeonu) acīmredzot būtu “spilgts” papildinājumus raidījuma piefilmējumiem. Tādējādi veidojot reprezentatīvu materiālu par dzīvi laukos, raidījuma veidotāji identificē nekustamus objektus un tēlus (skatus) un kustamas dzīvības (dzīvnieki, cilvēki), kas, viņuprāt, vislabāk raksturotu un atbilstu uzstādījumam “dzīve provincē”.

Veicot raidījuma piefilmējumus, raidījuma veidotāji aptuveni apzinās un seko līdzi nepieciešamajam materiāla apjomam raidījuma izveidošanai: *“Mums vēl vajag 40 sekunžu kadru kaut kur dabūt.. [pilnam raidījumam]”*. Raidījuma veidotāji dod operatoram uzstādījumu *“izlases veidā piefilmēt klāt”*, lai iegūtu papildus materiālu izmantošanai raidījuma montāžā.

Papildus filmēšanai raidījuma veidotāji arī fotografē apkārtni un raidījuma dalībniekus. Tas tiek darīts, lai ar fotogrāfijām vēlāk reklamētu raidījumu internetā (tā sauktā pašreklāma). Kā apgalvo raidījuma veidotāji, skatītājus interesējot raidījuma veidošanas aizmugure. Pašreklāma nozīmē *“reklamēt pašu jeb sevi”*, izcelt to, kā mēs kaut ko darām, jo tas ir būtiski un kāds to vēlas redzēt.

Raidījuma filmēšana tiek noslēgta ar atvadīšanos no raidījuma dalībniekiem un diskusiju par iespējamo datumu, kad sižets tiks translēts. Sākas atpakaļceļš uz Rīgu...

4.5. Raidījuma montāža

Raidījuma montāža sastāda pilnas dienas darbu (ap 8 stundām). Tas ir divu cilvēku darbs, kurā piedalās raidījuma veidotājs – žurnālists un tehniskais speciālists – montētājs. Pirms montāžas raidījuma veidotājs izskata nofilmēto materiālu, saliekot kopā iespējamo raidījuma kadru secību, kas vēl tiek koriģēta montāžas laikā. Montētājs veic tehnisko kadru montāžu speciālā datorprogrammā.

Nofilmētais materiāls tiek sadalīts pa īsākiem, numurētiem posmiem, kurus pēc tam ir efektīvāk apstrādāt. Montāžas darbs tiek veikts uz diviem datora monitoriem. No viena monitora īsākie, numurētie kadri tiek pārvilkti uz otru monitoru, kurā tiek kombinēta attēls ar skaņu. Montējot kadrus, raidījuma veidotāji izmanto tuvplānus, tālplānus un citas vizuālās tehnikas. Kadri tiek secīgi kombinēti, apvienojot visas filmēšanas norises: apstaigievalu, interviju, citas sarunas, piefilmējumus. Nofilmētais materiāls tiek apstrādāts arī tā, ka rezultātā savietotais vizuālais attēls ar tekstu rada jaunas situācijas (piemēram, tiek izmantots intervijas teksts pāri darbībām, kuras raidījuma dalībnieki veic, stāstot citas lietas). Raidījuma veidotāji uzsver, ka atbalsta “vecu skolu” dokumentālā raidījuma veidošanā, kur ir svarīga kadra stabilitāte un fokuss.

Raidījuma dalībnieku stāstītais teksts tiek apstrādāts, to saīsinot, sadalot pa daļām, kas tiek izmantotas dažādos raidījuma posmos. Mākslas un ne-mākslas filmām ir vairāk nekā atspoguļošanas vai dublēšanas funkcija. To var novērot operatora darbā un pēcfilmēšanas procesā, kad tiek organizēti dažādi skaņu celiņi un vizuālie piefilmējumi, lai izveidotu vienu veselu, kas pirms tam nav eksistējis. Laiks tiek saīsināts, un hronoloģija tiek mainīta. Tiek pievienota mūzika, subtitri. Filma nav ne mākslas, ne dokumentāls produkts, ja tā tikai “reprezentē” to, kas notika kameras lēcas un mikroфона priekšā” (Juel: 2006). Tādējādi raidījuma veidotājiem ir zināma varas pozīcija noteikt, kas tiks iekļauts vai neatradīsies raidījumā. Raidījuma dalībnieku stāstījuma audio materiāls tiek atstāts vai pilnībā noklusināts, ņemot vērā to, kā “kadri montējas”. “Kadru montēšanās” varētu nozīmēt to, ka kadram pašam ir noteikta spēja atrasties noteiktā raidījuma montāžas vietā un “montēties” vai “nemontēties”. Kadrs “diktē” noteikumus, kurus izpildot, raidījuma veidotāji montē kadrus noteiktā secībā. Piemēram, montējot raidījuma dalībnieku pārvietošanos vienā no kadriem, raidījuma veidotāji

secina: *“Tā skriešana ir par garu..”* (kadra garums ir ap 10 sekundēm) un raidījuma dalībnieka “skrējiens” tiek saīsināts.

Montāžas laikā tiek veidots strukturēts stāstījums un savietota notikumu “loģiskā” secība. Raidījums tiek iesākts ar tā saukto “pašreklāmu” kā stāsta ievadu, kurā uz nepilnu minūti tiek ieskicēti raidījuma dalībnieki un aptuvenā raidījuma tēma. Montējot tiek iepriekš pārdomāta notikumu iespējamā “loģiskā” secība, lai radītu “dabīgi” notikuša notikuma iespaidu. Piemēram, ir jāpārdomā šādi jautājumi:

“Šīto kadru tagad nevaram izmantot, te jau sveces deg...” (šāds kadrs nevar tikt iemontēts pirms kadra, kurā sveces nedeg).

Montējot automašīnas iekraušanas procesu, raidījuma veidotājs plāno: *“Ko likt pa priekšu - sākumā iekrāmē vai izkrāmē auto?”*

Viens no raidījumiem iekļauj paralēlus stāstus par divām jauniešu grupām. Pārdomājot raidījuma noslēguma montāžu, raidījuma veidotāji secina: *“Būs dubultās beigas.. nebūs labi.. jādara savādāk”*.

Kadru montāžā kadru izvēle ir atbildīgs process, kur raidījuma veidotāji, skatot nofilmēto materiālu par jauniešu-talkotāju grupu, vērtē: *“Visi (kadri) baigi līdzīgie.. iet un lasa.. tur tā nelaieme...”* Raidījuma veidotāji uzskata, ka nav nepieciešams raidījumā ievietot atsevišķu raidījuma veidotāju tekstu, jo *“montāža jau parāda attieksmi”*. Šeit var secināt, ka ar reprezentāciju vien nepietiks, nepieciešams atspoguļot raidījuma veidotāju viedokli un *“parādīt attieksmi”*.



4.3.att. Kadrs no raidījuma montāžas (© autores foto)

Kadru montāžā situācijas aprakstīšanai (reprezentācijai) tiek izmantoti arī no citiem mediju materiāliem (videofilmām, ziņu raidījumiem) iegūti materiāli. Piemēram, raidījuma par latgaļu valodas “nospiesto” situāciju valstī salīdzinājuma nolūkos tiek iekombinēts ziņu raidījuma sižets, kur Saeimas priekšsēdētāja norāda Saeimas deputātam runāt latviski, nevis latgaliski.

Viens nekad pilnībā nevar izprast otra subjektivitāti. Raidījuma veidotājam – žurnālistam ir savs redzējums un subjektīvā estētiskas izpratne montējamo kadru izvēlē. Piemēram, raidījuma tiek iemontēts kadrs, kurā divi aldari vāra alu: “*Tas bija smuki, kur abi jauc...jāraud, cik skaisti...*”. Kāpēc konkrētā darbība ir “smuka”? Kādas personīgās emocijas, kultūratsauces vai šo abu fenomenu hibrīds veido šo redzējumu? Līdzīgi raidījumā tiek iemontēti raidījuma dalībnieku stāstījuma fragmenti, kas satur epitetus, metaforas vai citus lingvistiskus rīkus, piemēram, raidījuma dalībnieks atsauces uz konfliktu risinājumiem šādi: “*..lai bez rūgtumiņa viss atrisinātos*”.

Montāžas procesa rezultātā ir jātop stāstam un priekšstatam par “dzīvu cilvēku”, kurš iemieso “bioloģisku dabiskumu”. Piemēram, raidījuma veidotāji montē kadrus ar nelielu pārtraukumu tā, “*lai [raidījuma dalībnieks] ievelk elpu*”, jo dzīvs cilvēks runājot veic pārtraukumus un elpo. Raidījuma veidotāji novērtē raidījuma dalībnieku emocijas: “*Patiesa emocija!*”, un šāds kadrs tiek ietverts montāžā. Atsaucoties uz citu LTV dokumentālu raidījumu un tā “mehānisko”, “ne-dzīvo” montāžu, raidījuma veidotāji komentē: “*viņš [raidījuma dalībnieks] tak pat neelpo tajā raidījumā*”. Tādējādi raidījuma veidotāji mēģina montāžas procesā un kadrā “atdzīvināt” raidījuma dalībnieku, “piešķirot viņam balsi”. Arī raidījuma dalībnieku mutiskas atsaucis uz “dabisku” rīcību vai uzvedību tiek iemontētas raidījumā, piemēram, šāds raidījuma dalībnieka teksts: “*Bērni tā dabiski to visu dara..*”. Tajā pat laikā raidījuma veidotāji izvēlas neizmantot kadru, kurā aldaris vāra alu, jo: “*Re, kā smuki izskatās, bet tur tak sviedru pile pil alū iekšā..*”.

Raidījuma dalībnieku stāstījums ne vienmēr plūst secīgi un padodas montāžai: “*Viņa [raidījuma dalībniece] tak nonāk pretrunās nepārtraukti*”. “Gluda”, noapaļota un loģiski secīga stāstījuma radīšana prasa ieguldījumu montāžas procesā. Kadru virknējums nedrīkst būt pārlietu informatīvi “blīvs”: “*To [kadru] liec citur, citādi baigi čupā*”. “Čupā” nozīmē kadru, kurā vienlaicīgi ir raidījuma dalībnieku stāstījums un mainās dažādi nofilmētā materiāla kadri, kurus skatītājam var būt grūti uztvert. Raidījuma dalībnieka nepārtraukts stāstījums kadrā montāžas gaitā nekad nav ilgs. Raidījuma veidotāji sadala raidījuma dalībnieka stāstījumu īsākos posmos tā, lai tos var izmantot dažādu raidījuma kadru kombinēšanā ar piefilmējumiem.

Kadru montāžas nolūkos raidījuma veidotājiem kaut kas šķiet “tīri” un kaut kas - “netīri”. Piemēram, raidījuma netiek iekļautas atsevišķas raidījuma dalībnieku uzvedības izpausmes un emocijas (skaņas) - pārteikšanās, minstināšanās. Tajā pat laikā raidījuma veidotāji cenšas izvairīties no pārlicīgā kadrā “sterilitātes”, tomēr atstājot dažas cilvēka uzvedības nianšes, “*lai ir netīrāk*”.

Kadra “tīrība” arī spēlē lomu. Raidījuma veidotāji iemontē konkrētu kadru, jo tajā : “*...viņš [raidījuma dalībnieks] izvāc roku, kas nav mazsvarīgi...*”. Šajā gadījumā “tīrs” kadrs nozīmē kadru bez cilvēka (raidījuma dalībnieka) klātbūtnes tajā. Daži montējamie kadri tiek “iztīrīti”, tas ir, tehniski tiek noņemts teksts (stāstījums) no kadra, lai to iemontētu citā

raidījuma vietā. Tas tiek darīts, lai izvairītos no pārāk gara, vienlaidus kadra ar raidījuma dalībnieka stāstījumu. Kadrs ir jātur “tīrs”, to nedrīkst “aizlikt ar tekstu” situācijās, kad nofilmētā materiāla nav daudz, un montāžas vajadzībām var iestāties kadru trūkums.

Atsevišķos gadījumos raidījuma veidotāji izmanto datortehnikas sniegtās iespējas kadra estētikas uzlabošanai, piemēram, baznīcas krāsojums tiek tehniski padarīts baltāks.

Tehniķa – montētāja uzdevums ir titulkadra (ievadkadrs, kas parādās īsi pēc raidījuma sākuma un satur raidījuma un tā tēmas nosaukumu) noformējuma izvēle. Mani novērojumi iekļāva tādus titulkadra noformējumus kā āmura zīmējums raidījumam par kalēju, ķieģeļu sienas fragmenta zīmējums raidījumam par cietoksni, – ķieģeļu sienas fragments, eglītes, soliņa un grābekļa zīmējums raidījumam par jauniešu talkotāju grupām. Augstākminētie zīmējumi / atainojumi tiek tradicionāli saistīti ar konkrētajām nodarbošanās formām.

Atbilstoša raidījuma nosaukuma piemeklēšana spēlē nozīmīgu lomu. Piemēram, raidījumā par Latgales reģiona katoļu izdevuma autori raidījuma nosaukums ir “Kuorklu īlas Maruta”. “Kuorklu īla” ir latgaļu valodas nosaukums latviskajai “Kārklū ielai”. “Maruta” ir raidījuma dalībnieces vārds. Raidījuma veidotāji izvēlējās latgalisko ielas nosaukumu, jo tas rada “autentiskāku” skanējumu. Raidījums par kalējiem – tēvu un dēlu – Vidzemē tiek nosaukts “Sīmansons un dēls”, kas piešķir raidījuma nosaukumam 20. gadsimta sākumā bieži izmantotu tirgotāju un pakalpojumu sniedzēju nosaukuma skanējumu. Objektifikācijas procesā kultūra (ideoloģijas līmenī) sastāv no “tradicionālās” mūzikas, dejas, tērpiem. Periodiski performējot vai rādot šīs kultūras fetišizētās reprezentācijas, tiek pierādīts, ka senais kultūras mantojums turpina dzīvot (Keesing: 1989). Izmantojot, piemēram, nosaukumu “Sīmansons un dēls”, raidījuma veidotāji informē, ka joprojām pastāv pirms simts gadiem izmantotās ģimenes uzņēmumu formas. Šajā ir jūtama arī zināma nostalgijas pieskaņa. Šī nostalgija pēc “pirmās Latvijas laikiem” plaši figurē Latvijas publiskajā telpā, un šajā gadījumā raidījuma veidotāji to atražo tālāk. Tiek radīts reprezentatīvs stāsts (mīts) par dzīvi provincē mūsdienās (identitātes apstiprinājums), izmantojot atsauces uz “idealizēto senču pagātņi” (Keesing: 1989).

Montāžas procesā raidījuma dalībnieki kļūst par raidījuma kadriem, kuri tiek kombinēti un modificēti, piemēram, plānojot kadru turpmāko izmantošanu raidījuma veidotājs saka: “*To bērnu [kadru ar bērnu – aut.] izmantosim vēlāk.*” Raidījuma dalībnieki kļūst par

objektiem, kas tiek izmantoti pēc raidījuma veidotāju ieskatiem. Jāpiebilst, ka pēc vairāku stundu montāžas arī es vairs tik emocionāli neuztveru raidījuma dalībnieku stāstījumu. Montējamais materiāls kļūst par apstrādājamu produktu kā cilvēks-personība medicīnas darbinieka acīs kļūst par “pacientu”.

Montāžas darba rezultātā ir svarīgi radīt “noapaļotu”, secīgu, fokusētu stāstu (naratīvu) divdesmit sešu minūšu garumā. Raidījuma dalībnieku stāstījumi nedrīkst būt pārāk gari, kā raidījuma veidotāji atzīst par vienu no raidījuma dalībniekiem: “*..viņš [raidījuma dalībnieks] labi runā, tikai gari...*”. Raidījuma pieaugušie dalībnieki tiek identificēti ar titru parakstu, kas satur dalībnieka amatu, vārdu un uzvārdu. Raidījuma veidotāji to dara, “*lai personalizētu [raidījuma dalībniekus] ... nav jau amēbas*”. Raidījuma dalībnieki - bērni un pusaudži - tiek identificēti ar titru, kas satur viņu vārdu, nepievienojot uzvārdu vai amatu. Raidījuma beigās tiek ievietoti noslēdzošie titri, kas uzskaita raidījuma veidotājus – žurnālistus, operatoru, gaismotāju, transporta šoferi, filmēšanas darbu koordinātoru.

Montāžas procesā arī var novērot īpašu attieksmi pret nofilmēto materiālu, kas ir lielākā vērtība, piemēram, raidījuma veidotāji saka montētājam: “*... tu baigi nešķiedies ar bildi, citādi [pietrūks] pēc 13. minūtes..*”. Ja materiāls potenciāli var pietrūkt, ir “*Jāsāk cīņa par sekundēm*”, kas nozīmē materiāla izmantošanu taupīgā veidā. Nofilmētajam materiālam ir jābūt pietiekamam, lai radītu vajadzīgo naratīvu. Raidījuma veidotājs saka: “*Es jau domāju, ka bilde pietrūks, paldies dievam, [operators] kaut ko tai nabadzībā izstiepis.*”.

Raidījuma veidotāji pārliecinās, ka raidījumā netiek ievietoti kadri, kas varētu “*pavilkt uz komerciju*”, tas ir, iekļautu jebkādu potenciālu produktu reklamēšanu, piemēram, alus darītavas gadījumā konkrētu alus marku atspoguļošana. Arī veidojot raidījuma nosaukumu tiek pārdomāts, lai tur nefigurētu šāda nejauša produkta reklāma, piemēram, konkrētais alus darītavas nosaukums. Tādējādi raidījuma veidotājiem ir jāievēro zināmi ierobežojumi, kas līdzinās produkta izplatīšanas ierobežojumiem.

Viens no raidījuma veidotājiem atsaucas arī uz raidījuma veidošanai piešķirto budžetu: “*[Tas ir] balanss starp laiku un naudu... te jau rūpnīca... var jau uztaisīt labāk, bet vai ir resursi?*”

Raidījuma montāžā raidījuma veidotāji izmanto atsevišķu terminoloģiju, piemēram,

“*pakojam (vai krāmējam) ciet*”, kas nozīmē kadra montāžas pabeigšanu pēc vairāku secīgu kadru savietošanas. “Pakot ciet” nozīmē aiztaisīt kādu saliktu, gatavu priekšmetu vai produktu. “*Izlaidīsim viņu intervijā*” nozīmē ievietot kadru ar raidījuma dalībnieka interviju. Šajā terminā var novērot raidījuma veidotāju varu noteikt to, kurā brīdī raidījuma dalībnieka intervija figurēs raidījumā. Kadru montāžas vietas tiek dēvētas par “*šuvju vietām*”. Šuvējs sašuj apģērbu vai ārsts pacientu. Raidījuma veidotājiem ir tiesības un noteikšana par to, kā tiek “sašūts” vai savietots kopā raidījuma materiāls. Eksistējot vienlaicīgi ar preces formu, kas ietekmē pat visattālākās tautas, kuras antropologi ar tādu interesi studē, masu mēdiji rada lielāko izaicinājumu ortodoksālajai kultūras izpratnei (Gupta, Ferguson: 1992).

Lai reklamētu raidījumu dažas dienas pirms tā translācijas LTV programmā, tiek veidota tā sauktā “pašreklāma”. Pašreklāmā tiek ietverti īsi vizuāli un audio materiāli no gatavā raidījuma, kas reprezentētu konkrēto raidījumu. Līdzīgā veidā tiek reklamēti produkti, lai patērētāji tos iegādātos. Pašreklāmā izmantotajiem kadriem ir būtiska nozīme, lai radītu auditorijas interesi to skatīties. Raidījuma veidotāji var saskarties ar situāciju, ka uzreiz šādus kadrus nevar atrast: “*Kaut kā nav nekādu baigi spilgtu ... [tekstu]*”. Tas nozīmē, ka “spilgtu” tekstu meklēšana prasa dziļāku darbu, lai atrastu pietiekami reprezentatīvus kadrus.

Reklamēšanas nolūkos raidījumam tiek ievietota īsa anotācija arī portālā <http://ltv.lsm.lv/lv/dokumentalie/province/>. Šo anotāciju un tajās izmantotā diskursa analīze varētu sastādīt atsevišķa sociālantropoloģiska pētījuma fokusu, kas šajā darbā netiks analizēts.

Filma nav tikai reprezentācija, bet gan mērķtiecīga kaut kā reprezentācija, ko ir veicis kāds noteiktā veidā un kas ir adresēta kādam. Frāze “realitātes reprezentācija” nedefinē dokumentālo kino, jo doma par filmu kā kaut ko atspoguļojušu ir mānīga. Arī termins “realitāte” ir maldinošs: viena no tā pozitīvajām nozīmēm ir “skatīties realitātei acīs”, bet bieži vien tas tiek interpretēts kā vienkārši filmēt “normāli” “objektīvā” veidā bez radošas vai manipulatīvas iejaukšanās (Juel: 2006). Viens no žurnālistiskas darba mērķiem ir raisīt auditorijas reakciju. Jo lielāku rezonansi kāds žurnālistikas darba materiāls gūst, jo plašāka auditorija to runā un skatās. Arī raidījuma veidotāji to apzinās un veidojot raidījumu “*uzliek pāris kadrus šokam*”, lai piesaistītu skatītāja uzmanību. Diskusijā par cita dokumentāla raidījuma veidošanu raidījuma veidotāji plāno: “*Uzturēsim spriedzi ar mūziku*”. Tādējādi dokumentālais savijas ar drāmu. Raidījuma veidotājiem ir jāveido noteikts stāsts vai naratīvs

arī dokumentālam raidījumam. Bieži vien realitātes (drāmas) un dokumentalitātes robežas gan nav izšķiramas, jo realitāte, ko piedzīvo sižetu veidotāji jau ir hibridizējusies (Moody: 2013). Tas atkārtoti liecina par to, ka “tīra, dokumentāla objektivitāte” ir maziespējama.

Raidījuma veidotāji atzīst, ka piešķir nozīmi t.s. “klikiem” (raidījuma skatījumu skaitam) un reitingiem sociālajos tīklos. “Kliki” jeb skatījums krītas, ja vienlaicīgi tiek translēts raidījums, kura saturs dažādu iemeslu pēc skatītājus vairāk interesē. Raidījuma veidotājiem ir “jāizprot” skatītājs, un kas šādu skatītāju piesaistīs. Raidījuma veidotājiem nepatīk, ka raidījums tiek saukts par “produktu”, jo tas padarot veikto darbu “tādu mehānisku”.

Viena raidījuma montāžas laikā raidījuma veidotāji sazvanās ar raidījuma dalībniekiem, lai precizētu raidījuma titros ievietojamo informāciju. Sarunas laikā raidījuma dalībnieks jautā, vai pastāv iespēja redzēt sižetu pirms tā translēšanas televīzijā, uz ko raidījuma veidotāji atbild noliedzoši ar piebildi: “*Mēs jau tur neko tādu neliksim*”, ļaujot noprast, ka nekas tāds, ko raidījuma dalībnieki tur nevēlētos redzēt, netiks iekļauts. Kā raidījuma veidotāji zin, ko raidījuma dalībnieki tur vēlētos vai nevēlētos redzēt? Raidījuma veidošanas gaitā raidījuma veidotājiem ir pirmais un pēdējais vārds noteikt, kas, kādā apmērā un kvalitātē tiks iekļauts raidījuma gala versijā.

SECINĀJUMI

Sociālās un humanitārās zinātnes, tai skaitā, žurnālisti un antropologi ir uzlikuši sev par mērķi pētīt citas vai savas sabiedrības locekļus un vēstīt tālāk par viņiem. Tādējādi žurnālistu un antropologu sākotnējie mērķi ir zināmā mērā līdzīgi. Arī izmantotās pētniecības metodes var pārklāties - ir personas intervija, tiek izmantota cilvēku darbības filmēšana, kas ir viena no vizuālās antropoloģijas pieejām. Sociālantropologu galvenais metodoloģiskais darba rīks ir līdzdalīgais novērojums ilgstošā laikā, kas var sniegt padziļinātus ieskatus pētāmo cilvēku dzīvē un motivācijās. Kādus novērojumus var veikt, pētot dokumentālās žurnālistikas darbību?

Telpas reprezentācija sociālajās zinātnēs lielā mērā iet roku rokā ar nodalījuma, pārrāvuma un nesavienojamības tēliem. Sabiedrību, nāciju un kultūru atšķirība tiek balstīta uz šķietami neproblemātisku telpas sadalījumu un faktu, ka viņi apdzīvo “dabīgi” nošķirtas vietas. Šis nodalījuma uzstādījums veido izejas punktu, no kura teoretizēt saziņu, konfliktu un pretrunas starp kultūrām un sabiedrībām (Gupta, Ferguson: 1992). Mēs pieņemam kā pamata premisu, ka katrs atrodas tur, kur viņam “ir jāatrodas”, tas ir, pilsētnieki dzīvo pilsētā un laucinieki – provincē jeb laukos. Tādējādi raidījuma veidotāji meklē atšķirības pretstatā “pilsēta-lauki”, jau sākotnēji pieņemot, ka tādas pastāv. “Autentisks lauku cilvēks” dzīvo “autentiskā vietā – lauki”. Šajā gadījumā dzīve laukos tiek izmantota kā cilvēka kultūras un personīgās identitātes viena no sastāvdaļām.

“Citādo” vietu “lauki” apdzīvo “citādie” - lauku jeb provinces iedzīvotāji. Arī meklējot potenciālos raidījuma dalībniekus, viens no aspektiem, kam tiek pievērsta uzmanība ir tas, ka šīs personības ar kaut ko “atšķiras no citiem”, piemēram, staigā visos gadalaikos basām kājām vai apstaigā pamestas vietas. Šīs “personības” ir ievērotas arī citos publiskos kontekstos, piemēram, reģionālajā televīzijā. Šo var skatīt kā raidījuma veidotāju vēlmi lauzt publiskās telpas diskursu, ka raidījums “Province” ir par “onkulišiem”, tas ir, vecākiem cilvēkiem.

“Bēniņi” jeb “citādaļi” tiek reprezentēti, izmantojot publiskajā diskursā atrodamos stereotipus un izteiksmes līdzekļus, piemēram, traktora esamība lauku sētā. “Citādaļi” ir jānormalizē, pretējā gadījumā tas var radīt zināmu apdraudējumu: Kaut kas nezināms un attāls

dažādu iemeslu pēc iegūst drīzāk vairāk nekā mazāk pazīstamas lietas statusu. Cilvēks pārstāj uzskatīt lietas kā pilnīgi jaunas vai kā pilnīgi pazīstamas; parādās jauna vidus kategorija, kategorija, kas ļauj redzēt jaunas lietas, lietas, ko redz pirmo reizi, kā iepriekš zināmas lietas versijas. Šāda kategorija nav tikai veids, kā saņemt jaunu informāciju, tā ir arī metode, lai kontrolētu to, kas šķiet kā apdraudējums kādam iepriekš apstiprinātam lietu uzskatam (Said: 1977).

Raidījuma veidotāji redz lauku iedzīvotājus kā “bēniņus”, kas nevienam - ar to domājot – valstij - nav vajadzīgi un “valstij būtu labāk, ja tur neviens nedzīvotu”. Tādējādi “valsts” ir padarījusi lauku iedzīvotājus par “bēniņiem” un tādējādi diskriminē viņus. Apgalvojot šo, žurnālisti it kā uzņemas sociālo atbildību parādīt, kā cilvēki laukos dzīvo, uzskatot, ka šis redzējums ir “īstais” un “autentisks” lauku dzīves atspoguļojums. Žurnālisti līdzīgi kā medicīnas speciālisti zin, kā būtu jāārstē un jādzīvo valstij un sabiedrībai tajā. Šo var skatīt kā zināmu sociālā protesta formu “valsts” veidojumam vai kontrkultūras praksi pret valsti, kas “marginalizē lauku iedzīvotājus”. Vienlaicīgi šis var būt arī veids, kā noteikta žargona vai leksikas izmantošana rada iespaidu, ka tiek veikta radikāla svarīgu dzīves, sabiedrības un filozofisku problēmu risināšana, kamēr tā vienkārši aizstāj nepieciešamo saturu ar nozīmīgu atslēgas vārdu auru (Stahl: 1975). Raidījuma veidotāji “cīnās pret “valsti””, vienlaicīgi atražojot publiskā telpā, tai skaitā, politiskajā diskursā izmantotos stereotipus.

Novērojot raidījuma veidošanu, var secināt, ka par citādiem vai atšķirīgiem tiek identificēti kā lauku, tā arī pilsētas iedzīvotāji. Lauku iedzīvotāji dzīvo “senču tradīcijām bagātu, smaga darba pilnu” dzīvesveidu, turpretī pilsētas iedzīvotāji sastopas ar “naudu, varu un interesēm”. Tādējādi “autentisks” lauku iedzīvotājs var tikt konstruēts tikai pretstatā pilsētas iedzīvotājam. Jāatzīmē, ka arī paši lauku iedzīvotāji atražo dažādus publiskos diskursus par dzīvi laukos. Tādējādi marginalizēti tiek gan lauku, gan pilsētas iedzīvotāji ar to, ka katrā no šīm teritorijām piemīt tādas atšķirības, kas neeksistē otrā pusē. “Autentiskus” lauku iedzīvotājus paralēli konstruē gan raidījuma veidotāji, gan paši raidījuma dalībnieki. Turklāt lauku dzīves “realitāte” jeb “autentiska” lauku dzīve raidījuma veidotājiem liek saskarties ar “sazemējuma sajūtu”, kur raidījuma veidotāji uzsāk raidījuma gatavošanu ar apziņu, ka nāksies saskarties ar “negācijām” un “ilūziju zudumu”. Šis veido pretrunīgu skatījumu uz dzīvi laukos – no vienas puses – dzīvi “bez naudas, varas un interesēm”, un no otras - “realitāti, kurā nākas nolaisties no ilūziju mākoņiem”.

Atsauces uz publisko diskursu caurvij visas raidījuma veidošanas fāzes. Īpaši raidījuma dalībnieku intervijā tiek meklēti un gan atrasti, gan neatrasti pierādījumi publiskajam diskursam un valdošajiem stereotipiem, kas atražojas caur to izmantošanu. Publiskais diskurss ir viens no politiskā diskursa rīkiem. Tādējādi “atražojot” to pašu politisko diskursu un nepieejot tam kritiski, tiek uzturēts tas pats politiskais režīms, kas raidījuma veidotājus neapmierina.

Publiskā diskursa atspoguļošana raidījuma veidošanā nozīmē to, ka raidījumu skatīsies vairāk skatītāju un to būs vieglāk “pārdot”, jo raidījums vēstīs par sabiedrībā aktuāliem tematiem. Morālās panikas veicināšana jau ir bijusi identificēta kā viena no žurnālistikas iezīmēm. Mediji ir galvenie spēlētāji morālā sašutuma pavairošanā, pat ja tie nešķiet apzināti iesaistīti krusta gājienā vai tenku izplatīšanā. Vienkārša ziņošana par faktiem var būt pietiekama, lai radītu bažas, satraukumu vai paniku (Cohen: 1973). Raidījuma veidotāji definē konkrētas raidījuma tēmas kā “sociāli sāpīgas”, tādas kā skolu slēgšanu, slimnīcu aprīkojuma trūkumu vai jaundzimušo atstāšanu slimnīcā. Kāpēc tieši šīs un ne citas tēmas ir “sociāli sāpīgas”?

Kā stāsta viens no raidījuma veidotājiem, dokumentālais raidījums tiek veidots pēc principa, kā apgalvo viens no raidījuma veidotājiem - “*pieskrien un filmē...*”. Raidījuma veidošana atšķiras no šī uzstādījuma. Intervijas sagatavošana un veidošana, piefilmējumu un montāža ir rīki, kā uztvert, veidot un reprezentēt stāstījumu par dzīvi laukos. Turklāt šāda stāstījuma konstruēšana iekļauj zināmu varas izpausmi – trešās personas (raidījuma veidotāja) darbības, kas saistītas ar “īstas dzīves situāciju” atrādīšanu. Reprezentatīviem mērķiem raidījuma dalībnieki veic arī “īstās” dzīves situāciju (atkārtotu) performanci. Šajā gadījumā “autentiskums” kā rīks kalpo “īstās” dzīves laukos jeb “patiesības” par dzīvi laukos konstruēšanu.

Filmēšanas un montāžas procesā nozīmīgu lomu spēlē raidījuma veidotāja subjektivitāte un vērtībspriedumi kadru izvēlē un kombinēšanā. Lauku dzīves “autentiskums” tiek ne tikai prezentēts, bet reprezentēts caur raidījuma veidotāju subjektivitāti. Var teikt, ka līdzdarbojas vairākas subjektivitātes, kas nosaka, kas iekļausies reprezentatīvā “īstās” lauku dzīves atainojumā. Tā ir raidījuma veidotāju redzējuma un viedokļu veidošana un paušana, ko raidījuma veidotāji arī apzinās. Tādējādi publiskā sfēra” nav diez ko “publiska” attiecībā

uz kontroli par reprezentācijām, kas tajā cirkulē (Gupta, Ferguson: 1992). Tas ietver arī zināmu varu un autoritāti, ko izmanto raidījuma veidotāji, nosakot, kāds nofilmētais materiāls būs reprezentatīvs “autentiskai” dzīvei laukos un kāds nē.

Raidījums tiek veidots kā stāstījums / naratīvs, kas divdesmit sešās minūtēs ietver fokusētu cita stāsta apskatu. Reprezentācijas mērķiem un izmantojot subjektivitāti un autoritāti raidījuma veidotāji izveido savu stāstu par raidījuma dalībnieku. Var apgalvot tālāk, ka caur marģinalizāciju un subjektivitāti, pielietojot autoritāti (žurnālistika kā kultūras autoritāti, kuru paši žurnālistiem piešķiram, un viņi tālāk iemieso), tiek radīts jauns “patiesības režīms”. Turklāt šis ir “patērējams” patiesības režīms – jo vairāk to skatīsies un būs “kliki”, jo augstāka “produkta” pārdotspēja. Šajā gadījumā var uzskatīt, ka “lauku cilvēka” identitāte tiek radīta raidījuma kā produkta patēriņam.

Apkopojot lauka darba rezultātā gūtos datus, var secināt, ka televīzijas raidījums (stāstījums) par “autentisku” dzīvi ārpus pilsētas, jeb provincē, tiek radīts caur “citādā” (lauku iedzīvotāju identitātes) konstruēšanu, zināmu marģinalizāciju (gan lauku, gan pilsētu iedzīvotājiem), kā arī reprezentatīvu līdzekļu izmantošanu. Atrāžojot publiskajā diskursā izmantotos diskursus, apstrādājot tās subjektīvā veidā un pieslēdzot žurnālistikas kultūras autoritāti, tiek radīts patērējams kultūras produkts, kas reprezentē raidījuma veidotāju redzējumu par dzīvi ārpus pilsētas.

Izejot no šī darba secinājumiem, var identificēt arī iespējas tālāku pētniecības darbu veikšanu tādās jomās, kā provinces (lauku) un pilsētas savstarpējās atkarība, piemēram, resursu nodrošināšanai. Tāpat tālāka žurnālistikas darba pētniecība var iekļaut raidījuma auditoriju analīzi, iespējamu dažādu raidījuma veidošanas amatu sociālos statusus, kā arī teksta analīzi, piemēram, raidījumu pašreklāmās rakstiskajos mēdijos.

PATEICĪBA

Vēlos izteikt dziļu pateicību raidījuma “Province” veidotājiem par manis iekļaušanu savā darba ikdienā. Bez viņiem šis darbs nebūtu tapis.

Tāpat pateicos darba vadītājai Agnesei Cimdiņai un darba recenzentei Lauren Monsein Rhodes par sniegtajiem vērtējumiem un iedrošinājumu darba veidošanas laikā.

Izmantotā literatūra

Agar, Michael H. *The Professional Stranger: An Informal Introduction to Ethnography*. 1996.

Berger, Peter L., Luckmann, Thomas. *The Social Construction of Reality*. 1991.

Berry, David. *Journalism, Ethics and Society*. 2008.

Blumenberg, Richard. *Documentary Films and the Problem of "Truth"*. *Journal of the University Film Association*, Vol. 29, No. 4. Fall 1977.

Clifford, James. *On Orientalism. The Predicament of Culture*. Harvard University Press. 1988.

Cohen, Stanley. *Folk devils and moral panics the creation of the Mods and Rockers*. Paladin. 1973.

Conklin, Beth A. *Body Paint, Feathers, and VCRs: Aesthetics and Authenticity in Amazonian Activism*. *American Ethnologist*, November 1997.

Curthoys, Ann. *Connected Worlds: History in Transnational Perspective*. March 2006.

De Beauvoir, Simone. *The Second Sex*. 1949.

Fillitz, Thomas, Saris, A. Jamie. *Debating Authenticity. Concepts of Modernity in Anthropological Perspective*. 2013.

Foucault, Michel. « Il faut défendre la société ». *Cours au Collège de France. 1975-1976*, ed. M. Bertani and A. Fontana, Paris, Seuil/Gallimard, 1997; trans. D. Macey, "Society Must Be Defended". *Lectures at the Collège de France. 1975-1976*, New York, Picador, 2003.

Frank, Andre Gunder. The Development of Underdevelopment. Monthly Review. 1966. gada septembris.

Freidenberg, Judith. The Social Construction and Reconstruction of the Other: Fieldwork in El Barrio. Anthropological Quarterly, Vol. 71, No. 4 (Oct., 1998).

Friedman, Jonathan. History and the politics of Identity. Cultural Identity and global processes. London: Sage. 1994.

Gonzalez, Luis J. Diversity and Comparison. Publicēts <http://lujogre.com/index.php/humanities>. 2013. gada 6. novembris.

Gramsci, Antonio. Selections from the Prison Notebooks, edited and translated by Q. Hoare and G. Nowell-Smith. London: Lawrence and Wishart. 1971.

Gupta, Akhil and Ferguson, James. Beyond "Culture": Space, Identity, and the Politics of Difference. Cultural Anthropology, Vol. 7, No. 1, Space, Identity, and the Politics of Difference. Feb., 1992.

Hall, Stuart. Representation: cultural representations and signifying practices. 1997.

Jenkins, Richard. Categorization and Power. In Keesing, Roger M. Rethinking Ethnicity. London: Sage Publications. 1997.

Juel, Henrik: Defining Documentary Film. Published in [P.O.V. A Danish Journal of Film Studies](#). December 2006.

Keesing, R. M. Creating the Past: Custom and Identity in the Contemporary Pacific. The Contemporary Pacific 1 (1-2). 1989.

Kovach, Bill and Rosenstiel, Tom. The Elements of Journalism. 2007.

Marcus, George and Fischer, Michael. Anthropology as Cultural Critique: The Experimental Moment in the Human Sciences. Chicago: University of Chicago Press. 1986.

- Mead, George H. *Mind, Self, and Society from the Standpoint of a Social Behaviorist*. 1967.
- Mitchell, W. J. Thomas. *Representation*, in F Lentricchia & T McLaughlin (eds), *Critical Terms for Literary Study*, 2nd edn, University of Chicago Press, Chicago. 1995.
- Moody, Luke W. *Act Normal: Hybrid Tendencies in Documentary Film*. 2013. (from homepage <https://11polaroids.wordpress.com/2013/07/02/act-normal-hybrid-tendencies-in-documentary-film/>)
- Moore, Henrietta. *A Passion for Difference. Master narratives: anthropology and writing*. Cambridge: Polity Press. 1994.
- Morris, Peter. *Re-thinking Grierson: The Ideology of John Grierson*. In T. O'Regan & B. Shoesmith eds. *History on/and/in Film*. Perth: History & Film Association of Australia, 1987.
- Nader, Laura. *Comparative Consciousness*. In Borofsky R. (eds) *Assessing Cultural Anthropology*. McGraw-Hill, Inc. 1994.
- Nichols, Bill. *Representing Reality: Issues and Concepts in Documentary*. Bloomington: Indiana University Press. 1991.
- Rabinowitz, Paula. *They Must be Represented: The Politics of Documentary*. 1994.
- Said, Edward. W. *Orientalism*. *The Georgia Review* Vol. 31, No. 1. Spring 1977.
- Said, Edward W. *Orientalism*. 1978.
- Searle, John, Smith, Barry. *An Illuminating Exchange: The Construction of Social Reality*. *American Journal of Economics and Sociology*, 62. 2003.
- Siebert, Fred et al. *Four Theories of the Press*. Urbana: University of Illinois Press, 1956.
- Sofian, Shiela. "The Camera and "Structuring Reality". 2013. (from homepage

animationstudies2.0)

Stahl, Gerry. Review: The Jargon of Authenticity: An Introduction to a Marxist Critique of Heidegger. Source: *boundary 2*, Vol. 3, No. 2. Winter, 1975.

Stolcke, Verena. Talking Culture: New boundaries, new rhetorics of exclusion in Europe. *Current Anthropology*, Vol.36. 1995.

Theodossopoulos, Dimitrios. Introduction: Laying Claim to Authenticity: Five Anthropological Dilemmas, *Anthropological Quarterly*, Vol. 86, No. 2. Spring 2013.

Van Dijk, Teun A. Ideology and discourse analysis. *Journal of Political Ideologies*. June 2006.

Zelizer, Barbie. When Facts, Truth and Reality are God-Terms: On Journalism's Uneasy Place in Cultural Studies. University of Pennsylvania. *Communication and Critical Studies*, 1.

Maģistra darbs “Autentiskuma konstruēšana: “bēniņi” un to reprezentācija. Sociālantropoloģisks skats uz Latvijas Televīzijas raidījumu “Province”” izstrādāts LU Humanitāro zinātņu fakultātē.

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

Autors: Aiga Adamoviča

Rekomendēju darbu aizstāvēšanai

Vadītāja: Agnese Cimdiņa, PhD

Recenzente: Lauren Monsein Rhodes, PhD

Darbs iesniegts kultūras un sociālās antropoloģijas maģistra studiju programmā 04.06.2015.

Dekāna pilnvarotā persona:

Darbs aizstāvēts maģistra gala pārbaudījuma komisijas sēdē

Komisijas sekretāre: