

LATVIJAS UNIVERSITĀTE
SOCIĀLO ZINĀTŅU FAKULTĀTE
KOMUNIKĀCIJAS STUDIJU NODAĻA

**LOKĀLO LAIKRAKSTU DIENASKĀRTĪBAS VEIDOŠANA:
VIDZEMES NOVADA LAIKRAKSTU IZPĒTE**

BAKALaura DARBS

Autore: **Una Karlisone**
Stud. apl. um05001
Darba vadītāja: *Mg.sc. soc.* Laura Uzule

RĪGA 2011

ANOTĀCIJA

Bakalaura darba mērķis ir noskaidrot pēc kādiem principiem tiek veidota lokālo laikrakstu dienaskārtība un kādi faktori to ietekmē. Darbā skaidrots, kādas funkcijas pilda lokālie laikraksti, kāda ir to loma sabiedriskās domas veidošanā un vietējās varas uzraudzībā.

Empīriskajā daļā, izmantojot kvalitatīvo kontentanalīzi, izpētīti vairāk tiražētie lokālie laikraksti Vidzemes novadā – ‘‘Druva’’, ‘‘Ziemeļlatvija’’, ‘‘Liesma’’ un ‘‘Auseklis’’. Noskaidrots laikrakstu redaktoru un žurnālistu viedoklis un prakse, veicot daļēji strukturētās intervijas. Darbā analizēti lokālo laikrakstu dienaskārtībā ietvertie temati, intervējamās personas, publikāciju avoti, autori un ziņu atlasē principu.

Secināts, ka lokālo laikrakstu dienaskārtībā parādās lokālā mērogā svarīgi jautājumi par izglītību, politiku, ekonomiku un lauksaimniecību, saimnieciskiem jautājumiem, kultūru un sportu. Lokālie laikraksti pilda nozīmīgu lomu, līdzdarbojoties sabiedriskajos un politiskajos procesos.

Atslēgvārdi: lokālie laikraksti, mediju dienaskārtība, žurnālistu funkcijas, ziņas

ANNOTATION

The aim of the bachelor paper is to find out what principles lie on the basis of agenda-setting in local newspapers and the factors affecting it. The paper explains the functions of local newspapers and their role in the public opinion formation and local authority supervision.

In empirical part, by means of quality content analysis, the most widely circulated newspapers in Vidzeme region – the “Druva”, the “Ziemeļlatvija”, the “Liesma” and the “Auseklis” – have been examined. The opinion and practice of newspaper editors and journalists has been enquired by means of a structured interview. The paper analyzes themes, interviewed persons, publication sources, authors and news selection principles included in local newspaper agenda-setting.

It has been concluded that issues of local importance such as education, politics, economics, agriculture, culture and sports appear in local newspaper agenda-setting. Local newspapers play a significant role in social and political processes.

Keywords: local newspapers, media agenda-setting, functions of journalists, news

Saturs

Ievads.....	4
1. Lokālie laikraksti.....	6
1.1. Latvijas lokālo laikrakstu raksturojums.....	7
1.2. Lokālo laikrakstu uzdevumi.....	9
1.3. Lokālo laikrakstu vara.....	10
1.4. Lokālo laikrakstu nākotnes perspektīvas.....	11
2. Dienaskārtības veidošana.....	14
2.1. Laikrakstu dienaskārtība un sabiedrība	15
2.2. Dienaskārtības izveidi ietekmējošie faktori.....	17
2.3. Ziņas.....	20
2.3.1. Ziņu avoti.....	21
2.3.2. Ziņu atlasē kritēriji.....	23
2.4. "Vārtu sargātāja" funkcija.....	26
3. Empīriskā materiāla raksturojums.....	29
3.1. Laikraksts "Ziemeļlatvija"	29
3.2. Laikraksts "Druva"	30
3.3. Laikraksts "Liesma"	31
3.4. Laikraksts "Auseklis"	32
4. Pētījuma metodoloģija	34
4.1. Kontentanalīze.....	34
4.2. Daļēji Strukturētā intervija.....	36
5. Empīriskā daļa.....	38
5.1. Laikraksta "Liesma" kontentanalīzes rezultāti.....	38
5.2. Laikraksta "Druva" kontentanalīzes rezultāti.....	40
5.3. Laikraksta "Ziemeļlatvija" kontentanalīzes rezultāti	42
5.4. Laikraksta "Auseklis" kontentanalīzes rezultāti.....	43
5.5. Daļēji Strukturēto interviju rezultāti.....	45
6. Analītiskā daļa.....	49
Secinājumi.....	57
Nobeigums.....	60
Izmantotās literatūras un avotu saraksts.....	61
Pielikumi.....	65
1. pielikums. Laikraksta "Liesma" kontentanalīzes rezultāti	65

2. pielikums. Laikraksta "Druva" kontentanalīzes rezultāti.....	67
3. pielikums. Laikraksta "Ziemeļlatvija" kontentanalīzes rezultāti.....	69
4. pielikums. Laikraksta "Auseklis" kontentanalīzes rezultāti	71
5. pielikums. Kontentanalīzes rezultāti.....	73
6. pielikums. Kontentanalīzes tabula laikraksts "Auseklis"	77
7. pielikums. Kontentanalīzes tabula laikraksts "Druva".....	82
8. pielikums. Kontentanalīzes tabula laikraksts "Ziemeļlatvija".....	87
9. pielikums. Kontentanalīzes tabula laikraksts "Liesma".....	92
10. pielikums. Strukturētā intervija. Laikraksta "Liesma" redaktore.....	97
11. pielikums. Strukturētā intervija. Laikraksta "Liesma" žurnālists.....	100
12. pielikums. Strukturētā intervija. Laikraksta "Ziemeļlatvija" redaktore.....	102
13. pielikums. Strukturētā intervija. Laikraksta "Ziemeļlatvija" žurnāliste.....	104
14. pielikums. Strukturētā intervija. Laikraksta "Druva" redaktore.....	106
15. pielikums. Strukturētā intervija. Laikraksta "Druva" žurnāliste.....	109
16. pielikums. Strukturētā intervija. Laikraksta "Auseklis" redaktore.....	112
17. pielikums. Strukturētā intervija. Laikraksta "Auseklis" žurnāliste.....	115

IEVADS

Sabiedrības nepieciešamība pēc aktuālākās informācijas par dažādās dzīves jomās notiekošajiem procesiem piešķir masu medijiem ceturtās varas spēku un arī atbildību pret sabiedrību. Mediju sniegtā informācija palīdz to lietotājiem orientēties svarīgos notikumos, kā arī lielā mērā veido sabiedrības realitātes redzējumu. Lokālo laikrakstu specifika ir informēt kāda konkrēta reģiona iedzīvotājus par apkārtnē notiekošo, un tā saturs ir svarīgs tikai konkrētajai sabiedrības daļai sava izteikti lokālā rakstu mēroga dēļ.

Kā liecina pētījuma aģentūras TNS veiktie preses patēriņa pētījumi 2010.gada rudens periodā, lokālie laikraksti ir vieni no visvairāk patērētajiem preses izdevumiem Latvijā un līdz ar to, liela daļa valstī dzīvojošās sabiedrības uzticas žurnālistu darbam un par valstī un reģionā notiekošo uzzina tieši no lokālās preses. Tātad preses veidotāji ir atbildīgi par objektīvu realitātes atspoguļojumu. Lokālie laikraksti sniedz informāciju par reģionos notiekošo, ziņo par vietējo pašvaldību darbu, tādā veidā uzraugot demokrātijas principu ievērošanu lokālā līmenī. Laikrakstu nozīme vietējā sabiedrībā ir ļoti liela, jo pastāv savstarpēja saikne starp dienaskārtībā ietvertajiem tematiem un sabiedriskās domas veidošanos. Kā publisks viedokļu forums lokālie laikraksti pilda sabiedrības interešu aizstāvja un vietējās varas uzraudzības funkciju, ko pierāda augstā uzticība lokālajiem laikrakstiem.

Bakalaura darbā tika izvirzīta pētījuma problēma – lokālo laikrakstu dienaskārtība tiek veidota atbilstoši laikraksta specifikai, taču to ietekmējošais faktors ir redakcijas izvirzītās prioritātes ziņu atlasē. Darba ietvaros analizēšu Vidzemes lokālo laikrakstu dienaskārtības veidošanos un to ietekmējošos faktoros. Izvirzīti nepieciešamie darba mērķi – izpētīt, kādas ziņas parādās sistemātiskāk nekā citas, kas ir rakstu autori, intervētās personas, publikāciju avoti un kādi faktori ietekmē lokālo laikrakstu dienaskārtību.

Darba gaitā tika izvirzīti vairāki uzdevumi, tostarp akadēmiskās literatūras studijas par lokālo laikrakstu specifiku un dienaskārtības veidošanos, interviju jautājumu un kontentanalīzes kategoriju sagatavošana, pētījuma veikšana un datu analizēšana. Darbā apkopoti teorētiku atzinumi par lokālo laikrakstu specifiku un atšķirībām citu mediju vidū, kā arī nozīmi vietējās sabiedrības dzīvē. Lai izprastu, kā notiek laikrakstu satura izveide, veikta teorētiskās literatūras izpēte par dienaskārtības veidošanu un to ietekmējošiem faktoriem. Skaidrots dienaskārtības veidošanas daudzpakāpju process un kāda ir saistība starp sabiedrības, varas un mediju dienaskārtību.

Pētījumā analizēti lokālie laikraksti, kuriem ir lielākā tirāža Vidzemes novadā – ‘‘Liesma’’, ‘‘Druva’’, ‘‘Ziemeļlatvija’’ un ‘‘Auseklis’’ laika posmā no 2010.gada 1. oktobra

līdz 2011.gada 31.martam. Laika posms izvēlēts, lai noskaidrotu aktuālākās lokālo laikrakstu dienaskārtības veidošanas tendences.

Darbā izmantotās pētniecības metodes:

1. kontentanalīze – laikrakstu satura izpētei
2. strukturētā intervija – redaktoru un žurnālistu viedokļa uzzināšanai par dienaskārtības veidošanu.

Dienaskārtības izpētē ar kvalitatīvās kontentanalīzes palīdzību tiks noskaidrots, kāda ir laikrakstu satura veidošanās specifika; pēc kādiem principiem notiek tematu izvēle un ar ko tas izskaidrojams; kādi ir izmantotie avoti, intervētās personas un kas ir rakstu autori. Lai precīzāk varētu interpretēt kontentanalīzes procesa laikā iegūtos datus, ar strukturētās intervijas palīdzību noskaidrots laikrakstu redaktoru un žurnālistu viedoklis un pieredze dienaskārtības veidošanā.

Pētījumā iegūtie dati izmantoti, lai skaidrotu lokālo laikrakstu dienaskārtības veidošanā dominējošās tendences un atšķirības, kā arī analizētu izvirzītās prioritātes avīzes satura veidošanā. Laikrakstu darbinieku viedoklis par dienaskārtības veidošanu palīdz izprast redakcionālo nostāju rakstu tematu atlasē un avīzes nozīmi sabiedrībā. Bakalaura darbā secināts, ka lokālo laikrakstu dienaskārtības izveidi ietekmē dažādi politiski un sabiedriski procesi. Laikrakstos tiek dota iespēja dažādiem sabiedrības pārstāvjiem paust viedoklis publiski. Kopumā raksturojot Vidzemes reģionālos laikrakstus, jāsecina, ka laikrakstu dienaskārtības tiek veidotas pēc līdzīgiem principiem, taču vērojamās atšķirības skaidrojamas ar to, ka redakcionālās nostājas ir dažādas.

TEORĒTISKĀ DAĻA

1. LOKĀLIE LAIKRAKSTI

Latvijas mediju vidē vērojams, ka lokālie laikraksti ir svarīgi informācijas avoti reģionos dzīvojošajiem cilvēkiem, jo šie laikraksti apgādā savus lasītājus ar izsmeļošām un daudzpusīgām ziņām par reģionā notiekošo. Lokālo laikrakstu loma sabiedriskās domas veidošanās procesā ir ļoti nozīmīga, jo cilvēki šiem laikrakstiem uzticas un parasti vērojama cieša atgriezeniskā saite.

Kā atzīst mediju pētnieks Vinfrēds Šulcs rajona laikrakstu uzmanības centrā ir piederības un identitātes konstruēšana. ‘‘Pētnieks vērtējot mūsdienu mediju darbību, atzīst, ka tie daļēji vai pilnībā aizstāj sociālās aktivitātes un sociālās institūcijas un tādējādi maina to raksturu. Lokālie laikraksti lielā mērā ir kļuvuši par īpašu sociālo institūciju, kas iedzīvotāju vietā vai kopā ar tiem risina viņu sadzīves, sociālās, emocionālās un personiskās problēmas.’’¹ Tādā veidā avīze kļūst par svarīgu un neatņemamu cilvēku dzīves daļu. Ieviešot lasītājos uzticību un pārliecību, ka laikrakstam rūp viņu problēmas, veidojas savstarpēji spēcīga saikne.

Lokālo laikrakstu veidošanos Latvijā pētījusi vēsturniece, mediju komunikācijas procesu pētniece Vita Zelče, kura atklāj, ka rajona avīžu vēsturiskā izveidošanās saistāma ar padomju masu mediju sistēmu, kas propagandas nolūkos kā obligātu izvirzīja laikrakstu izveidošanu katrā rajonā un republikas nozīmes pilsētās. ‘‘Lokālie laikraksti pakāpeniski kļūva par rajonos dzīvojošo cilvēku ikdienas un tās ritma neatņemamu sastāvdaļu. Līdztekus kultivētajām ideoloģiskajām vērtībām reģionālie laikraksti veidoja kopējus lokālos simbolus, pašdefinējumus un pašvērtējumus, emocionālo vidi, attieksmes pret citām telpām.’’² Līdz ar neatkarības atgūšanu un izmainoties arī Latvijas mediju sistēmai, lokālo laikrakstu pastāvēšanu šīs izmaiņas neapdraudēja, jo to vieta jau bija nostabilizējusies kā būtiska reģionālās sabiedrības dzīves sastāvdaļa.

Mediju pētniece Sandra Veinberga, skaidrojot lokālo laikrakstu spēju saglabāt nemainīgu vietu Latvijas mediju vidē, atzīst, ka ‘‘vietējie jeb reģionālie laikraksti ir vieni no iecienītākajām lasāmvielām Latvijā. Šie izdevumi, laikam ritot, bija spējuši veiksmīgi pārorientēties uz brīvo tirgu. Reģionālajiem laikrakstiem nozīmīgākais rādītājs ir noseğuma blīvums, kas var būt noteicošais rādītājs reklāmas ieņēmumu piesaistē.’’³

¹ Zelče, V. (2006). Lokālā prese – kopienas informācijas vides veidotāja. Grām: *Informācijas vide 21.gs. sākumā*. Rīga: Zinātne. 160. – 161. lpp.

² Zelče, V. (2006). Lokālā prese – kopienas informācijas vides veidotāja. 150. lpp.

³ Veinberga, S. (2010). *Preses attīstības tendences Latvijā pēc valsts neatkarības atjaunošanas (1990.-2010.)*. Rīga: Zvaigzne ABC. 76. – 77. lpp.

Kā uzskata Klaudija Masta (*Mast*) laikraksta lokalitāte ir galvenais nosacījums, lai ieinteresētu auditoriju, jo tai neinteresē notikumi no cita apgabala. Lokālajiem laikrakstiem piemīt spēja savus lasītājus uzrunāt personīgāk, kā arī veidot spēcīgu un noturīgu atgriezenisko saiti.⁴ Savukārt Ričards Katlovs (*Katlov*) skaidro, ka „ne visi laikraksta lasītāji sevi identificē kā pārstāvi no vietējās sabiedrības, tāpēc, lai piesaistītu lasītājus lokālajam laikrakstam ir jāfokusējas uz divām jomām ziņu saturā, kas ikvienam cilvēkam ir svarīgas – bērni un apkārtējā vide.”⁵

Lokālo laikrakstu spēju izdzīvot tirgū, neskatoties uz to, ka šo mediju piedāvātās iespējas salīdzinot ar mūsdienu daudzveidīgajiem masu informācijas līdzekļiem ir salīdzinoši vienkāršas, var skaidrot ar mediju pētnieces Klaudijas Mastas apgalvojumu: “To noturība tirgū ir diezgan stabila, jo tie ir vienīgie mediji, kas piegādā lokālu un reģionālu informāciju, ziņo par dažādām jomām, piedāvā izklaidi un viedokļu apmaiņu, veicot publiska foruma funkciju.”⁶ Masta apgalvo, ka reģionālajām televīzijām un radio ir samērā maza pieredze reģionālu notikumu atspoguļošanā, turklāt cilvēki pie avīžu patērēšanas ir pieraduši.

Arī teorētiķis Martins Hammers (*Hammer*) uzskata, ka tirgus ir dominējošais spēks, kas nosaka avīzes pastāvēšanu, tas ir iemesls, lai prese uzņemtos sargsuņa lomu un būtu kā daļa no demokrātijas procesa. “Lokālo laikrakstu uzdevums ir aizstāvēt sabiedrības intereses un būt vietējās demokrātijas centrā, nodrošinot forumu publiskajām debatēm.”⁷

Reģionālā prese ir iecienīta lasītāju vidū, jo tā apgādā ar aktuālu un daudzpusīgu informāciju par reģionā notiekošo, turklāt tā pilda vietējās varas un institūciju uzraudzības funkciju, kas ir svarīgi lasītājiem.

1.1. Latvijas lokālo laikrakstu raksturojums

Lai izprastu lokālo laikrakstu stāvokli Latvijā, svarīgi ir apzināt situāciju, kādā šie preses izdevumi atrodas, kā arī kādus laikrakstus izvēlas auditorija un kas šo izvēli ietekmē.

Pēc Latvijas Preses izdevēju asociācijas datiem valstī iznāk 48 lokālie laikraksti, no tiem 7 laikraksti iznāk gan latviešu, gan krievu valodā un 5 laikraksti iznāk tikai krievu valodā. Lokālie laikraksti krievu valodā pārsvarā iznāk Latgalē, daži arī Kurzemē.⁸ Spriežot

⁴ Mast, C. (2000). *ABC des Journalismus. Ein Leitfaden für die Redaktionsarbeit*. 9. Auflage. Konstanz: Uvk Verlags. S. 372.

⁵ Freer, J. (2007). UK Regional and Local Newspaper. In: *The future of Journalism in Advanced Democracies*. Cornwall: Ashgate Publishing. P. 98.

⁶ Mast, C. (2000). *ABC des Journalismus. Ein Leitfaden für die Redaktionsarbeit*. 9. Auflage. S. 371.

⁷ Hamer, M. (2005). Local newspaper. In: *Key concepts in Journalism studies*. London: SAGE Publication. P. 134.

⁸ Industrijas informācija. Izdevēju/izdevumu datubāze. Sk. 2011. 21. apr.: <http://www.lpia.lv/?id=191&izd=2>

pēc pētījuma aģentūras TNS veiktajiem pētījumiem, preses patēriņš Latvijā ir liels - 2010.gada rudens periodā preses patēriņa pētījumi uzrādījuši, ka 74% Latvijas iedzīvotāju nedēļas laikā ir lasījuši vai caurskatījuši kādu laikrakstu. Turklāt "analizējot drukātās preses patēriņu redzams, ka visvairāk patērētās preses izdevuma grupas joprojām ir nedēļas vai mēneša preses izdevumi, kā arī reģionālā prese."⁹

2003. – 2010.gada LPIA preses patēriņa dati liecina, ka reģionālās preses patēriņš laikā no 2008.gada ir būtiski samazinājies, kā arī samazinājies ir nacionālo laikrakstu lasītāju skaits, kas varētu būt skaidrojams ar vispārējās ekonomiskās situācijas pasliktināšanos valstī, kas nozīmē, ka laikrakstu pirktspēja ir samazinājusies līdz ar lasītāju ienākumiem. Taču kopumā vērojams, ka šo septiņu gadu laikā lielākie reģionālie laikraksti savu tirāžu ir spējuši noturēt stabilās pozīcijās, bet mazāku laikrakstu tirāžas rādītāji piedzīvojuši spēcīgāku kritumu pēdējos gados, laikā no 2008.gada. Tomēr lokālās preses patēriņš ir raksturojams kā stabils, jo iepriekš piedzīvotais lasītāju zudums ir normalizējies.

Latvijas Preses izdevēju asociācijas valdes priekšsēdētāja vietnieks Guntars Līcis apgalvo, ka lokālās preses abonentu skaitā, kā ierasts, vērojama gada dinamika – vasaras mēnešos lasītāju skaits samazinās, bet ziemā palielinās. Lokālo laikrakstu ietekmējoši faktori ir ražošanas izmaksas, valsts dotācijas un, protams, lauku iedzīvotāju skaita samazināšanās, tāpēc krītas kopējais pieprasījums pēc lokāla rakstura ziņām. G. Līcītis neparedz lokālās preses izzušanu, ja tās izdevēji spēs pielāgoties mainīgajām prasībām tirgū. Līdzīgu viedokli pauž SIA "Kurzemes vārds" izpilddirektors Andis Rozītis, kurš atzīst: "reģionālie mediji pārorientēsies uz interneta portāla attīstīšanu."¹⁰

Lokālie laikraksti, neskatoties uz sarežģīto finansiālo situāciju, sekmīgi apgādā ar jaunumiem un svarīgāko informāciju savu auditoriju, kas izvēlēta atbilstoši reģionu administratīvajam iedalījumam. Lokālie laikraksti tāpat kā jebkura prece ir pakļauta tirgus svārstībām, taču jāsecina, ka reģionālos laikrakstus cilvēki labprāt lasa un tie mediju tirgū savu vietu nav zaudējuši, turklāt šo svārstību cēlonis varētu būt skaidrojams ar ekonomiski ne tik veiksmīgo situāciju valstī.

⁹ 2010. gada rudenī lasītāko preses izdevumu TOP 3 paliek nemainīgs. Sk. 2011.21.apr.: <http://www.tns.lv/?lang=lv&fullarticle=true&category=showuid&id=3293>

¹⁰ Asociācija: Reģionālās preses izdevējiem būs jāpielāgojas tendencēm. Sk. 2011.21. apr.: <http://www.edruva.lv/zinas/datums/2011-04-16/zina/27214>

1.2. Lokālo laikrakstu uzdevumi

Skaidrojot lokālo laikrakstu nozīmi, svarīgi izprast, ka laikrakstiem ir arī savi uzdevumi un funkcijas, kas arī nosaka to, kāpēc šie mediji ir sabiedrībā iecienīti un svarīgi informācijas avoti, kā arī kāda ir to loma vietējās varas uzraudzībā.

Mediju pētniece K. Masta savā teorijā nosauc vairākas lokālo laikrakstu funkcijas:

- informējoša – kā palīdzība orientēties dzīves notikumos, tuvākajā apkārtnē,
- ziņu strukturēšana – notikumi tiek strukturēti, padarīti saprotami un izskaidroti,
- tematu izveide – saskarsme ar dažādām sabiedrības grupām,
- vienojoša funkcija – saikne starp dažādiem sabiedrības pārstāvjiem un grupām.”¹¹

Pauls Lazerfelds (*Lazerfeld*) un Roberts Mērtons (*Merton*) izdala trīs sociālās masu mediju funkcijas, pirmkārt, mediji noder sabiedriskā stāvokļa apspriešanai. Medijos tiek apspriestas problēmas un pārmaiņas sabiedrībā un organizācijās. Otrā mediju funkcija ir sociālo normu uzturēšana. Masu mediji var izraisīt organizētu sabiedrības rīcību gadījumā, ja kāda medijā iztirzātā tēma ir pretrunā ar sabiedrības morāles priekšstatiem. Treškārt, atkarība no medijiem – informācijas ieguve aizņem lielu auditorijas brīvā laika daļu, tāpēc tā trūkst, lai sabiedrība varētu sociāli organizēties un būt politiski aktīva.¹² Tātad mediju ietekme sabiedriskās domas veidošanās procesā ir nozīmīga un neatņemama tā sastāvdaļa.

Lokālo mediju pētnieks, Kardifas Universitātes profesors Bobs Franklins (*Franklin*) atzīst, ka „arvien vairāk pieaug prasības pēc patiesi lokālām ziņām, jo lasītāji, kas lieto reģionālos medijus grib uzzināt aktualitātes, par viņu dzīvesvietā notiekošajiem procesiem. Bez tam svarīgi ir pašam lasītājam avīzē „ieraudzīt” arī sevi.”¹³ Tātad galvenā lokālo laikrakstu funkcija ir auditorijas informēšana par aktualitātēm reģionā, ko atzīst arī teorētiķi Valters Šneiders (*Schneider*) un Patriks J. Raue (*Raue*), kuri uzskata, ka lokālie laikraksti pilda starpnieka lomu, piedāvājot reģionālo notikumu apskatu un aktuālāko informāciju, tādā veidā nodrošinot caurredzamību, publiskumu un vietējās demokrātijas uzraudzību.¹⁴

Franklins atzīst, ka lokālo laikrakstu uzdevums ir nodrošināt auditoriju ar pilnīgu un daudzpusīgu informāciju, lai samazinātu nepieciešamību pēc papildus informācijas meklēšanas citos medijos. Franklins izpētījis, ka lokālo laikrakstu viens no pamatuzdevumiem ir informēt sabiedrību par vietējās varas aktualitātēm. Ir izpētīts, ka sabiedrība šos notikumus labprātāk uzzina no vietējām avīzēm nevis izmantojot varas institūcijas mājas lapās atrodamo

¹¹ Mast, C. (2000). *ABC des Journalismus. Ein Leitfaden für die Redaktionsarbeit*. 9. Auflage. S. 368.

¹² Laughy, D. (2008). *Key Themes in Media Theory*. Retrieved February 2, 2011 from <http://site.ebrary.com/lib/latvia/docDetail.action?docID=102298468p00=agendamedia>

¹³ Franklin, B. (2006). *Local journalism and local media. Making the local news*. 204.lpp.

¹⁴ Schneider, W. (2001). *Handbuch des Journalismus*. Hamburg: Rowohlt. S. 265 – 266.

informāciju, jo avīzēs raksti par politiku ir objektīvāki un neatkarīgāki, turklāt avīžu lietojums ir daļa no cilvēku ikdienas rutīnas.¹⁵ Līdzīgu viedokli pauž teorētiķis Ričards Kībls (*Keebl*), kurš atzīst, ka būtiska lokālo laikrakstu funkcija ir vietējās lēmējvaras institūciju uzraudzība. ‘‘Ikviens lēmums vai attīstības plāns ir strīdīgs un diskutabls, kas ir labs materiāls rakstam un auditorija šādu materiālu novērtēs.’’¹⁶

Pētniece Sāra Nibloka (*Niblock*) uzskata, ka ‘‘laikraksti ziņu izplatīšanas ātruma ziņā nav līderu pozīcijā, to operatīvi var izdarīt televīzija, interneta mediji, radio. Tāpēc drukātie mediji auditorijai piedāvā jaunākos notikumu apskatus vai pēta tos padziļināt. Lokālo laikrakstu darbībā šis operativitātes aspekts nav tik ļoti izteikts kā nacionālajos laikrakstos, jo par reģionā notiekošo pārsvarā auditorija izvēlas uzzināt no lokālā laikraksta, turklāt nacionālie mediji par to neziņo.’’¹⁷

Tāpat galvenie lokālo laikrakstu uzdevumi ir atspoguļot notikumus tuvākajā apkārtnē, vienot sabiedrības un varas pārstāvjus, veidojot avīzē demokrātisku diskusiju par problēmām un lēmumiem, kas ietekmē reģiona attīstību. Kā arī dot iespēju izteikties dažādām sabiedrības grupām un līderiem.

1.3. Lokālo laikrakstu vara

Sabiedrība uzticas reģionālajiem laikrakstiem, jo avīze šķiet ne tikai fiziski vieglāk sasniedzama, bet arī emocionāli tuvāka, tāpēc tai ir milzīgs spēks, kas spēj ietekmēt sabiedrībā valdošo viedokli gan par lokāla, gan nacionāla mēroga notikumiem.

Pētnieks Bobs Franklins uzskata, ka reģionālie laikraksti var lasītājus vienot kā sabiedrības kopumu, tāpēc efektīvas ir dažādas sociālas kampaņas, kas caur avīzes saturu ietekmē lasītāju paradumu maiņu, piemēram, droša braukšanas ātruma ievērošana pilsētā u.c.¹⁸ Šo uzskatu apstiprina mediju pētnieka Kurta Levina (*Lewin*) veiktais pētījums par mediju ietekmi uz sabiedrības viedokļa izmaiņām. Pētījumā atklāts, ka mediju ziņojumi spēj izmainīt sabiedrisko domu, indivīdu paradumus un izpratni par līdz tam nezināmu jomu. Pētījumā tika ilustrētas plaši izplatītas sociālās izmaiņas mediju komunikācijas rezultātā.¹⁹ Tāpat mediju dienaskārtība ietekmē sabiedrisko domu, jo tās realitātes konstruktam mediju lietotāji uzticas. Turklāt vēstījumu efekts var būt pietiekami spēcīgs, lai spētu izmainīt

¹⁵ Franklin, B. (2006). *Local journalism and local media. Making the local news*. P. 186.

¹⁶ Keeble, R. (2005). *Print Journalism a critical introduction*. London: Routledge. P. 27.

¹⁷ Niblock, S. (2005). Practice and theory. What is News? In: *Print Journalism a critical introduction*. London: Routledge. P. 78.

¹⁸ Franklin, B. (2006). *Local journalism and local media. Making the local news*. P. 144.

¹⁹ Salwen, M., B., Stacks, D., W. (1996). *An Integrated Approach Communication Theory and Research*. 2nd Edition. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Publishers. P. 80.

sabiedrībā valdošo kārtību un dažādu lietu izpratni, kas liecina par mediju varu pār tās auditoriju.

Mediju pētniece Karina Vata – Jorgensena (*What – Jorgensen*) raksturo situāciju Lielbritānijas lokālo laikrakstu jomā – daudzi lokālie laikraksti pieder nacionālām vai multinacionālām korporācijām, kas ir vērtējams kā pozitīvs piemērs, jo šiem īpašniekiem nerūp lokālas ietekmes, bet gan ienākumu gūšana.²⁰ Tas ir labs priekšnoteikums kvalitatīvam un objektīvam laikraksta saturam. Spriežot pēc Latvijas Preses izdevēju asociācijas datiem, 31 no 116 izdevniecībām izdod reģionālos laikrakstus.²¹ Latvijas mediju vides pašreizējā situācija tomēr ir atšķirīga no Lielbritānijā esošās - lielākais reģionālās preses īpašnieks ir SIA Dienas Mediji, kas izdod arī sešus dažādus lokālos laikrakstus un izveidojis trīs meitas uzņēmumus.²² Tomēr vērojams, ka lokālo laikrakstu īpašnieki ir reģionālās izdevniecības. Tātad, spriežot pēc Vatas – Jorgensenas izteiktā apgalvojuma, lokālie mediji tomēr varētu būt pakļauti lokālo autoritāšu spiedienam, kas savukārt var ietekmēt laikraksta saturu.

Lokālie laikraksti ir specifiski sava ziņu satura un auditorijas ziņā, kā arī nozīmīgās lomas vietējās sabiedrības un politikas veidotāju dzīvē. Laikraksti ir publisks forums, kurā savu viedokli var izteikt sabiedrības pārstāvji un tā ir iespēja komunicēt vietējiem politiķiem ar saviem vēlētājiem. Šīs sabiedrības un lēmējvaras vajadzības ietekmē laikraksta satura jeb dienaskārtības veidošanos.

1.4. Lokālo laikrakstu nākotnes perspektīvas

Lokālie laikraksti arvien būtiskāku lomu piešķir avīzes elektroniskajai versijai, kurā var piedāvāt aktuālāko notikumu apskatus, kā arī papildināt rakstus ar jaunāko informāciju. Masu mediju pētnieki uzskata, ka drukāto mediju pastāvēšana nākotnē ir apdraudēta, izmainoties ziņu nodošanas tehnoloģiskajiem risinājumiem un līdz ar to arī auditorijas paradumiem, kā uzzināt jaunākās aktualitātes.

Komunikācijas procesu pētnieku uzskati par lokālo laikrakstu nākotnes perspektīvām ir atšķirīgi - pētnieks Endrjū Krisels (*Crisell*) uzskata, ka lokālo mediju tagadne ir drūma un nekas nemainīsies arī nākotnē. Savukārt Maiks Glovers (*Glover*) uzskata savādāk – lokālā prese ir spēcīga un veidosies vēl spēcīgāka.²³ Līdzīgus uzskatus pauž Ralfs Negrins (*Negrine*)

²⁰ Wahl – Jorgensen, K. (2005). *The Market VS. the right to communicate: the anti-political local press in Britain and the journalism of consensus*. Retrieved March 12, 2011 from <http://www.javnostthepublic.org/media/datoteke/2005-3-wahl.pdf>

²¹ Industrijas informācija. Izdevēju/izdevumu datubāze. Sk. 2011. 21. apr.: <http://www.lpia.lv/?id=191&izd=1>

²² Dienas Mediji vēsture. Sk. 2010. 21. apr.: <http://www.dienasmediji.lv/par-mums/vesture>

²³ Franklin, B., Murhpy, D. (1998). *Making the Local News. Local journalism in context*. London: Routledge. P. 157.

un Reičela Eiere (*Eyer*), kuri atzīst, ka ‘‘lokālie mediji spēs izdzīvot tik ilgi līdz tie turpinās iekļaut lokālas un nacionālas ziņas, izklaidējošus rakstus un aprakstus, un tie būs nepieciešami reklāmdevējiem.’’²⁴

Pētniekus nodarbina jautājums par laikrakstu pastāvēšanu un to formātu izmaiņām, kas tiek prognozētas kā elektroniskas versijas interneta vidē, tādā veidā kļūstot par elektronisku mediju ar tam raksturīgo satura pasniegšanas veidu. Auditorijas prasības pēc objektīvas un kvalitatīvas informācijas ir radījušas izmaiņas arī tradicionālo mediju izplatīšanas veidā – laikraksti piedāvā jaunumus uzzināt arī avīzes elektroniskajā versijā, kas piedāvā auditorijai it kā ‘‘apiet’’ laiku un savlaicīgi uzzināt par jaunākajiem notikumiem. Mediju pētnieks Ruperts Murdohs (*Murdoch*) atzīst, ka ‘‘ir izmainījušās auditorijas prasības un veids kā cilvēki ievēro ziņas. Mūsdienās auditorija nelasa ziņas no avīzēm, bet no elektroniskas platformas.’’²⁵ Latvijas lokālo laikrakstu jomā šis apgalvojums ir attiecināms uz gados jaunākiem lasītājiem, kuri avīzes lasīšanu pilnībā aizstāj ar elektronisko mediju izmantošanu. Kā arī uz tiem iedzīvotājiem, kas dzīvo lielākās pilsētās vai mazpilsētās, jo lauku rajonos interneta pieslēgums vēl aizvien ne visur ir pieejams.

Mediju teorētiķis Ričards Beamišs (*Beamish*) savā teorijā izdala vairākus aspektus, kāpēc laikrakstiem būtu nepieciešama to elektroniska versija:

- veidot spēcīgu saturu par lokāliem notikumiem atbilstoši auditorijas vēlmēm,
- ievērot izmaiņas tirgū, konkurencē un tehnoloģijās,
- apgūt prasmes par jaunajiem medijiem un ietvert tehnoloģijas redakcijas darbībā, reklamēšanā, dizainā un tirdzniecībā,
- izvērtēt izmaksas un iespējamus ienākumus, izveidojot elektronisko avīzes versiju.²⁶

R. Beamišs uzskata, ka lokālie laikraksti bez šīm izmaiņām nespēs konkurēt tirgū, jo neatbildīs auditorijas un reklāmdevēju vēlmēm. Arī pētnieks Deivids Mērfijs (*Murphy*) uzskata, ka laikrakstu izmaiņas ir nepieciešamas turpmākai pastāvēšanai, ko pieprasa mūsdienu auditorijas paradumi un vēlmes ‘‘līdz ar tehnoloģiju piedāvātajām iespējām ir izmainījušies arī lokālo laikrakstu *seja* – šodien drukātās avīzes versijas tiek papildinātas ar elektroniskajām versijām.’’²⁷

Pētnieki ir izpētījuši, ka iespēja uzzināt par jaunumiem, izmantojot elektronisko avīzes versiju, ietekmē auditorijas paradumus un nepieciešamību pēc avīžu iegādāšanās, kas savukārt

²⁴ Franklin, B., Murhpy, D. (1998). *Making the Local News. Local journalism in context*. P. 157.

²⁵ Franklin, B. (2006). *Local journalisms and local media. Making the local news*. New York: Routledge. P. 109.

²⁶ Beamish, R. (1998). The local newspaper in the age of multimedija. In: *Making the lokal news. Local Journalism in context*. London: Routledge. P. 142.

²⁷ Franklin, B., Murphy, D. (1998). *Making the Local News. Local journalism in context*. P. 157.

rada bažas par laikrakstu turpmāku pastāvēšanu. "Interneta portālu ietekme uz laikrakstu tirgu ir spēcīga. Lielbritānijas laikraksti *Sun* un *Guardian* pieredze rāda, ka portālā esošā informācija nevar būt saturiski līdzvērtīga drukātajai avīzes versijai, lai nezaudētu laikraksta auditorijas interesi izdevumu iegādāties. Taču ziņu pasniegšanas veidam ir jābūt mūsdienīgam."²⁸ Tāpēc arī tiek piedāvāti dažādi ziņu ieguves veidi auditorijai, lai tie būtu saistoši, mūsdienīgi, plaši sasniedzami. Un, pat ja laikraksts zaudē daļu auditorijas, tas tomēr notur lielākās auditorijas daļas uzmanību.

Arī mediju pētnieks Deivids Mērfijs (*Murphy*) atzīst, ka lokālie laikraksti tāpat kā citi drukātie mediji piedzīvo pamatīgas izmaiņas ziņu izplatīšanas jomā. Pētnieks lokālo laikrakstu izdzīvošanu saista ar laikraksta producēšanai nepieciešamo resursu optimālu izmantošanu un otrkārt, spēju noturēt auditorijas uzmanību un uzticību, lai to nezaudētu televīzijai un interneta medijiem.²⁹

Lokālo laikrakstu pētnieks Joks Lauterers (*Lauterer*) skaidro, ka lokālo laikrakstu izdzīvošanas spēja saistāma ar cilvēku nepieciešamību pēc informācijas par notikumiem tuvākajā apkārtnē. Lauterers atzīst, ka "nacionālie laikraksti, neskatoties uz budžetu, nevar "aizsniegt" reģionus. Tiem neveidojas tik cieša atgriezeniska saite ar auditoriju un medijam ir grūti izsekot notikumu attīstībai."³⁰

Jāsecina, ka laikrakstu piedzīvotās pašreizējās izmaiņas ir nozīmīga procesa aizsākums, kas iespējams pilnībā izmainīs tradicionālo mediju. Tomēr neatkarīgi no formāta, kādā ziņas tiks pasniegtas nākotnē, lokālie laikraksti būs svarīgi informācijas avoti par reģiona aktualitātēm, jo laikraksti pilda vairākus svarīgus uzdevumus sabiedrības un lēmējvaras savstarpējā komunikācijā.

²⁸ Bennet, P., Glater, J., Wall, P. (2006). *A2 Media Studies. The Essential Introduction*. London: Routledge. P. 159.

²⁹ Franklin, B., Murphy, D. (1998). *Making the Local News. Local journalism in context*. P. 89.

³⁰ Lauterer, J. (2006). *Community Journalism. Relentlessly Local*. 3rd Edition. Chapel Hill: University of North Carolina Press. P. 30.

2. DIENASKĀRTĪBAS VEIDOŠANA

Dienaskārtības veidošanās lokālajos laikrakstos saistāma ar varas institūcijās un vietējā sabiedrībā valdošajām interesēm un aktualitātēm. Dienaskārtības veidošanas teorijas skaidro, kā tiek veidots laikraksta saturs, kādi faktori ir būtiski rakstu tematu atlasē un kas spēj ietekmēt laikrakstu dienas kārtības izveidi. Dienaskārtības veidošana ir ļoti nozīmīgs process, jo laikraksts, konstruējot realitātes atspoguļojumu, veido auditorijas redzējumu par dažādiem notiekošiem procesiem.

Teorētiķis Valters Lipmans (*Lippmann*) apraksta mediju rekonstruētās realitātes nepieciešamību, jo, viņaprāt, ‘reālā vidē notiekošais ir pārāk sarežģīts, lai ikviens spētu to uztvert un analizēt, turklāt cilvēkiem nepiemīt tāds vērīgums. Tāpēc mediji, attēlojot notikumus tos rekonstruē, veidojot vienkāršotu notikumu modeli, lai būtu iespējams izprast notikumu.’³¹ Tomēr Lipmans atzīst, ka vidusmēra cilvēks nevar izdarīt svarīgus politiskos lēmumus, kas bāzēti uz vienkāršotu notikumu rekonstrukcijas modeli. Tātad mediju rekonstruēto notikumu vienkāršošana ir derīga atsevišķos gadījumos, bet politisko jautājumu izprašanai nepieciešama detalizēta un pilnīga informācija.

Deivids Protess (*Protes*) atzīst, ka dienaskārtības veidošana ir sarežģīts process, kura rezultātā dažādi notikumi kļūst ievērojami un svarīgi.³² Dienaskārtības veidošanas procesu un mediju nozīmīgo lomu notiekošo procesu izzināšanā apraksta arī teorētiķis Stefans Frērihs (*Frerichs*), kurš uzskata, ka ‘medijiem ierosinot jaunu tēmu apskatu, auditorija sajūt vajadzību pēc informācijas, tad mediji ir svarīgi informācijas avoti. Mediji, veidojot ziņas, var tikt ietekmēti no to īpašnieku puses, kas savu varu spēj izmantot, lai ierobežotu tematu atlasī. Tādā veidā tiek ietekmēta arī auditorijas sapratne par svarīgākajiem notikumiem. Taču šāda ietekme var būt arī pozitīva, ja medija īpašnieks pastāv uz tādu dienaskārtības izveidi, kas padara notikumus sabiedrībai caurredzamus. Žurnālisti nav sabiedriskā viedokļa veidotāji, bet gan piedāvā rāmējumu iespējamai viedokļa veidošanai.’³³

Arī teorētiķi Rolands Lorimers (*Lorimer*) un Miks Gašers (*Gasher*) dienaskārtības veidošanu saista ar dažādiem to ietekmējošiem spēkiem - ‘dienaskārtība ir process, kurā tiek izvirzītas prioritātes no masu mediju īpašnieku, redaktoru vai elites pārstāvju puses, tādā veidā priekšplānā izvirzot svarīgākos jautājumus.’³⁴

³¹ Baran, S., J., Davis, D., K. (2006). *Mass Communication Theory. Foundations Ferment and Future*. 4th Edition. London: Thomson Wadsworth. P. 316.

³² Turpat, P. 319.

³³ Frerichs, S. (2000). *Bausteine einer Systemischen Nachrichtentheorie*. Weisbaden: Westdeutscher Verlag. S. 170.

³⁴ Lorimer R., Gasher M. (2004). *Mass Communication in Canada*. 5th Edition. Toronto: Oxford University Press. P. 220.

Kā izpētījuši mediju pētnieki, laikraksta saturā ietvertie temati spēj ietekmēt sabiedriskās domas veidošanos, jo tieši laikraksti, pievēršot auditorijas uzmanību konkrētam jautājumam, veido lasītāju pasaules redzējumu.

2.1. Laikrakstu dienaskārtība un sabiedrība

Laikraksti ir svarīgi informācijas iegūšanas avoti, tie piedāvā aktualitāšu apskatus un dažāda veida viedokļus. Sabiedrības redzējumu par svarīgākajiem notikumiem spēj ietekmēt laikrakstu dienaskārtībā nonākušie rakstu temati, kas ietekmē arī sabiedrības dienaskārtības veidošanos.

Teorētiķi Džennings Briants (*Bryant*) un Sjūzana Tompsone (*Thompson*) atzīst, ka “dienaskārtības pētījumi skaidro, kā drukātie mediji ietekmē sabiedrības viedokli un pasaules redzējumu. Ziņu un informācijas plūsmā tiek izdarīta izvēle, kas tiks publicēts. Šāda izvēle ir nepieciešama limitētā laika un lappušu skaita dēļ un atlasot svarīgāko, tiek veidota medija dienaskārtība.”³⁵

Savukārt šāda notikumu atlase un lēmumi par temata iekļaušanu vai neiekļaušanu laikraksta dienaskārtībā spēj ietekmēt sabiedrības sapratni par svarīgākajiem notikumiem. Šo mediju efektu apraksta teorētiķi Mihaels B. Salvens (*Salwen*) un Dons V. Staks (*Stacks*) atzīstot, ka “pasaules redzējums, kādu to redz lasītāji, ir radīts medijos un nav garantijas, ka realitāte ir tieši tāda, kādu to attēlo mediji. Mediji ik dienu atlasa un izplata ziņas, pievērš uzmanību dažādiem jautājumiem, tādā veidā ietekmējot sabiedrības izpratni par dienas aktuālākajiem notikumiem.”³⁶ Turklāt pētnieki ir izpētījuši, ka mediju saturā atspoguļotajiem notikumiem ir pozitīva saistība ar auditorijas uzskatiem par svarīgākajām aktualitātēm. Tātad mediju dienaskārtība tiek veidota atbilstoši auditorijas gaidām un nepieciešamības pēc informācijas par noteiktām jomām, izmaiņām un notikumiem.

Dienaskārtības ietekmi uz lasītājiem apraksta teorētiķis Artūrs A. Bergers (*Berger*), kurš uzskata, ka dienaskārtībā ietvertie temati cilvēkus rosina par kaut ko domāt, taču tieši nenorādot, kā informāciju interpretēt. Dienas kārtība palīdz pieņemt lēmumus un ietekmē sabiedrības sociālo un politisko darbību.³⁷ Mediju teorētiķi Stenlijs J. Barans (*Baran*) un Denis K. Deivis (*Davis*) pauž līdzīgus uzskatus - “dienaskārtība cilvēkus rosina domāt par

³⁵ Bryant, J., Thompson, S. (2002). *Fundamentals of Media Effects*. New York: McGraw – Hill. P. 148.

³⁶ Salwen, M., B., Stacks, D., W. (1996). *An Integrated Approach Communication Theory and Research*. 2nd Edition. P. 93 – 98.

³⁷ Berger, A., A. (1998). *Mass Analysis Techniques*. 2nd Edition. New Delhi: SAGE Publications. P. 191.

kaut ko, nevis pasaka, ko domāt. Dažādiem cilvēkiem pasaule šķiet atšķirīga ne tikai atkarībā no viņu personīgajām interesēm, bet arī no žurnālistu radītā pasaules atspoguļojuma.’’³⁸

Kā uzskata teorētiķi, skaidrojot dienaskārtības ietekmi uz sabiedriskās domas veidošanos, nozīmīgi ir dažādi aspekti tēmas atspoguļošanā. Pētnieki Maksvels E. Makkombs (*McCombs*) un Donalds Šavs (*Shaw*) atzīst, ka ‘redaktori un žurnālisti, atlasot un izplatot ziņas, spēlē nozīmīgu lomu politiskās realitātes veidošanā. Lasītājs par notikumu spriež ne tikai pēc medijā esošās informācijas, bet arī pēc citiem aspektiem – pēc medija piešķirtās nozīmes, informācijas daudzuma un izvietojuma vietas avīzē.’’³⁹ Līdzīgu viedokli par laikrakstā ietverto tematu iespaidu uz lasītājiem pauž teorētiķi Rolands Lorimers un Maiks Gašers, pētnieki atzīst, ka ‘satura veidotājs uzbūvē realitātes atspoguļojumu, izmantojot vārdus, fotogrāfijas un grafikas. Žurnālists arī izšķiras kā attēlot notikumu – cik liela reportāža nepieciešama, kādu cilvēku viedokļus iekļaut rakstā.’’⁴⁰

Par laikraksta dienaskārtības efektu uz lasītājiem spriež arī teorētiķi Džennings Briants un Sjūzana Tompsone, kuri skaidro, ka ‘mediji izceļ atsevišķus notikumus, aktivitātes, grupas un personības, ietverot tās savā dienaskārtībā. Atšķirīga profila izdevumiem ir vajadzīgas dažāda veida un skaita reportāžas, lai izpelnītos auditorijas uzmanību. Šis ir svarīgs faktors, kas ietekmē, par ko cilvēki domās un runās.’’⁴¹ Teorētiķi, definējot dienaskārtības nozīmi, atzīst, ka svarīgs satura veidošanas aspekts ir izvēlē kā notikumu pasniegt. Sabiedrības viedokli par apskatīto jautājumu var ietekmēt arī medija izvēlētais skatu punkts, raksta novietojums laikrakstā un intervēto personu statuss u.c.

Lokālo laikrakstu tematu atspoguļojumu pētījusi Karina Vata – Jorgensena, teorētiķe atsaucoties uz pētījumiem, atzīst, ka lokālo laikrakstu dienaskārtības veidošanas procesu ietekmē uzskats, ka auditorija labprātāk lasa izklaidējošus rakstus, kas ir tipiski bulvārpreses raksti. ‘Cilvēciskas intereses raksti bieži tiek saukti par triviāliem un nenozīmīgiem, tomēr tie var palīdzēt dažādiem individuāliem un grupām sajust empātiju un sapratni vienam pret otru. Tomēr šāda notikumu pasniegšanas forma mazina auditorijas spēju uztvert kritiskus žurnālistikas rakstus par politiskiem jautājumiem.’’⁴² Arī mediju teorētiķi Harisons

³⁸ Baran, S., J., Davis, D., K. (2006). *Mass Communication Theory. Foundations Ferment and Future*. 4th Edition. London: Thomson Wadsworth. P. 317.

³⁹ Baran, S., J., Davis, D., K. (2006). *Mass Communication Theory. Foundations Ferment and Future*. 4th Edition. P. 317.

⁴⁰ Lorimer R., Gasher M. (2004). *Mass Communication in Canada*. 5th Edition. P. 222.

⁴¹ Bryant, J., Thompson, S. (2002). *Fundamentals of Media Effects*. P. 242.

⁴² Wahl – Jorgensen, K. (2005). *The Market VS. the right to communicate: the anti-political local press in Britain and the journalism of consensus*. Retrieved March 12, 2011 from <http://www.javnosthepublic.org/media/datoteke/2005-3-wahl.pdf>

(Harrison) un Pillings (Pilling) uzskata, ka lokālo laikrakstu saturu veido galvenokārt apraksti par izklaidējošām tēmām, taču ziņu rakstu īpatsvars ir niecīgs.⁴³

Tātad sabiedriskā viedokļa veidošanos tieši ietekmē laikraksta dienaskārtībā atspoguļotie notikumi, kas ne tikai informē par notikumiem apkārtnē, bet arī spēj izraisīt sociālu darbību, veicināt līdzdarbību politiskos jautājumos. Taču pašu laikraksta dienaskārtības veidošanas procesu ietekmē dažādi faktori, kas ir būtiski rakstu tematu atlasē.

2.2. Dienaskārtības izveidi ietekmējošie faktori

Laikraksta saturā apskatītajiem jautājumiem ir cieša saikne ar citās jomās notiekošo, kas spēj ietekmēt apspriestos jautājumus medijā. Dienaskārtības process ir saistīts arī ar sabiedrībā un politikā notiekošajiem procesiem, kas ir būtiski faktori ziņu plūsmas plānošanā.

Kurts Langs (*Lang*) un Gladis Langs (*Lang*) definē dienaskārtības izveidi – kolektīvs process, kurā mediji, valdība un sabiedrība ietekmē viena otru. Mediji var ietekmēt sabiedrisko domu un mobilizēt dažādas institūcijas.⁴⁴

Laikrakstu dienaskārtības saistību ar citās jomās notiekošajiem procesiem savā teorijā apraksta teorētiķis Alans R. Andreasens (*Andreasen*), izdalot trīs veidu dienaskārtības – sabiedrības, mediju un politiķu veidotas. Sabiedrības dienaskārtību veido dažādi sabiedriski aktīvi līderi vai to grupas, kas spēj ietekmēt pārējās sabiedrības daļas uzskatus un veidot sabiedrisko domu par svarīgākajiem jautājumiem. Mediju dienaskārtību veido to saturs. Savukārt politiķu savstarpējās attiecības un partiju lēmumi nosaka politikas dienaskārtības veidošanos. Teorētiķis Andreasens uzskata, ka šīs dienaskārtības ir saistītas un savstarpējas ietekmes rezultātā tiek izmainīta katra atsevišķi nodalītā dienas kārtība.⁴⁵ Pētnieks Dens Laugheis (*Dan Laughey*) pauž līdzīgus uzskatus, skaidrojot, ka ‘‘dienaskārtības teorijā, izmantojot efektu pieeju, tiek parādīts kā mediji ietekmē sabiedrības dienaskārtību politiskās kampaņas vai kāda cita svarīga notikuma laikā, kurā ir pastiprināta sabiedrības interese par notiekošajiem procesiem.’’⁴⁶ Trīs paralēlo un savstarpēji saistīto dienaskārtību attiecības apraksta teorētiķi Stenlijs J. Barans un Denis K. Deivis (*Stanley J. Baran, Dennis K. Davis*), kuri izpētījuši, ka ‘‘masu mediji var noteikt svarīgākos notikumus, tas ir, mediji var noteikt

⁴³ Wahl – Jorgensen, K. (2005). *The Market VS. the right to communicate: the anti-political local press in Britain and the journalism of consensus*. Retrieved March 12, 2011 from <http://www.javnostthepublic.org/media/datoteke/2005-3-wahl.pdf>

⁴⁴ Baran, S., J., Davis, D., K. (2006). *Mass Communication Theory. Foundations Ferment and Future*. 4th Edition. P. 319.

⁴⁵ Andersen, A. A. (2006). *Social Marketingi n the 21st Century*. Retrieved December 10, 2010 from <http://www.e-biblioteka.lv/lv/teksti/social-marketing-in-the-21st-century/3291/#/46>

⁴⁶ Laughey, D. (2008). *Key Themes in Media Theory*. Retrieved February 2, 2011 from <http://site.ebrary.com/lib/latvia/docDetail.action?docID=102298468p00=agendamedia>

politisko dienaskārtību. Ir noskaidrots, ka starp mediju ziņojumiem un cilvēku notikumu klasifikāciju pastāv cieša saikne.⁴⁷

Politisko notikumu nozīmi kā laikrakstu dienaskārtības ietekmējošu faktoru savā teorijā apraksta pētnieki I. Tans (*Tan*) un Deivids H. Vīvers (*Weaver*), kuri uzskata, ka ‘‘politiķu dienaskārtība ir nozīmīga, jo tā ierosina problēmas apskatus, kas kļūst par mediju un sabiedrības dienaskārtības sastāvdaļu.’’⁴⁸ Pētnieki atzīst, ka pētījumos lielāka uzmanība pievērsta nacionālo nevis lokālo mediju pētīšanai, taču ir pierādīts, ka mediju dienaskārtība atšķiras nacionālajos un lokālajos medijos. Arī pētniece Helena Sisona (*Sisson*) uzskata, ka ziņu dienaskārtība ir stipri atšķirīga lokālajos un nacionālajos laikrakstos. Pat salīdzinot dažādu lokālo laikrakstu dienaskārtības veidošanu, jāsecina, ka tā ir atšķirīga, jo šo laikrakstu aptvertais reģions un tā iezīmes – lielums, noziedzības līmenis, reģiona urbanizācija utt. nosaka, kas reģiona mērogā ir svarīgs un kas šķiet pašsaprotams, tāpēc netiks iekļauts saturā.⁴⁹ Piemēram, lokālais laikraksts provincē ar zemu noziedzības līmeni ziņos par stāvlaukumā sabojātu auto, taču šāds temats netiks iekļauts Rīgas reģiona laikrakstā.

Teorētiski dienaskārtības veidošanu saista ar rāmēšanas procesu, kas arī nosaka to, kādi temati un kādā veidā tiks atspoguļoti medija saturā. Teorētiski Džennings Briants un Sjūzana Tompsone skaidro, ka ‘‘subjekts, kas nokļuvis uzmanības centrā tiek ierāmēts, uzsverot tā problēmas vai nozīmi. Mediji var palielināt vai samazināt daudzus nopietnus situācijas aspektus, izvēloties konkrētā subjekta atspoguļošanas veidu medijā.’’⁵⁰ Laikraksta satura veidošanu ar rāmēšanu saista arī mediju pētnieks Makkombs (2001), kurš uzskata, ka dienaskārtības teorija ir saistīta ar rāmēšanas teoriju, nosakot saturu un notikumu rāmējumu, ko sauc par dienaskārtības ietekmi jeb rāmējuma efektu. Pētnieks piekrīt, ka dienaskārtība tiek ietekmēta divos līmeņos – subjekta līmenī un simbolu līmenī. ‘‘Parasti dienas kārtība tiek pētīta subjektu līmenī un tiek novērtēts, kā mediju reportāžas ietekmē subjektam piešķirto prioritāti. Mediji var pateikt par atsevišķiem subjektiem ne tikai ‘‘par ko domāt’’, bet arī ‘‘kā par to domāt’’. Tie pasaka, kas subjektā ir svarīgs un kas nav.’’⁵¹ Savukārt pētnieks D. Šeufeļe (*Scheufele*) noliedz dienaskārtības un rāmēšanas saistību, viņš uzskata, ka medijos atrodamā informācija tiek padarīta svarīga vai ne tik svarīga caur auditorijas interesi. ‘‘Auditorijas uzskatus par notikumu ietekmē nevis caur kādu notikuma aspekta uzsvērumu,

⁴⁷ Baran, S., J., Davis, D., K. (2006). *Mass Communication Theory. Foundations Ferment and Future*. 4th Edition. P. 320.

⁴⁸ Tan, Y., Weaver D.H. (2009). *Local Media, Public Opinion and State Legislative Policies: Agenda Setting at the State Level*. Retrieved February 2, 2011 from <http://datubazes.lanet.lv:2389/content/14/4/454.full.pdf+html>

⁴⁹ Sisson, H. (2006). *Practical Journalism. How to write News*. London: SAGE Publications. P. 33.

⁵⁰ Bryant, J., Thompson, S. (2002). *Fundamentals of Media Effects*. P. 242.

⁵¹ Baran, S., J., Davis, D., K. (2006). *Mass Communication Theory. Foundations Ferment and Future*. 4th Edition. P. 320.

bet gan interpretējot mediju sniegto informāciju pēc saviem uzskatiem, pieredzes, zināšanām.”⁵²

Tomēr Ijengara (*Iyengar*) un Kindera (*Kinder*) veiktais pētījums, pierāda, ka rāmēšana ir būtiska dienaskārtības ietekmējoša sastāvdaļa. Pētnieki veica pētījumu, kurā centās noskaidrot vai ziņu raksta spilgtums un raksta novietojums ietekmē sabiedrības domas par notikumiem. Pētījumā tika atklāts, ka notikuma iekļūšana medija dienaskārtībā liek žurnālistiem pozicionēt to kā svarīgāku un arī auditorija to uztver kā spilgtāku. Pētnieki atklāja, ka dramatiskas ziņas pastiprina dienaskārtības spēku un, ka raksti pirmajā lapā un ievaddaļā izpelnās lielāku ievērību. Pirmkārt, cilvēki pievērš uzmanību rakstiem, kas atrodas ziņu sākumā, jo tā ir labi zināma ziņu pasniegšanas forma – svarīgākais atrodas ievadā.⁵³ Tātad auditorija savus spriedumus par apskatīto jautājumu laikrakstā izdara ne tikai pēc informatīvā materiāla, bet tiek ņemti vērā arī citi aspekti. Mediji, ietverot subjektu dienaskārtībā, vēlas piesaistīt sabiedrības uzmanību, tāpēc tas tiek rāmēts, lai panāktu ziņas nozīmīguma efektu.

Nevar noliegt, ka mediji spēj uzvērt atsevišķus aspektus tematu izklāstā, tādā veidā ietekmējot sabiedrības uzskatus un iespējams ieinteresējot auditoriju sekot līdz notikuma attīstībai. Svarīga ir arī auditorijas loma rakstu tematu atlasē, jo galvenais laikraksta satura veidošanā ir apmierināt lasītāju intereses un nepieciešamību pēc informācijas, un būtisks instruments kā to panākt ir vēstījumu rāmēšana.

Jāsecina, ka dienaskārtības veidošanas process ir daudzpakāpju lēmuma pieņemšana, vadoties pēc redakcionālās nostājas un laikraksta darbinieku vērtībām. Tomēr nav noliedzams, ka dienaskārtību cenšas ietekmēt arī dažādi ārpus redakcijas esoši spēki, cenšoties ietekmēt laikraksta saturu, lai gūtu no tā kādu labumu. Kā arī dienaskārtības izveidi ietekmē auditorijas gaidas pēc objektīvas un daudzpusīgas informācijas, kas mūsdienu mediju tirgū ir noteicošais, lai laikraksts spētu saglabāt auditorijas uzticību. Laikraksta dienaskārtības izveide ir saistīta arī ar citiem medija producēšanas procesiem, kas ir savstarpēji saistīti un lielā mērā ietekmē laikraksta saturu - ziņu veidošana, informācijas avotu atlase, ziņu atlases kritēriji un vārtu sarga funkcija.

⁵² Baran, S., J., Davis, D., K. (2006). *Mass Communication Theory. Foundations Ferment and Future*. 4th Edition. P. 320.

⁵³ Turpat. 318. lpp.

2.3. Ziņas

Mūsdienu sabiedrībā valda nepārtraukta nepieciešamība pēc informācijas, tāpēc arī mediji piedāvā plašas iespējas kā uzzināt par jaunākajiem notikumiem. Tomēr reģionālo notikumu plašāku un daudzpusīgāku atspoguļojumu aizvien var uzzināt lokālajos medijos, tāpēc to loma vietējās sabiedrības dzīvē paliek nemainīga. Lokālajos laikrakstos reģionālo notikumu ziņas ir dominējošais žurnālistikas rakstu žanrs.

Mediju teorētiķi Pīters Benets (*Bennett*), Džerijs Galters (*Galter*) un Pīters Valls (*Wall*) uzskata, ka ‘ziņas ir svarīga mediju prece, kas apmierina cilvēku vajadzību pēc uzraudzības un informācijas par apkārt notiekošajiem procesiem. Ziņu process – notikums, kas ir kaut kur noticis, tiek rekonstruēts kā viegli saprotama informācija’⁵⁴ Savukārt teorētiķis Džeks Fulls (*Full*) savā teorijā skaidro, ka ‘ziņas ir vēstījumi, kurus izplata mediji, ļaujoties uz sapratni un pieredzi par to, kas ir svarīgs un interesants specifiskai sabiedrības daļai, kuru medijs apgādā ar informāciju.’⁵⁵

Mūsdienās, definējot ziņas, saprot jebkādu informāciju, kas ir akurāta, informatīva un interesanta. Informācija ir ziņu bāze, taču akurātums ir kvalitāte, kas piesaista auditorijas uzmanību. Ziņām ir jābūt interesantām, viegli lasāmā un uztveramā tekstā.⁵⁶

Teorētiķis Stjuarts Halls (*Hall*) atzīst, ka ‘mediji neziņo par jebkādu parastu un nepārprotamu notikumu, ka pats par sevi ir ziņu vērts. Ziņas ir gala produkts sarežģītam procesam, kas sākas ar sistemātisku notikumu atlasī, tematu saskaņošanu ar sociāli izveidotu kategoriju kopumu.’⁵⁷

Pētnieki Rolands Lorimers un Maiks Gašers uzskata, ka ‘ziņu raksti, kaut arī bāzēti uz patiesiem, aktuāliem notikumiem un reāliem cilvēkiem, ir tikai realitātes konstrukts, kurš satur limitētu informāciju. Šajā procesā žurnālists ir satura producētājs, kurš ziņu pasniedz no kāda skatu punkta, individuāli pieejot raksta tēmai.’⁵⁸ Arī teorētiķe Helena Sisona atzīst, ka ‘ziņām ir jābūt jaunām vai arī nesen uzzinātām, pat ja stāsts ir par vecu notikumu, kas nav bijis zināms līdz šim. Ziņām ir jābūt svarīgām un auditoriju saistošām.’⁵⁹

Pīters Benets, Džerijs Galters un Pīters Valls uzskata, ka ‘svarīga ziņu funkcija ir palīdzēt orientēties aizvien vairāk neskaidrajā notikumu pārbagātībā. Ziņas var uzskatīt kā precī, jo tās ir pielāgotas, lai apmierinātu auditorijas prasības.’⁶⁰

⁵⁴ Bennet, P., Glater, J., Wall, P. (2006). *A2 Media Studies. The Essential Introduction*. P. 155.

⁵⁵ Full, J. (1996). *News Values. Ideas for an Information Age*. Chicago: The University of Chicago Press. P. 6.

⁵⁶ Regue, J., Tantillo S., H., Babb, J., McIntosh, M., Denham, B. (2001). *Introduction to Journalism*. China: Nexttext. P. 34.

⁵⁷ Fowler, R. (1991). *Language in the News. Discourse and Ideology in the Press*. New York: Routledge. P. 12

⁵⁸ Lorimer R., Gasher M. (2004). *Mass Communication in Canada*. 5th Edition. P. 220.

⁵⁹ Sisson, H. (2006). *Practical Journalism. How to write News*. P. 32.

⁶⁰ Bennet, P., Glater, J., Wall, P. (2006). *A2 Media Studies. The Essential Introduction*. P. 155.

Mediju pētniece Sisona atzīst, ka ‘‘ievērot objektivitāti nozīmē atlasīt un publiskot ziņas, nepakļauties spiedienam, ietekmei un izvairīties no personīgajiem emocionālajiem aspektiem.’’⁶¹

Mediju teorētiķi Brūs D. Itule (*Itule*) un Duglas A. Andersons (*Anderson*) ziņu rakstus iedala divos paveidos - nopietnās ziņas un vieglās ziņas. ‘‘Nopietnās ziņas ietekmē lielu skaitu cilvēku, tās atbild uz visiem pamatjautājumiem – kas?, ko?, kur?, kad?, kāpēc?, kā?. Tās bieži kļūst par galveno ziņu notikumu – iekļūstot avīzes pirmajā lapā. Vieglāka rakstura ziņas tiek ziņots par mazākas nozīmes notikumiem, taču arī tie ir pietiekami interesanti un svarīgi. Šīs ziņas ir veidotas pēc naratīvu struktūras, tādā veidā padarot stāstu vēl interesantāku.’’⁶²

Teorētiķi Džeimsons (*Jamieson*) un Kempbels (*Campbell*) skaidro, ka nopietnās ziņas ir par notikumiem, kas risinājušies pēdējo divdesmit četru stundu laikā. Teorētiķi savā teorijā izvirzījuši vairākas pazīmes, kas nosaka, ka notikums var kļūt par nopietno ziņu: 1. personificējams – iesaistīti reāli cilvēki; 2. dramatisms, konflikts; 3. aktuāls un konkrēts, nevis teorētisks vai abstrakts; 4. jauns un dīvains; 5. notiekošais ir saistīts ar pašiem ziņu medijiem. Savukārt vieglo ziņu raksti ir balstīti uz cilvēku interesi, tie ir interesanti, izklaidējoši un aizkustinoši.⁶³

Teorētiskās definīcijas skaidri definē ziņu veidošanas procesu, veidus, uzbūvi un izmantojamo informācijas avotu lomu. Ne mazāk svarīgs aspekts ziņu producēšanā ir auditorijas gaidām pēc objektīvas un izsmeļošas informācijas, kā arī žurnālista nozīmīgā loma, veidojot realitātes atspoguļojumu, kas ietekmē sabiedrības viedokļa veidošanos par dažādiem procesiem.

2.3.1. Ziņu avoti

Ziņām ir jābūt objektīvām un jāatspoguļo visi notikuma aspekti, lai žurnālists to spētu izdarīt, svarīgi ir atlasīt visus nepieciešamos avotus. Turklāt pats informācijas avotu atlases process spēj ietekmēt ziņu raksta kvalitāti, nostāju un pozīciju.

Rodžers Fowlers (*Fowler*) uzskata, ka ‘‘ziņas nevar būt spontānas, bet gan atlasītas no ziņu aģentūru materiāliem un žurnālistu regulāri uzraudzītiem informācijas kanāliem.’’⁶⁴ Mediju pētnieki P. Bennets, Dž. Glaters un P. Valls teorijā min vairākus avotus, kas visbiežāk

⁶¹ Sisson, H. (2006). *Practical Journalism. How to write News*. P. 33.

⁶² Itule, B., D., Anderson, A., D. (1989). *News Writing and Reporting for today's media*. 2nd Edition. New York: McGraw – Hill. P.38.

⁶³ Thompson, S., Bryant, J. (2002). *Fundamentals of Media Effects*. New York: McGraw – Hill. P. 234 – 237.

⁶⁴ Fowler, R. (1991). *Language in the News. Discourse and Ideology in the Press*. P. 21.

kļūst par laikrakstu veidotā satura ziņu avotiem. Dažādu organizāciju un varas instanču iekļūšana mediju dienas kārtībā ‘notiek izmantojot praksē labi iestrādātas ziņojuma nodošanas formas:

- preses relīzes, kas nereti tiek pārpublicētas presē vai kļūst par ziņu avotu žurnālistikas rakstam,
- preses konferences,
- ziņu konferences, kurās tiek nodoti ārkārtas situācijas paziņojumi, kas ar savu emocionālo pieskaņu kalpo kā labs ziņu materiāls.
- sabiedrisko attiecību speciālisti – ielūdzot preses pārstāvjus uz pasākumiem,
- reklāmas triki – organizācijas ‘notikums’ tiek pasniegts ar labi izveidotu vizuālo materiālu, kuru papildina jaunumu izklāsts. ‘⁶⁵

Pētnieki uzskata, ka žurnālisti saņem daudz un dažādus spiedienus no ietekmīgiem cilvēkiem un organizācijām, kas vēlas iekļūt dienas kārtībā.

Mediju teorētiķis Kris Frosts (*Frost*) šo klasifikāciju papildina ar vairākiem ziņu avotiem, kuri nodrošina drošas informācijas iegūšanu žurnālistikas materiālu veidošanā:

- citu mediju saturs – konkurējošie laikraksti, nacionālie mediji
- sludinājumi un reklāmas – oriģināls paziņojums var pamats labam stāstam
- gadadienas – paredzami notikumi
- akadēmiskie žurnāli –vienkāršojot akadēmiskus rakstus, žurnālists padara tos pieejamus un lasāmus auditorijai,
- oficiālie avoti – varas iestāžu dienas kārtība, preses relīzes, tiesas sēžu plānojums,
- novērojumi
- stāsti ārpus medija dienas kārtības – tie ir nejauši pamanīti notikumi. ‘⁶⁶

Cilvēku viedokļu izmantojumu kā ziņu avotus teorētiķi iedala četros tipos: ‘primārie avoti, kas ir galvenie raksta varoņi; sekundārie avoti – papildus informācijas gūšanai; profesionālie avoti un nejaušas personas – ļauj uzzināt tautas pārstāvju viedokli par konkrētu jautājumu.’⁶⁷ Teorētiķis Fovlers atzīst, ka ‘izmantojot cilvēku viedokļus, materiāls tiek padarīts personiskāks, bet šo ziņu avotu izmantojumam lielākoties ir gadījuma raksturs. Institūciju pārstāvju un oficiālo autoritāšu kā ziņu avotu izmantošana tiek privilīģēta, jo birokrātisko struktūru pārstāvji regulāri apgādā presi ar jaunāko informāciju, kas ir droša un viegli sasniedzama.’⁶⁸

⁶⁵ Bennet, P., Glater, J., Wall, P. (2006). *A2 Media Studies. The Essential Introduction*. P. 161 – 162.

⁶⁶ Frost, C. (2002). *Reporting for journalists*. London: Routledge. P. 8 – 12.

⁶⁷ Regue, J., Tantillo S., H., Babb, J., McIntosh, M., Denham, B. (2001). *Introduction to Journalism*. P. 44.

⁶⁸ Fowler, R. (1991). *Language in the News. Discourse and Ideology in the Press*. P. 22.

Līdzīgus uzskatus pauž mediju teorētiķi Sāra Nibloka (*Niblock*) un Deivids Mačins (*Machin*), viņuprāt, žurnālisti tā vietā, lai uzzinātu informāciju no sabiedrības locekļiem, kas nereti ir patiesāki un spēj norādīt uz vairākiem trūkumiem, tomēr izvēlas atspoguļot tematu no oficiālo iestāžu skatu punkta. Taču lielākoties šie viedokļi ir nepamatoti pozitīvi, ar mērķi pasargāt iestādi no negatīvām ziņām.⁶⁹

Teorētiķe Sisona uzskata, ka “žurnālists, atspoguļojot tematu, izdara izvēli - kādu cilvēku viedokļus iekļaut rakstā, kādus avotus izmantot. Pat neizpaužot savas domas un secinājumus, žurnālists caur šiem lēmumiem jau ir ietekmējis raksta saturu.”⁷⁰ Tātad žurnālistikas rakstu objektivitāte ir relatīva un pat neitrālas pozīcijas rakstam ir jūtama kāda nostāja vai nokrāsa, kas iezīmējas caur izmantoto informācijas avotu sniegtajiem komentāriem.

Žurnālistam izvēloties ziņu avotus ir jāzina, kāds ir paredzamais raksta mērķis, lai atbilstoši tam varētu piemērot informācijas avotus. Turklāt šī izvēle ir svarīga, lai žurnālistikas materiāls saturētu pilnīgu informāciju un spētu auditorijai notikumu izskaidrot pēc iespējas pilnīgāk.

2.3.2. Ziņu atlasē kritēriji

Mediju teorijas skaidro procesu, kā notikums kļūst par ziņu un tiek iekļauts medija dienas kārtībā. Pētījumos atklāti vairāki ziņu atlasē kritēriji, uz kuriem balstoties mediju darbinieki pieņem lēmumu kādus notikumus iekļaut saturā.

Mediju pētniece Sāra Nibloka uzskata, ka “lokālo laikrakstu viens no galvenajiem ziņu atlasē kritērijiem ir notikuma ģeogrāfiskais izvietojums jeb tuvums. Lasītājus lokālie laikraksti var informēt arī par notikumiem citviet, taču, ja tam ir saistība ar konkrēto reģionu.”⁷¹

Teorētiķe S. Nibloka savā teorijā par laikrakstu saturu raksta: “Laikrakstu rakstus var iedalīt divās lielās kategorijās. Pirmajā ir raksti par to kas tieši ietekmē lasītāju eksistenci, piemēram, nodokļu izmaiņas. Otrajā kategorijā var iedalīt rakstus, kas ir izklaidējoša rakstura, sniedzot daudz dažādu emociju un piedzīvojumu. Ziņās ir jāatspoguļo atšķirīgi notikumi, lai auditorija nezaudētu interesi un tajā būtu gan informācija, gan izklaide.”⁷² Mediju pētnieki atzīst, ka “izvēloties raksta pozicionējumu, intervējamus avotus, informācijas pasniegšanas

⁶⁹ Machin, D., Niblock, S. (2006). *News production. Theory and Practice*. London: Routledge. P. 69.

⁷⁰ Sisson, H. (2006). *Practical Journalism. How to write News*. P. 33.

⁷¹ Niblock, S. (2005). *Practice and theory. What is News?* P. 79.

⁷² Turpat. 75. lpp.

veidu, tiek pieņemti svarīgi lēmumi, kas spēj iespaidot žurnālistikas materiālu kvalitāti.”⁷³ Sociologs Niklas Lūmans (*Luhmann*) uzskata, ka temats var tikt iekļauts laikraksta saturā, ja tas atbilst kādam no sešiem notikuma traktējumiem: trieciens pastāvošajām vērtībām; krīzes draudi; notikumi politikā; notikums skar politiķus vai elites pārstāvjus; svarīgs jaunums; nozīmīgas pārmaiņas pastāvošajā kārtībā.⁷⁴

Rolands Lorimers un Maiks Gašers uzskata, ka “žurnālists atlasot ziņu rastus un to apjomu saskaras ar medija ziņu vērtību standartiem. Atbilstoši medija darbības laukam un tās auditorijas interesēm, tiek atlasīta informācija no daudzām preses relīzēm, preses konferencēm un citiem avotiem.”⁷⁵ Pētnieki uzskata, ka ziņa ir viss, kas ir jaunums un īpašs sabiedrībai, ekstraordinārs un neparasts.

Mediju teorētiķe Sjūzana Mendaka (*Mendack*) savā mediju teorijā izvirzījusi vairākus ziņu atlasē kritērijus, kas parāda kā notiek mediju izvēle iekļaut notikumu dienas kārtībā vai nē:

1. aktualitāte
2. ticamība – satur precīzu informāciju
3. vispārējas intereses – aizstāv lielākās auditorijas daļas intereses
4. svarīgums – konflikti, kari
5. progress – jauni atklājumi, notikuma turpinājumi utt.
6. objektivitāte – nekādu personisku iespaidu, tikai fakti
7. notikuma tuvums – svarīgs kritērijs lokālajiem medijiem
8. elites pārstāvji
9. kuriozi, dīvaini notikumi.⁷⁶

Teorētiķis Fovlers skaidro, ka “ziņu vērtības ir apskatāmas kā medija vēstījuma kvalitātes. Jo vairāk ziņu vērtības kritērijiem notikums atbilst, jo lielāka iespēja, ka tas tiks parādīts sabiedrībai. Ziņu vērtības ir sarežģītas un dažādas: tās sakņojas vispārpieņemtās sabiedrības vērtībās, kā arī žurnālistikas konvencijā.”⁷⁷ Tātad rakstu tematu atlasē svarīgs faktors ir sabiedrībā notiekošie procesi un valdošā vērtību sistēma. Medija vēstījumiem ir jābūt centrētiem uz sabiedrības interesēm un vajadzībām, kas ir pamata kritērijs ziņu atlasē.

S. Nibloka uzskata, ka “ziņu vērtības ir nozīmīgas, lai veidotu nepārtrauktu un pamatotu auditorijas uzticamību publikācijām. Raksturīgākā ziņu vērtība ir *trieciens*, jo

⁷³ Regue, J., Tantillo S., H., Babb, J., McIntosh, M., Denham, B. (2001). *Introduction to Journalism*. P. 105.

⁷⁴ Frerichs, S. (2000). *Bausteine einer Systemischen Nachrichtentheorie*. S. 171.

⁷⁵ Lorimer R., Gasher M. (2004). *Mass Communication in Canada*. 5th Edition. P. 220.

⁷⁶ Mendack, S. (2001). *Berufsfeld Journalismus: Print medien: Horfunk und fernsehen; Neue Medien*. 2. Auflage. Berlin: Fit for Business. S. 72 – 73.

⁷⁷ Fowler, R. (1991). *Language in the News. Discourse and Ideology in the Press*. P. 13.

lielāks tā mērogs un elitārākas iesaistītās institūcijas un personas, jo raksts ir svarīgāks, un tam ir iespējas tikt izvirzītam kā dienas svarīgākajam notikumam.’’⁷⁸

Mediju teorētiķi B. D. Itule un D. A. Andersons nosauc vairākus ziņu atlasī ietekmējošus faktoros:

- redaktora un reportiera instinkts
- auditorijai atbilstoši temati
- laikrakstā atvēlētā vieta rakstam – nosaka, cik plašs var būt raksts un vai tas vispār tiks iekļauts
- ziņu pieejamība – starp daudziem notikumiem jāizvēlas svarīgākie, taču, ja notikumu trūkst, lappuses ir jāaizpilda ar cita rakstura rakstiem
- medija filozofija – lokālo laikrakstu gadījumā tiek atspoguļots reģionā notiekošais
- spiediens no īpašnieka – aizstāvēt kāda intereses, atbilstoši pielāgojot publikācijas
- spiediens no reklāmdevējiem
- ziņu sajaukums – tiek ietvertas gan nopietnas, gan izklaidējošas ziņas
- mediju savstarpējā sāncensība – var tikt izvēlēts rakstu temats, ja citos medijos tas tiek bieži apspēlēts, kaut pašam medijam tas nešķiet ziņu vērts, kā arī laikraksts cenšas atrast kaut ko ekskluzīvu un sensacionālu.⁷⁹

Teorētiķis Pauls Mannings (*Manning*) uzskata, ka ‘ziņu aprites ātrajā plūsmā un cikliskumā ir viegli sasniedzami dramatiski notikumi, bet ar vien mazāk tiek atlasīta informācija, kas prasa turpināt temata izpēti.’’⁸⁰ Mediju pētījumi pierāda, ka ziņu atlasī procesu šis faktors ietekmē lielā mērā.

Rezumējot ziņu atlasī kritēriju teorijas, var secināt, ka tematu atlasī ir grūti izpētāma, taču nenoliedzami ziņu veidošana tiek balstīta uz kādiem kritērijiem, turklāt sājā procesā dominē mērķauditorijas un laikraksta satura veidošanās savstarpējā saikne. Jo ir nepieciešams medija profilam atbilstošs kritēriju kopums, lai laikraksta saturs atbilstu tā mērķauditorijas vēlmēm.

⁷⁸ Niblock, S. (2005). Practice and theory. What is News? P. 77.

⁷⁹ Itule, B., D., Anderson, A., D. (1989). *News Writing and Reporting for today's media*. 2nd Edition. P. 45 – 46.

⁸⁰ Manning P. (2001). *News and News Sources. A critical Introduction*. London: SAGE Publication. P. 61.

2.4. ‘Vārtu sargātāja’ funkcija

Akadēmiskās teorijas apraksta ziņu atlasē procesu kā nozīmīgu dienas kārtības veidošanas sastāvdaļu, jo tā rezultātā tiek pieņemti lēmumi par laikraksta satura izveidi, tādā veidā tiek izlemts par to, kādu realitātes atspoguļojumu piedāvāt auditorijai.

Pētnieki M.B. Salvens un D.V. Staks atzīst, ka vārtu sargātāja process nav vienkāršs, bet tas ir daudzpakāpju lēmums par ziņu pasniegšanas veidu, kā arī lēmumi par to, vai iekļaut ziņu un cik plašā mērogā to atspoguļot. No mediju skatupunkta vārtu sargātāja process beidzas ar rakstu atlasē, rediģēšanu un publicēšanu. Pētnieki uzskata, ka neapšaubāma ir vārtu sargātāja funkcijas pamatideja – kādam ir jāatlasa ziņu raksti, jo laikraksta lappušu skaits ir ierobežots: ‘vārtu sargātāja process ir nozīmīga ziņu atlasē un izplatīšanas sastāvdaļa, jo medijam nav iespējams uzzināt par visām potenciālajām ziņām, un ne visas ziņas var tikt iekļautas.’⁸¹

Jozefs R. Dominiks (*Dominick*) skaidro: ‘reģionālās preses redaktors nosaka rakstu tematus žurnālistiem un uzrauga viņu darbu. Redaktors ir atbildīgs par visu, kas lasāms avīzē. Žurnālistiem nākas pakļauties šim vērtējumam un lēmumam publicēt rakstu vai nē. Šādam vārtu sargātāja procesam ir jāiziet cauri visiem žurnālistikas materiāliem, pirms tie nonāk laikrakstā.’⁸²

Mediju pētnieks Džons R. Bittners (*Bittner*) atzīst, ka vārtu sargāšanas kompleksais process nereti tiek ietekmēts gan no redaktoru puses, gan mediju īpašnieku puses. Šāds spiediens tiek izdarīts, lai publikācijas neietekmētu lielāko reklāmdevēju uzņēmējdarbību ar tiem neglaimojošām publikācijām, tāpēc šāda tipa raksti varētu tikt neiekļauti laikrakstā.⁸³ Pētnieks K. Levins savos pētījumos atklājis, ka ‘par iekļūšanu ziņu plūsmā cīnās gan pozitīvi, gan negatīvi spēki. Turklāt šie spēki spēj iekļūt mediju dienas kārtībā dažādos veidos, jo vienam medijam ir vairāki vārtu sargātāji. Vārtu sargātājs ir lēmuma pieņēmējs, kas izdara savu subjektīvu izvēli vai seko iepriekšnoteiktiem noteikumiem.’⁸⁴ Pīters Benets, Džerijs Galters un Pīters Valls uzskata, ka ‘politiskie spēki manipulē ar ziņu dienas kārtību, lai panāktu pozitīvas noskaņas ziņojumu presē. Taču potenciālās ziņas dažkārt tiek ignorētas, ja tās neatbilst medija dominējošajai ideoloģiskajai nostājai.’⁸⁵

⁸¹ Salwen, M., B., Stacks, D., W. (1996). *An Integrated Approach Communication Theory and Research*. 2nd Edition. P. 79.

⁸² Dominick, J., R. (2005). *The Dynamics of Mass Communications media in the Digital Age*. New York: McGraw – Hill. P. 324.

⁸³ Bittner, R., J. (1989). *Mass Communication. An Introduction*. New Jersey: Prentice Hall. P. 253.

⁸⁴ Salwen, M., B., Stacks, D., W. (1996). *An Integrated Approach Communication Theory and Research*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Publishers. P. 81.

⁸⁵ Bennet, P., Glaser, J., Wall, P. (2006). *A2 Media Studies. The Essential Introduction*. P. 165.

Teorētiķis R. Dominiks savā teorijā skaidro, ka ‘‘vārtu sargātājs ir persona vai grupa, kas kontrolē žurnālistikas materiālu plūsmu, kas sasniedz sabiedrību. Daži vārtu sargātāji ir mazāk redzami mediju darbībā.’’⁸⁶ Dominiks uzskata, ka mediju pētījumos ir grūti pierādāmas ietekmes, kuras žurnālisti saņem no redaktoriem, redaktori no mediju īpašniekiem vai no kādiem ārējiem spēkiem, jo tās lielākoties ir slēptas.

Mediju pētnieks Berkovits (*Berkowitz*) (1990) uzskata, ka vārtu sargātāja procesu iespaido arī resursu ierobežotība – darbinieku skaits, finanses, nepieciešamās aparatūras pieejamība. Jo vairāk ir darbam nepieciešamo resursu, jo kvalitatīvāka ir ziņu atlase. Pētnieks atzīst, ka ‘‘vārtu sargātājs ievēro ziņu vērtības, taču ziņu vērtību kritērijus katrs individuāli var izprast dažādi.’’⁸⁷

Pētnieks Deivids M. Vaits (*White*) fokusējas uz vienas personas lēmuma pieņemšanas izpēti, indivīdam veicot vārtu sargātāja funkciju. Vaits uzsver personīgos subjektīvos aspektus, kuri, viņaprāt, ir noteicošie ziņu atlasē.⁸⁸ Turpretim mediju pētniece Pamela Šūmeikere (*Shoemaker*) atklājusi, ka rakstu tematu izvēle ir daudzpakāpju lēmuma pieņemšana, kuru ietekmē vairāki faktori. Pētniece nenoliedz, ka tematu atlasī ietekmē subjektīva nostāja, domāšanas veids, lēmumu pieņemšanas spēja un ‘‘vārtu sargātāja’’ individuālās vērtības. Taču ‘‘vārtu sargātājs’’ nevar paļauties tikai uz subjektīviem spriedumiem, jo tematu atlasē process notiek ievērojot medija redakcijas prioritātes, noteiktos rāmējumus un uztverot signālus no ārpus redakcijas esošiem spēkiem.⁸⁹

Pētnieks Bobs Franklins uzskata, ka lokālo laikrakstu dienas kārtības ietekmējošs faktors ir ziņu avoti, kuri nonāk žurnālistu rīcībā. Šāda informācija ir jāuztver kritiski. Ņemot vērā ‘‘vārtu sargātāja’’ principus, lokālajiem žurnālistiem jāizvērtē ziņu avotu sniegtais informācijas materiāls, lai neveidotos situācija, ka žurnālists tematu apskata virspusēji, kamēr lasītājiem zināšanas par konkrēto jautājumu ir daudz labākas.⁹⁰

V.L. Bennets uzskata, ka ‘‘strīdīgs jautājums vārtu sarga teorijās ir, kā tik daudz pieejamas informācijas izšķirot, turklāt pastāv liela iespēja neievērot kādu nopietnu un svarīgu ziņu.’’⁹¹ P. Benets, Dž. Galters un P. Valls atzīst, ka parasti pieredzējuši žurnālisti un redaktori sajūt, kas ir ziņu vērts un spēj izlemt ne tikai, kura tēma tiks iekļauta, bet arī kurā lappusē to publicēt. Tālāka vārtu sarga funkcija nodarbojas ar žurnālistu sagatavoto rakstu un

⁸⁶ Dominick, J., R. (1996). *The Dynamics of Mass Communication*. 6th Edition. New York: McGraw – Hill. P. 222.

⁸⁷ Salwen, M., B., Stacks, D., W. (1996). *An Integrated Approach Communication Theory and Research*. 2nd Edition. P. 86 – 87.

⁸⁸ Turpat. 83. lpp.

⁸⁹ Harcup, T. (2004). *Journalism. Principles and Practice*. London: SAGE Publications. P. 34.

⁹⁰ Franklin, B. (2006). *Local journalisms and local media. Making the local news*. P. 175.

⁹¹ Bennett, W. L. (2003). *News the politics of Ilusion*. 5th edition. London: Routledge. P. 15.

citu saņemto materiālu atlasi, kurā tiek izņemts vai raksts jāuzlabo, vai pievienots nepieciešamais vizuālais materiāls.⁹²

Jāsecina, ka vārtu sargātāja process iespējams ir viens no svarīgākajiem satura veidošanas posmiem, jo tā rezultātā tiek izdarīta izvēle, kādas personas, grupas, instances, informācijas avoti un notikumi ir atbilstoši, lai iekļūtu medija dienas kārtībā.

⁹² Bennet, P., Glater, J., Wall, P. (2006). *A2 Media Studies. The Essential Introduction*. P. 163.

3. EMPĪRISKĀ MATERIĀLA RAKSTUROJUMS

Laikraksts "Ziemeļlatvija"

Lai noskaidrotu, kā tiek veidota lokālo laikrakstu dienaskārtība, analizēts viens no vairāk lasītajiem šāda veida laikrakstiem Vidzemes novadā – "Ziemeļlatvija". Laikraksts ziņo par notikumiem Valkas, Smiltenes un Strenču novados. Tas iznāk trīs reizes nedēļā – otrdienās, ceturtdienās un sestdienās, 12 lpp. apjomā, sestdienās ar četras lappuses biezo pielikumu "Dzīves priekam". "Ziemeļlatviju" izdod SIA "Dienas Mediji" un laikraksts ir Latvijas Preses izdevēju asociācijas biedrs. Cena mazumtirdzniecībā – Ls 0,40. Tā vidējā tirāža ir 3200 eksemplāri. Laikrakstā atrodama informācija par pagastu un pilsētu aktualitātēm, izglītību, ekonomiku, veselību un attiecībām, kultūru, izklaidi, dzīves stilu, sportu un hobijiem. Laikrakstu papildina arī visai labi veidots interneta portāls *ziemellatvija.lv**, kurā ir iespēja par samaksu lasīt arī avīzes rakstus. Visiem izdevēja "Dienas Mediji" reģionālajiem laikrakstiem portāla dizains un tā saturs ir veidots pēc viena principa.

Laikraksta aizsākumi datējami ar 1925.gadu, kad to izdeva Valkā J. Rauskas spiestuvē, K. Kraujiņa vadībā. Laikraksts tolaik bija 4-6 lpp. biezs, ar 1937.g.daži numuri 8lpp. apjomā. "Ziemeļlatvijas" izdošanas sākumā laikraksta tirāža bijusi 3000, vēlāk ap 1000 eksemplāru.⁹³ "Ziemeļlatvijas" saturā jau kopš pirmajiem laikraksta numuriem atspoguļoti ar politiku saistīti jautājumi, kas arī turpmāk ieņem svarīgu vietu avīzes saturā. Laikraksts rakstīja par ekonomiskas un lauksaimniecības problēmām. Vēl aizvien avīzē parādījās 1919.g. kara tematika, tika publicēti dažādi dokumenti un cilvēku atmiņu stāstījumi. Vairākos numuros publicēta kāda karavīra dienasgrāmatas pieraksti rakstu sērijā "Uz fronti". "Ziemeļlatvijā" skaidrota pilsētas un apriņķa vēsture, ietverti ceļojumu apraksti gan par tuvējo apkārtni, gan Eiropas valstīm. Laikrakstā ietverta bija arī dzeja un proza.⁹⁴ Līdz ar kara darbību un tam sekojošo varas maiņu, laikraksta izdošana tika pārtraukta 1940.gadā. Padomju varas laikā laikraksts vairākkārt mainījis nosaukumus "Mūsu Zeme" (1944. – 1953.) un "Darba Karogs" (1953. – 1989.).

"Mūsu Zeme" kopš 1945.g. iznāca trīs reizes nedēļā, bet līdz tam vienu reizi nedēļā. Laikrakstu izdeva Latvijas Komunistiskās partijas Valkas rajona komiteja. 1953.g. laikraksts tika pārdēvēts par "Darba Karogs", kas iznācis trīs reizes nedēļā un tā apjoms no vienas

⁹³ Brempele, Ā., Flīgere, Ē., Ivbule, D., Lāce, L., Lazdiņa, M. (1988.) *Latviešu Periodika 1920. – 1940.* 3. sējums 1. daļa. Rīga: Zinātne. 721.lpp.

⁹⁴ Treijs, R. (1996). *Latvijas Republikas prese 1918. – 1940.* Rīga: Zvaigzne ABC. 340. – 341. lpp.

* www.ziellatvija.lv

lappuses pieaudzis līdz 4 lpp. Arī "Darba Karogs" bijis LKP Valkas rajona komitejas un Valkas rajona darbaļaužu deputātu padomes orgāns.

1989. – 1992.g. laikraksts mainījis nosaukumu un atkal saucies "Mūsu Zeme", tomēr 1992.g. tas pārdēvēts par "Ziemeļlatvija".⁹⁵

Laikraksts "Druva"

Laikraksts "Druva" ar aktuālākajiem notikumiem un jaunumiem apgādā Cēsu, Amatas, Jaunpils, Līgatnes, Pārgaujas, Priekuļu, Raunas un Vecpiebalgas novadus. "Druva" iznāk kopš 1990.g. Cēsīs un to izdod "SIA Druva" četras reizes nedēļā – otrdienās, trešdienās, piektdienās un sestdienās, piektdienu numuros ietverta arī televīzijas programma. Sestdienās laikrakstu papildina 1 lpp. pielikums "Novadnieks", kurā lasītājiem tiek piedāvāti vēsturiski apraksti par reģiona nozīmīgākajiem cilvēkiem un vietām. Laikraksts iznāk melnbaltā drukā, taču tā pirmā lappuse ir krāsu drukā. "Druva" ir 8 – 12. lpp. apjomā, A3 formātā un vidējā tirāža ir 6000 eksemplāru, avīzes mazumtirdzniecības cena – Ls 0,32. "Druva" ir Latvijas Preses izdevēju asociācijas biedrs. Laikrakstā ietverti raksti par notikumiem pilsētās un pagastos, izglītību, ekonomiku, kultūras dzīvi, vidi, sportu, kā arī par citos novados notiekošo. Laikraksts atvēlējis vietu jauniešiem domātai lapai, kurā ir spēles, konkursi un jaunākai auditorijai interesējoši raksti.

Par laikraksta "Druva" pirmsteci uzskatāms Latvijas kompartijas Cēsu apriņķa komitejas izdevums "Cēsu Stars", kas izdots 1940. – 1962.g. "Cēsu Stars" iznācis reizi nedēļā, vēlāk, kopš 1945.g., divas reizes nedēļā divu līdz desmit lappušu apjomā 3500 eksemplāros. 1962.g. avīzes pārdēvēta par *Padomju Druva*, kas šādu nosaukumu saglabāja līdz 1990.gadam.⁹⁶ 1990.gadā, līdz ar neatkarības atgūšanu, laikraksts iegūst nosaukumu "Druva".

Pirms padomju varas institūciju izdevumu izplatīšanas Cēsu apriņķa iedzīvotājus ar jaunāko informāciju apgādājuši arī citi laikraksti – nedēļas laikraksts "Cēsu Ziņotājs" (1884. – 1909.), Cēsu apriņķa un pilsētas pašvaldības iestāžu izdotais nedēļas laikraksts "Cēsu Vēstnesis" (1919. – 1920.g., 1933. – 1940.g), Cēsu apriņķa varas iestāžu divreiz nedēļā izdotā "Cēsu Avīze" (1927. – 1934.), LSDSP nedēļas laikraksts "Cēsu Nedēļa" (1932. – 1934.)⁹⁷

⁹⁵ Ziemeļlatvija vēstures griežos. Sk. 2011.22.apr.: <http://www.ziemellatvija.lv/about/vesture.html>

⁹⁶ Flīgere, Ē., Paeglis, J. (1995). *Latviešu Periodika 1940. – 1945.* 4. sējums. Rīga: Zinātne. 41. lpp.

⁹⁷ Egle, K., Lūrina, V., Brempele, Ā., Jauģiets, V. (1977). *Latviešu periodika 1768. – 1919.* 1. sējums. Rīga: Zinātne. 82. – 84. lpp.

Laikrakstu papildina arī portāls *edruva.lv**, kurā iespējams lasīt laikrakstā ievietotos rakstus par pakalpojumu samaksājot vien 0,30 Ls, turklāt šis pakalpojuma risinājums ir visērtākais no visiem darbā apskatītajiem laikrakstiem. Portāla sadaļās ir lasāmi jaunākie notikumi Vidzemes novadā, Latvijā un pasaulē.

Laikraksts "Liesma"

"Liesmas" pastāv kopš 1940.gada, pēc Latvijas valsts neatkarības atjaunošanas 1991.gadā par laikraksta "Liesma" izdevēju kļūst "SIA Imanta info", kurā apvienojās 14 avīzes darbinieki. Laikraksts ziņo par jaunumiem Valmieras rajonā, Vidzemes novadā un Latvijā. Tas iznāk pilnkrāsu variantā, A3 formātā un 12 - 16 lappušu apjomā otrdienās, trešdienās, piektdienās un sestdienās. Katru piektdienu avīzē publicēta TV programma, reizi mēnesī to papildina pielikums "Valmierietis". "Liesma" vidējā tirāža ir 6000 eksemplāru un tā cena mazumtirdzniecībā – Ls 0,36. Laikraksts lasītājiem piedāvā informāciju par ekonomiku, lauksaimniecību, sportu, kultūru, izglītību, tajā atvēlēta vieta Vidzemes augstskolas studentu lapai un nevalstiskajām organizācijām.⁹⁸

"Liesma" dibināta 1940.gadā un tā bijusi Latvijas Komunistiskās partijas Valmieras apriņķa komitejas izdevums. No 1941. – 1944.g. "Liesma" netika izdota, jo Latvija nonāca vācu okupācijā, mainoties situācijai valstī laikraksts atsācis darbību. Līdz ar Liesmas izveidošanu tika slēgti citi Valmieras un blakus rajonu izdevumi – "Cēsu Vēstis" (1933. – 1940.), "Rūjienas Vēstnesis" (1931. – 1940.), "Smiltenes ziņas" un "Ziemeļlatvija". Laikraksts iznācis 2-28 lpp. apjomā, 6000-8000 eksemplāros. "Liesma" pārņēmusi līdz tam reģionā darbojušos izdevumu "Valmierietis" (1929. – 1940.).⁹⁹

Laikraksts "Valmierietis" sevi pozicionējis kā Ziemeļlatvijas laikrakstu vietējai dzīvei, tautsaimniecībai, zinātnei, literatūrai, mākslai un sportam. Laikraksts bijis 2 – 4 lappušu apjomā.¹⁰⁰ Avīze iznākusi 1600 – 2000 eksemplāros un bijusi viena no politizētākajiem provinces laikrakstiem. Laikrakstā iekļauti A. Berga, H. Celmiņa, A. Alberinga, E. Virzas raksti, kuros skaidroti vispārēji politiskie jautājumi. Tāpat iecienīti bija raksti par vēsturi, kas iepazīstināja lasītājus ar sendienās apriņķī notikušo. "Valmierietis" maz pievērsās ekonomisko jautājumu aprakstīšanai, tāpat arī literāro darbu publikācijas bija maz.¹⁰¹

⁹⁸ Informācija par uzņēmumu un laikrakstu. Sk.2011. 22.apr.: <http://www.eliesma.lv/node/9>

⁹⁹ Flīgere, Ē., Paeglis, J. (1995). *Latviešu Periodika 1940. – 1945.* 4. sējums 88. lpp.

* www.edruva.lv

¹⁰⁰ Turpat. 129. lpp.

¹⁰¹ Treijs, R. (1996). *Latvijas Republikas prese 1918. – 1940.* 342. – 333. lpp.

* www.eliesma.lv

Laikrakstam "Liesma" izveidots arī portāls *eliesma.lv**, kurā ir iespēja lasītājiem līdzdarboties tā satura veidošanā, augšupielādējot fotogrāfijas, komentējot un nosūtot ieteikumus, lasīt portālā esošo informāciju. Portāls piedāvā lasīt laikraksta saturu, par to iepriekš samaksājot. No visiem šajā pētījumā analizētajiem laikrakstiem, "Liesma" portāls saviem lasītājiem piedāvā visplašākās interaktīvās iespējas.

Laikraksts "Auseklis"

Laikrakstu "Auseklis" 1991.gadā nodibinājuši padomju varas iestāžu izdevuma "Progress" desmit redakcijas darbinieki. Kopš 1994.g. tā izdevējs ir SIA "Izdevniecība Auseklis" un laikraksts ir Latvijas Preses izdevēju asociācijas biedrs. Avīze ar jaunāko informāciju apgādā Alojās, Krimuldas, Limbažu un Salacgrīvas novada iedzīvotājus. "Auseklis" iznāk trīs reizes nedēļā – otrdienās, ceturtdienās un sestdienās, turklāt sestdienu numuros ietverta arī televīzijas programma. Laikraksta cena mazumtirdzniecībā ir Ls 0,28. Tas ir 8 – 12 lpp. apjomā, A3 formātā un vidējā tirāža ir 5500 eksemplāru. Avīze ir melnbaltā drukā un to nepapildina pielikumi. Laikraksts ziņo par jaunumiem pagastos, pilsētās un Latvijā, izglītību, vidi, veselību un dzīvesveidu, sportu. Regulārā rubrikā tiek ziņots par svarīgākajiem notikumiem citos Vidzemes novados un ietvertas dažādu nevalstisko organizāciju ziņas.

Laikrakstam ir izveidots portāls *auseklis.lv***, kurā lasāmi tikai atsevišķi laikraksta raksti, bet ir iespēja arī abonēt avīzes elektronisko versiju par vienu eksemplāru samaksājot 0,20 Ls. Portālā ietverta ziņu saturs ir izteikti lokāls, viedokļu sadaļā apskatīti arī nacionālas nozīmes jautājumi. Portāla lietotājiem tiek piedāvāts vienkāršots pakalpojums - lasīt nedaudzos rakstus un sludinājumus, un vienīgā iespēja līdzdarboties ir rakstu komentēšana, bet iespējams portāls tiks uzlabots, jo tas ir nesen izveidots.

Laikraksts "Auseklis" iznāca 1911.–1917.g. Limbažos reizi nedēļā un no 1914. g. 2 – 4 reizes nedēļā, kara laikā neregulāri. Tas bija sabiedriski politisks laikraksts. Vēlāk Limbažos iznācis cits laikraksts – "Limbažu Vēstnesis"(1928. – 1932.g., 1935. – 1940.g.)¹⁰² Avīze iznākusi reizi nedēļā, 4 lpp. apjomā un 500 – 4000 eksemplāros. "Limbažu Vēstnesis" bijis sabiedriski politisks un saimniecisks laikraksts.¹⁰³

Pēc PSRS okupācijas Latvijas Kompartijas Limbažu rajona komiteja un Limbažu rajona darbaļaužu deputātu padome no 1947. -1962. gadam izdeva avīzi "Padomju Zeme",

** www.auseklis.lv

¹⁰² Caune, M., Graudonis, J., Jaunsilnieks, A., Spārītis, O., Teikmanis, J. (1999.) *Enciklopēdija Latvijas pilsētas*. Rīga: Preses Nams. 288. lpp.

¹⁰³ Brempele, Ā., Flīgere, Ē., Ivbule, D., Lāce, L., Lazdiņa, M. (1988.) *Latviešu Periodika 1920. – 1940. 3. sējums 1. daļa*. 398.lpp.

kas iznākusi trīs reizes nedēļā.¹⁰⁴ 1962. gadā laikraksta darbība tika pārtraukta apvienojot Limbažu un Valmieras rajonus. Laikrakstu Limbažu rajonā atsāka izdot 1967. gadā rajonam atjaunojoties, bet tā izdevējs mainījās nosaukumu – ‘Progress’. Avīze izdota no 1967. – 1991.gadam trīs reizes nedēļā.¹⁰⁵ ‘1988.g. pēdējā - 31. decembra numurā - *Progresā* redakcijas kolektīvs pirmais Latvijā atteicās no obligātā saukļa *Visu zemju proletārieši, savienojieties!*, bet 1989.g. 23. decembrī savā galviņā ierakstīja - *Limbažu rajona laikraksts, tādējādi atsakoties no līdzšinējo izdevēju aizbildniecības.*’¹⁰⁶ 1991.g laikraksts pieņēmis pirms padomju okupācijas reģionā izdotā izdevuma nosaukumu ‘Auseklis’, kas bijis progresīvi demokrātisks sava laika laikraksts.

¹⁰⁴ Latvijas Enciklopēdiskā vārdnīca. Sk.2011. 22.apr.:

<http://www.letonika.lv/groups/default.aspx?r=1&q=padomju%20zeme&id=952784&g=1>

¹⁰⁵ Latvijas Enciklopēdiskā vārdnīca. Sk.2011. 22.apr.:

<http://www.letonika.lv/groups/default.aspx?r=1&q=padomju%20zeme&id=952784&g=1>

¹⁰⁶ Vēsture. Sk. 2011. 22.apr.: <http://www.auseklis.lv/?cat=526>

4. PĒTĪJUMA METODOLOĢIJA

4.1. Kontentanalīze

Kontentanalīze kā pētniecības metode tika izmantota, lai izpētītu reģionālo laikrakstu dienas kārtības veidošanu. Šī pētniecības metode izmantojama, lai izmantojot laikrakstu tekstu, atklātu tajā dominējošo, kas ļautu izdarīt secinājumus par dienas kārtības veidošanu.

Teorētiķi Anders Hansens Simons Kotls, Ralfs Negrins un Kris Nūvbolds (*Anders Hansen, Simon Cottle, Ralph Negrime, Chris Newbold*) savā teorijā spriež, ka "kontentanalīze ir fleksibla pētniecības metode, ar kuru iespējams analizēt lielus teksta apjomus. Kontentanalīzes rezultātu interpretācijai ir nepieciešams papildus izmantot kādu citu pētniecības metodi, jo iegūtie rezultāti kontentanalīzē nav interpretējami bez papildus datiem, kas palīdz izskaidrot, kāpēc mediju saturs veidots tieši tāds."¹⁰⁷

Pētnieks Kripendorfs (*Kripendorf*) kontentanalīzi definē kā "pētniecības tehniku, kas pēta laikraksta saturu pēc iegūtajiem raksturīgākajiem datiem."¹⁰⁸ Analizējot raksturīgākās teksta pazīmes ir iespējams izdarīt secinājumus par satura veidošanos un saistīt tos ar citiem uzzīņu avotiem, piemēram, akadēmiskajām teorijām vai papildus pētniecības metodēs iegūtajiem datiem.

Līdzīgu teoriju izvirza arī teorētiķi Stons, Dunpijs, Smits un Ogilvijs (*Stone, Dunphy, Smith, Ogilvie*), kuri apgalvo, ka "kontentanalīze ir pētniecības tehnika, kuru izmanto ar mērķi izdarīt secinājumus par sistemātiski un objektīvi identificētām specifiskām un raksturīgākajām pazīmēm tekstā."¹⁰⁹ Teorētiķis Gvido H. Stempels (*Guido H. Stempel*) atzīst, ka ar analīzes sistemātiskumu ir jāsaprot, ka "pētniekam jāanalīzē viss vajadzīgais saturs, pēc skaidri izveidotas kontentanalīzes tabulas, kura pielāgota pētāmajam tekstam. Turklāt satura analīzei jābūt tādai, lai tā atbildētu uz pētījuma jautājumu vai hipotēzi."¹¹⁰

Lielbritānijas mediju pētnieki Hansens, Kotls un Negrins (*Hansen, Cottle, Negrine*) uzskata, ka "kontentanalīzes pētniecības metode palīdz noteikt atsevišķus aspektus tekstā, iegūstot datus par biežākajām sakrītībām, raksturīgāko un sastopamajām īpašībām."¹¹¹

Rodžers D. Vimmers un Jozzefs R. Dominiks (*Roger D. Wimmer, Joseph R. Dominick*) atzīst, ka "kontentanalīze ir sistemātiska un objektīva pētniecības metode.

¹⁰⁷ Hansen, A., Cottle, S., Negrine, R., Newbold, C. (2005). *Mass Communication Research Methods*. London: Palgrave Macmillan. P. 123.

¹⁰⁸ Wimmer, R., D., Dominick, J., R. (2006). *Mass media Research. An Introduction*. 8th Edition. Boston: Wadsworth. P. 151.

¹⁰⁹ Neuendorf, K., A. (2002). *The Content Analysis. Guidebook*. London: SAGE Publication. P. 10.

¹¹⁰ Stempel, G., H. (2003). Content Analysis. In: *Mass Communication Research and Theory*. New York: Pearson Education. P. 210.

¹¹¹ Hansen, A., Cottle, S., Negrine, R., Newbold, C. (2005). *Mass communication research methods*. P. 95.

Kontentalīze ir sistemātiska, kas nozīmē, ka analizējamais saturs tiek atlasīts un apstrādāts pēc skaidriem un nepārkāpjamiem noteikumiem. Viss pētījumam nepieciešamais saturs ir jāapstrādā un jāanalīzē vienādi, ievērojot vienu kodēšanas un analīzes procedūru. Kontentalīze ir objektīva, kas nozīmē, ka pētnieka personīgās rakstura iezīmes un attieksme nedrīkst ietekmēt pētniecības rezultātus.¹¹²

Kontentalīzes pētniecības metodes pieejas var būt kvantitatīvas un kvalitatīvas. Izvēlēta pieeja ir atkarīga no pētniecības mērķa. Teorētiski Hansens, Kotls un Negrins skaidro, ka kvalitatīvā kontentalīze ir vairāk tekstuālu nozīmju sīka analizēšana, turklāt pētniecības procesam ir formulēti skaidri noteikumi un procedūras, kas sastāv no sešiem soļiem:

1. definē pētījuma problēmu,
2. atlasa mediju materiālu,
3. definē analītiskās kategorijas,
4. izveido kodēšanas tabulu,
5. izmēģina tabulu un pārbauda tās atbilstību,
6. datu sagatavošana un analīze.¹¹³

Teorētiski Valizers un Vīners uzskata, ka ‘‘kontentalīzes tabulas kategorijām ir jābūt skaidri formulētām, lai iegūtie dati būtu pēc iespējas pilnīgāki un precīzāki Pētniecības procesā kategorizētās tabulas izveidošana ir viens no smalkākajiem un arī svarīgākajiem procesiem. Pētot drukāto saturu analīzes vienība var būt atsevišķi vārdi, simboli, tēmas vai virsraksti.¹¹⁴

Gvido H. Stempels savā teorijā atzīst, ka ‘‘kontentalīzes kategorijām jābūt piemērotām pētījuma mērķim, realizējamām pētījuma ietvaros un funkcionālām, kas nozīmē, tām jāpalīdz nonākt līdz vērtīgiem secinājumiem par dažādiem mediju procesiem.¹¹⁵

Kontentalīze ir pētniecības metode, kas ļauj uzzināt vērtīgus datus par laikraksta satura veidošanos, taču, lai šo informāciju varētu nekļūdīgi interpretēt, nepieciešams izmantot arī papildus pētniecības metodes.

¹¹² Wimmer, R., D., Dominick, J., R. (2006). *Mass media Research. An Introduction*. 8th Edition. P. 151.

¹¹³ Hansen, A., Cottle, S., Negrine, R., Newbold, C. (2005). *Mass communication research methods*. P. 95 – 96.

¹¹⁴ Wimmer, R., D., Dominick, J., R. (2006). *Mass media Research. An Introduction*. 8th Edition. P. 155 – 158.

¹¹⁵ Stempel, G., H. (2003). *Content Analysis*. P. 212.

4.2. Daļēji strukturētā intervija

Strukturētā intervija akadēmiķu teorijās ir raksturota kā sarežģīta pētniecības tehnika, tās laiktelpīguma un realizācijas veida dēļ. Tomēr šāda metode ir noderīga, jo tā ir iespēja iegūt kvalitatīvu informāciju, kas būtiski atvieglo pētāmās problēmas izpratni.

Teorētiķis Ranjits Kumars (*Ranjit Kumar*) apgalvo, ka ‘strukturētā intervijā pētnieks intervē sarunas partneri pēc iepriekš noteiktiem jautājumiem, katrā intervijā izmantojot tos pašus vārdus un jautājumu kārtību. Intervijas mērķis ir iegūt datus un tās galvenā priekšrocība ir iespēja saņemt datu apstiprinājumu no konkrētās jomas profesionāļiem, kas ļauj izdarīt secinājumus un salīdzinājumus.’¹¹⁶

Teorētiķi Hansens, Kotls, Negrins un Nūvbolds atzīst, ka ‘strukturētā intervijā pētnieks uzņemas kontroli pār jautājumu izklāstu kārtību, taču intervijas mērķis ir iegūt izpētei nepieciešamo informāciju. Intervijā var tikt izmantoti vizuāli līdzekļi – diagrammas, dokumenti u.c., lai atvieglotu intervējamam atbildi uz sarežģītākiem jautājumiem. Turklāt intervijas rezultāts ir kvalitatīvāks, ja intervija notiek klātienē sarunas veidā.’¹¹⁷

Pētnieki Herberts Rubins un Irēna Rubina (*Herbert Rubin, Irene Rubin*) atzīst, ka ‘intervija ir strukturēta saruna, kurā ir pamatjautājumi, papildus un *dziļāki* jautājumi. Pamatjautājumi pārbauda vai pētniecības lauks tiek aptverts pilnībā, papildus jautājumi noder, lai iegūtu paskaidrojošu informāciju un *padziļinošie* jautājumi palīdz vadīt sarunu, noskaidrot detaļas un nianšes.’¹¹⁸

Akadēmiskajās teorijās stingri noteikts, kā jāvada strukturētā intervija, lai tās rezultāti būtu pētījumam vērtīgi un pēc iespējas korektāki. Teorētiķi Normans K. Denzins un Ivonna S. Linkolna (*Norman K. Denzin, Yvonna S. Lincoln*) uzskata, ka ‘intervētājam ir jāpaliek neitrālā pozīcijā, neizpaužot savus uzskatus, nepalīdzot interpretēt jautājumus, nenovirzoties no sarunas tēmas un neimprovizējot ar intervijai sagatavotajiem jautājumiem.’¹¹⁹ Pētnieki atzīst, ka iepriekš noteiktie intervijas jautājumi ir būtiski, lai intervētājs pamanītu sarunas dalībnieka mēģinājumus slēpt informāciju. Kā arī prasme izprast katra cilvēka individualitāti un ietekmi ir svarīga intervēšanas procesā.

S. Kvāle (*Steinar Kvale*) atzīst, ka intervijā spēku samērs starp intervētāju un intervējamo ir asimetrisks – intervētājs nosaka situācijas attīstību, sarunas virzību, kas ir

¹¹⁶ Kumar, R. (2005). *Research methodology. A step-by-step Guide for beginners*. London: SAGE Publication. P.126.

¹¹⁷ Hansen, A., Cottle, S., Negrine, R., Newbold, C. (2005). *Mass communication research methods*. P. 70.

¹¹⁸ Rubin, H., J., Rubin, I. (2005). *Qualitative Interviewing. The Art of Hearing Data*. 2nd Edition. London: SAGE Publication. P. 129.

¹¹⁹ Denzin, N., K., Lincoln, Y., S. (1994). *Handbook of Qualitative Research*. London: Sage Publication. P. 364.

svarīgi, lai intervējamais nevarētu novērst sarunas partnera uzmanību no svarīgu faktu noklusēšanas.¹²⁰

Teorētiķis Roberts E. Staks (*Robert E. Stake*) atzīst, ka intervijas tiek lietotas ar mērķi, pirmkārt, iegūt unikālu informāciju vai interpretāciju, otrkārt, iegūt vairāku personu viedokļus, treškārt, uzzināt vairāk par pētāmo problēmu, ko intervētājs nevar novērot pats.¹²¹

Pētnieks Kvāls atzīst, ka vācot datus pētījumam ar intervijas metodi noderīga var būt arī intervētās personas lietoto žestu, mīmikas, emocionālās noskaņas interpretācija.¹²² Šādas zīmes pasaka dažreiz daudz vairāk nekā vārdi, ir noprotams zemteksts, attieksme un dažkārt pat nepateiktais.

Darbā strukturētā intervija izmantota, lai noskaidrotu Vidzemē lielāko lokālo laikrakstu redaktoru viedokļus un pieredzi laikraksta dienaskārtības veidošanā, noskaidrotu kā tā tiek veidota, kādas prioritātes tiek izvirzītas redakcijā un kā notiek rakstu tematu atlase praktiski. Strukturētās intervijas rezultāti nodrošinās ar papildus faktiem, kas ļaus precīzāk interpretēt kontentanalīzē iegūtos datus un veidot kvalitatīvu ilustratīvu piemēru par Latvijas mediju vidi lokālo laikrakstu jomā.

¹²⁰ Kvale, S. (1996). *InterViews. An Introduction to Qualitative Research Interviewing*. London: SAGE Publication. P. 125.

¹²¹ Stake, R., E. (2010). *Qualitative Research. Studying how things work*. London: The Guildford press. P. 95.

¹²² Kvale, S. (1996). *InterViews. An Introduction to Qualitative Research Interviewing*. P. 132.

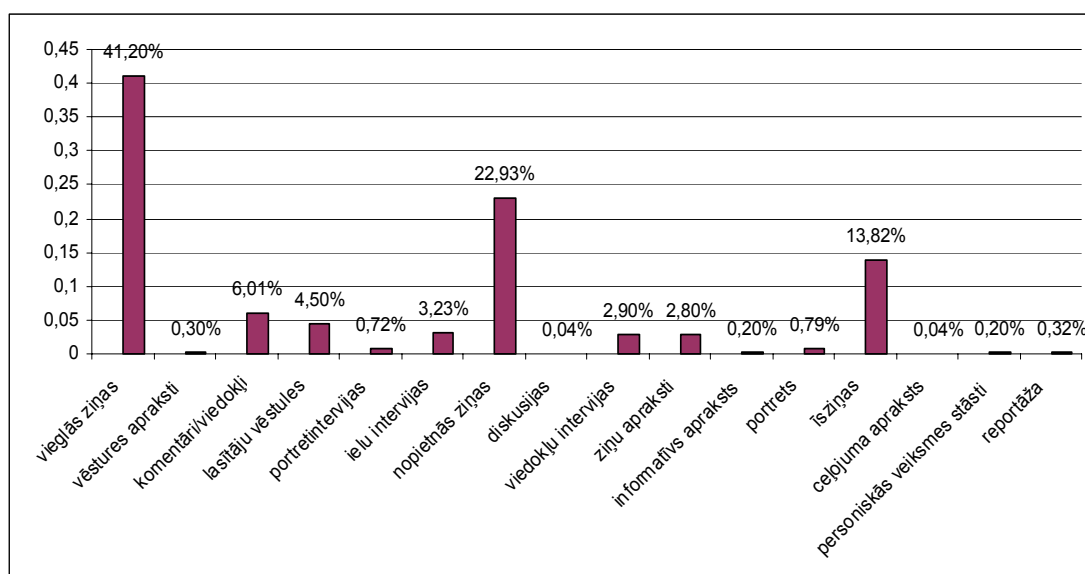
5. EMPĪRISKĀ DAĻA

Kontentanalīzē tika analizēti Vidzemes novadā lielākie lokālie laikraksti „Liesma”, „Ziemeļvidzeme”, „Druva” un „Auseklis” laika periodā no 2010. gada 1. oktobra līdz 2011. gada 31. martam, lai noskaidrotu, kā tiek veidota lokālo laikrakstu dienaskārtība.

Kontentanalīzes kategorijas izveidotas tā, lai būtu iespējams noskaidrot, kāds ir lokālo laikrakstu saturs; kas ir publikāciju avoti, intervētās personas un autori, kā arī kāds ir raksta mērogs – lokāls, nacionāls vai globāls. Dažas kontentanalīzes kategorijas nepieciešams paskaidrot, lai būtu nepārprotama to nozīme – organizācijas/sabiedrības grupas – nevalstiskās organizācijas, dažādas biedrības, aktīvistu kustības, sabiedrības pārstāvju grupas. Eksperti/profesiju pārstāvji – dažādās jomās strādājošie, kuru viedoklis laikrakstā publicēts saistībā ar profesiju. Oficiālie avoti/uzņēmumu pārstāvji – valsts iestāžu un privātfirmu pārstāvji, kuru pozicionējums laikrakstā ir saistībā ar ieņemto amatu. Rakstu tematikas klasifikācijā ietverti saimnieciski jautājumi/infrastruktūra, ar ko domāts dažādi praktiskas dabas problēmu apraksti, piemēram, ēku renovācija, ceļu remonts, apkure utt.

5.1. Laikraksta ‘Liesma’ kontentanalīzes rezultāti

Kā redzams 5.1.1. attēlā, laikrakstā ‘Liesma’ dominē vieglāka rakstura ziņas (*soft news*), kas aizņem 41,2 % no laikraksta satura. Tām seko nopietna rakstura ziņas (*hard news*) – 22,93% un īsziņas – 13,82%. Laikrakstā tiek ietverti arī komentāri un viedokļi – 6,01%, kā arī viedokļu intervijas – 2,9% un ziņu apraksti – 2,8%. ‘Liesmā’ tiek publicētas lasītāju vēstules, kas sastāda 4,5% no kopējā satura.



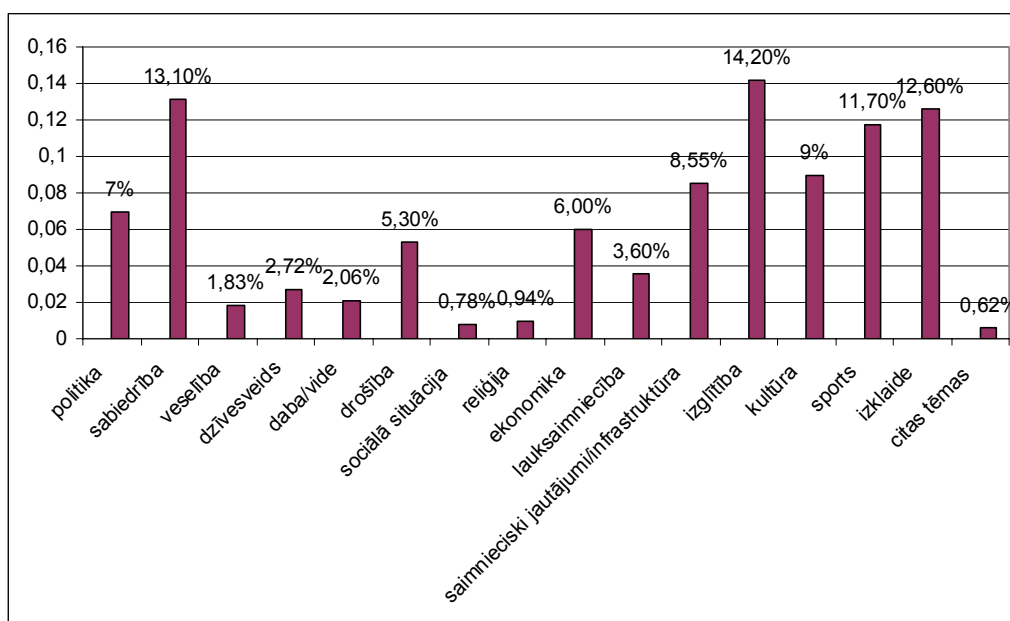
5.1.1. attēls Laikraksta ‘Liesma’ saturs

Sprīžot pēc rakstu saturā atrodamās informācijas, ‘‘Liesma’’ publikāciju avoti ir paši žurnālisti, kas ierosina 67,05% rakstu tematus (sk.1.pielikumu, 1.att.). Sastopami arī citi publikāciju avoti – izglītības darbinieki – 7.6%, oficiālie avoti – 7.07% un organizāciju un sabiedrības grupu pārstāvji, kas ierosinājuši 4.39% publikāciju. Sabiedrisko attiecību materiāls kā avots izmantots 3,6 % publikācijās.

Visbiežāk intervēti (sk.1.pielikumu, 2.att.) ir tautas pārstāvji – 44,86%, kam seko uzņēmumu pārstāvji – 11,83%, eksperti un profesiju pārstāvji – 11,81%, izglītības darbinieki – 9,53% un kultūras darbinieki – 7,92%. Intervēto personu lokā ir arī valsts iestāžu pārstāvji – 5,33%, deputāti un politiķi - 4,83%. Intervēto tautas pārstāvju pārsvars skaidrojams ar to, ka katrā avīzes numurā ietverta vismaz viena ielu intervija.

Laikraksta publikāciju autori (sk.1.pielikumu, 3.attēlu) visbiežāk ir žurnālisti – 60%, taču 16% publikāciju nav autora paraksta. Pašvaldību un iestāžu darbinieki sagatavojuši 5,48% rakstus, tiem seko lasītāju parakstītas publikācijas – 5% un izglītības darbinieku publikācijas – 4.9%. Taču 3% publikāciju parakstījuši organizāciju un sabiedrības grupu pārstāvji. Tātad avīzē tiek iekļauts dažādu sabiedrības pārstāvju viedoklis, tādā veidā dodot lasītājiem iespēju uzzināt par dažādiem procesiem un notikumiem no cita skatupunkta.

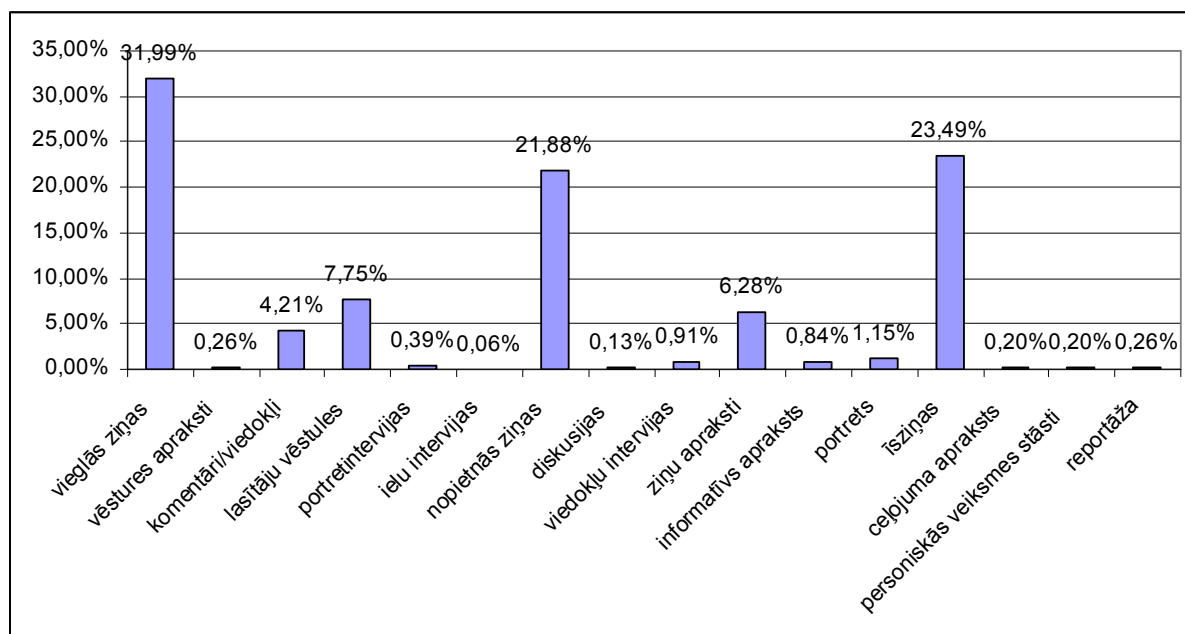
Laikrakstā dominē lokāla mēroga tematika un tajā tiek pievērsta uzmanība izglītības tematam – 14,2%, sabiedrībai – 13,1%, izklaidei – 12,6%, sportam – 11,7% un kultūrai – 9%, kā arī saimnieciskas dabas jautājumiem – 8.55%. Visai maz tiek atspoguļoti politiski temati – 7% un ekonomika – 6%. Laikraksta saturā atrodami raksti par drošības tematiku – 5.3%, kam seko raksti par dzīvesveidu – 2.72% , dabu un vidi – 2,06%.



5.1.2. attēls Lokāla mēroga tematika laikrakstā ‘‘Liesma’’

5.2. Laikraksta "Druva" kontentanalīzes rezultāti

Kā redzams 5.1.2. attēlā laikrakstā dominē vieglāka rakstura ziņas (*soft news*) – 31,99%, tām seko īsziņas – 23,49%, nopietnās ziņas (*hard news*) – 21,88%, lasītāju vēstules – 7,78%, ziņu apraksti – 6,28%, kā arī komentāri un viedokļi – 4,21%.



5.2.1. attēls Laikraksta "Druva" saturs

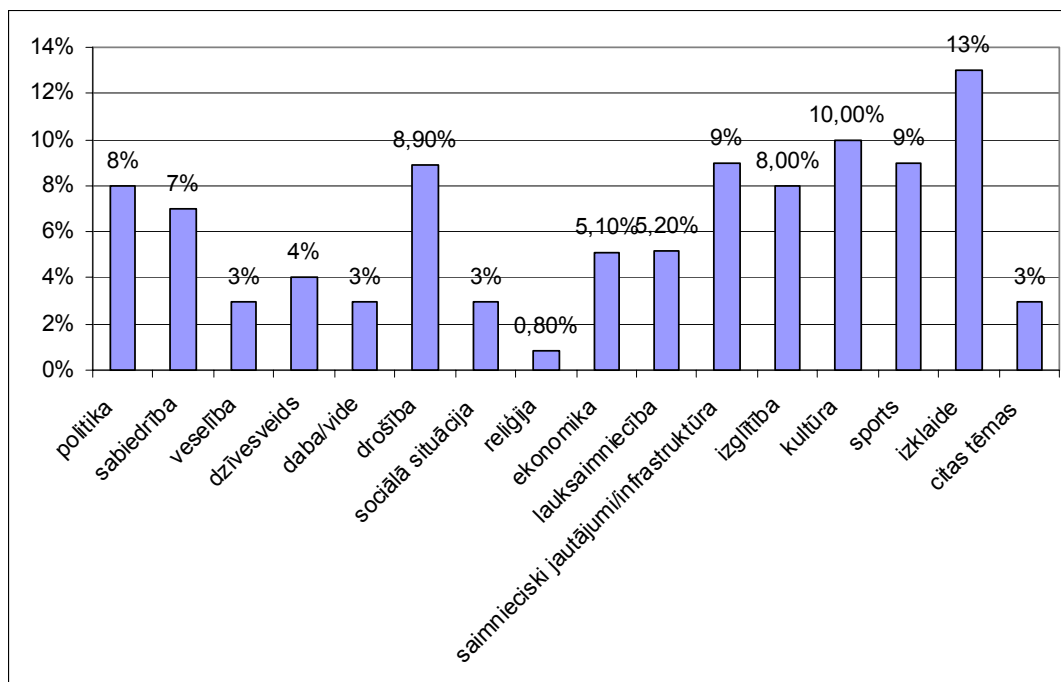
Visbiežāk publikāciju avoti (sk. 2.pielikumu, 1.att.) ir žurnālisti – 81,24%, tiem seko lasītāji – 10,72%, citu mediju materiāls – 2,8% un glābšanas dienesti, policija – 2,6%. Nedaudzu publikāciju avoti ir arī izglītības darbinieki – 0,8%, oficiālie avoti – 0,52%. Tātad laikraksta dienaskārtības veidošanā tiek iekļauta dažādu avotu sniegtā informācija. Otrais lielākais īpatsvars ir lasītāju ierosinātiem rakstiem, jo laikraksta saturā vērojams, ka rakstos tiek risinātas sabiedrībā valdošās problēmas.

Galvenokārt intervēto personu statusā (sk. 2.pielikumu 2.att.) ir tautas pārstāvji – 25,20%, valsts iestāžu pārstāvji – 16,50%, uzņēmumu pārstāvji – 14,50%, kā arī deputāti un politiķi – 12,44%. Intervēti arī eksperti un profesiju pārstāvji – 10,30%, izglītības darbinieki – 7,50%.

Visbiežāk publikāciju autori (sk. 2. pielikuma 3.att.) ir laikraksta darbinieki – 63,92%, taču 15% publikāciju nav autora paraksta, kā arī 7,82% publikācijas ir parakstījuši lasītāji. Pašvaldību un iestāžu darbinieki bijuši autori 3,00% publikācijām un ar pseidonīmu parakstītas 3% publikācijas.

Laikrakstā dominē raksti par lokāla mēroga tematiem (sk. 5.2.2. att.) galvenokārt sastopama izklaidējoša informācija – 13%, kultūras temati – 10%, sports – 9%, saimnieciski

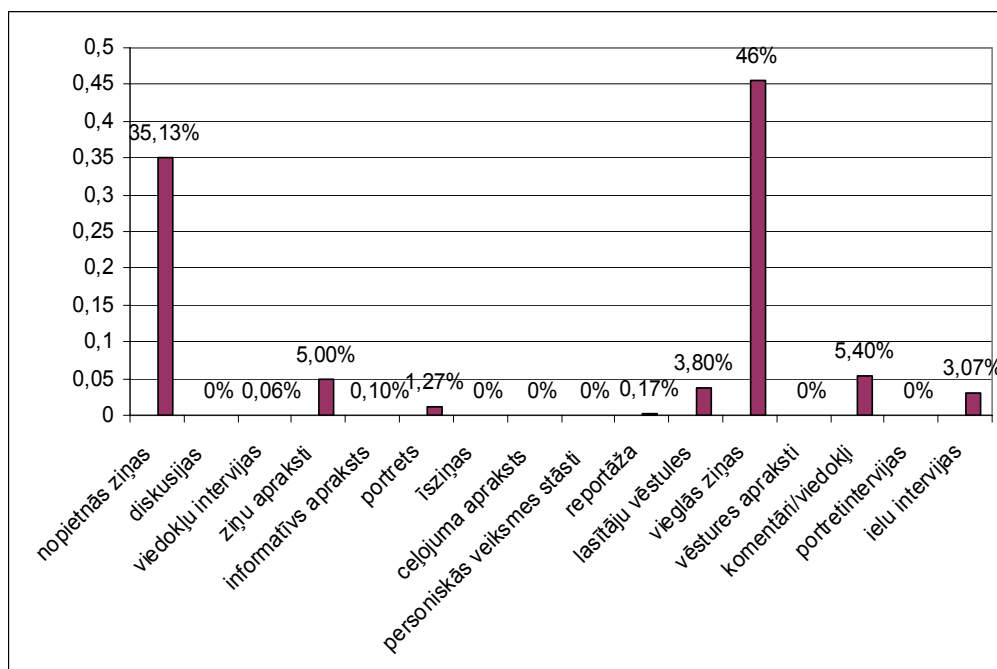
jautājumi/infrastruktūra 9% un drošību – 8,9% Laikrakstā sastopami raksti par politiku – 8%, izglītību – 8% un sabiedrību – 7%. Visai svarīgs lokāla mēroga temats ir lauksaimniecība – 5,2% un ekonomika – 5,10%.



5.2.2. attēls Lokāla mēroga tematika laikrakstā “Druva”

5.3. Laikraksts ‘‘Ziemeļlatvija’’ kontentanalīzes rezultāti

Laikrakstā pārsvarā atrodamas vieglāka rakstura ziņas (*soft news*) – 46%, nopietnās ziņas – 35,15%. Nedaudz arī komentāri un viedokļi – 5,4%, kā arī ziņu apraksti – 5%, kam seko lasītāju vēstules – 3,8%



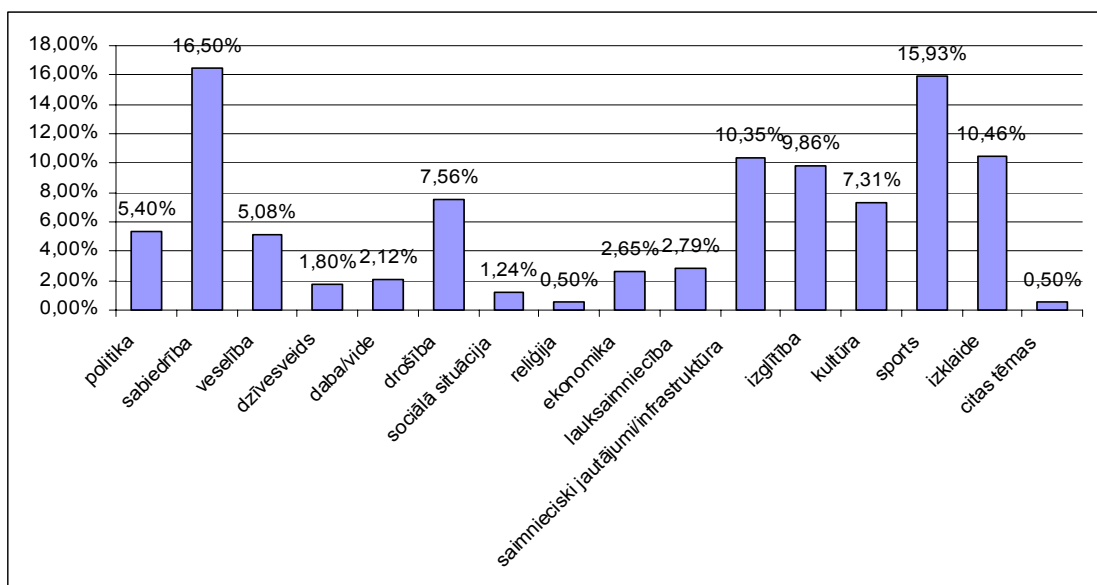
5.3.1. attēls Laikraksta ‘‘Ziemeļlatvija’’ saturs

Spriežot pēc saturā atrodamās informācijas, publikāciju avoti (sk. 3. pielikumu 1.att.) pārsvarā ir žurnālisti – 91,66%, kam seko lasītāju ierosinātas publikācijas – 6,18%, un tikai nedaudz publikācijām kā avots izmantoti sabiedrisko attiecību materiāli – 0,84% un oficiālie avoti – 0,72%.

Laikrakstā ‘‘Ziemeļlatvija’’ visbiežāk intervēto personu lokā visbiežāk nonākuši tautas pārstāvji – 31,30%, valsts iestāžu pārstāvji – 15%, eksperti un profesiju pārstāvji – 11,50%, izglītības darbinieki – 10%, deputāti un politiķi – 9,50%. Intervēti arī kultūras pārstāvji – 7,50%, uzņēmumu pārstāvji – 6,70% (sk.3.pielikumu, 2.att.)

Galvenokārt publikāciju autori (sk.3.pielikumu, 3.att.) ir laikraksta darbinieki – 92,24%, nedaudzu publikāciju autori ir lasītāji – 3,96% un 2,10% publikāciju ir bez autora paraksta, pseidonīms izmantots 0,82% publikāciju.

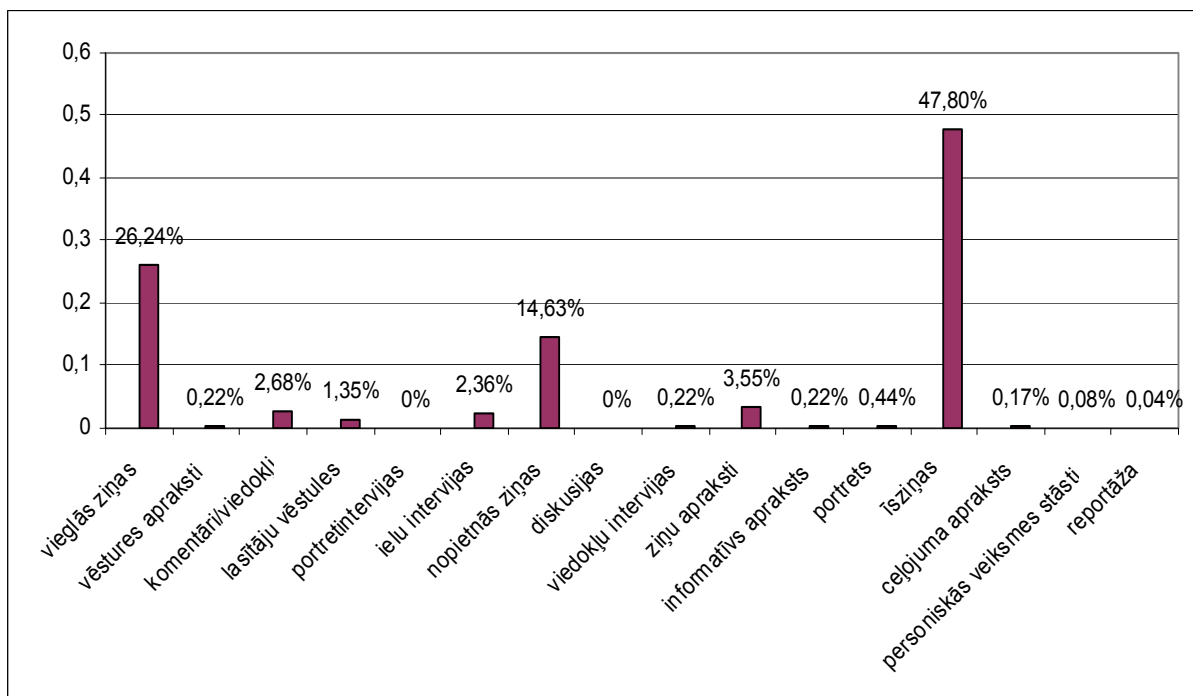
Laikrakstā dominē (sk. 5.3.2.att.) raksti par sportu – 15,93%, sabiedrību – 10,50%, izklaidei domāti – 10,46%, saimnieciskiem jautājumiem un infrastruktūru – 10,35% un izglītību – 9,86%. Laikrakstā sastopami raksti arī par drošību – 7,56%, kultūru – 7,31%, politiku – 5,40% un veselību – 5,08%.



5.3.2. attēls Lokāla mēroga rakstu tematika laikrakstā “Ziemeļlatvija”

5.4. Laikraksta “Auseklis” kontentanalīzes rezultāti

Laikrakstā “Auseklis” ir liels īsziņu īpatsvars – 47,80%, tām seko vieglās ziņas (*soft news*) – 26,24%, nopietnās ziņas (*hard news*) – 14,63%, ziņu apraksti – 3,55%, komentāri un viedokļi – 2,68%.



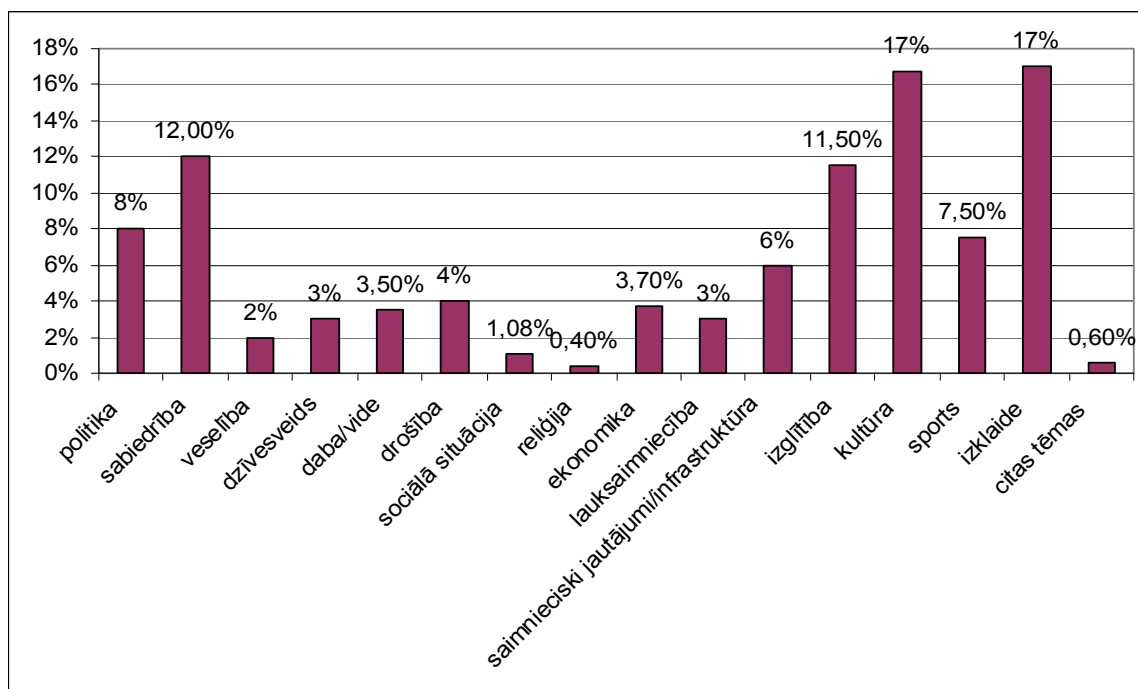
5.4.1. attēls Laikraksta “Auseklis” saturs

Lielākoties publikāciju avoti (sk. 4.pielikumu, 1.att.) ir žurnālisti – 48,73%, tiem seko citu mediju materiāls – 22,44%, sabiedrisko attiecību materiāls – 13,50% un laikraksta lasītāji – 5,45%.

Intervēto personu statusā pārsvarā ir tautas pārstāvji – 31,3%, deputāti un politiķi – 14,60%, valsts iestāžu darbinieki – 12,40%, eksperti un profesiju pārstāvji – 9,50%, kultūras darbinieki – 9,20%, izglītības darbinieki – 9,09% un uzņēmumu pārstāvji- 9% (sk. 4.pielikumu, 2.att.)

Visbiežāk publikāciju autori ir laikraksta darbinieki – 66,50%, taču raksti bez autora paraksta ir visai daudz – 24,10%, tiem seko sabiedrisko attiecību speciālisti – 2,10%, izglītības darbinieki – 1,95% un lasītāji – 1,85%. (sk.4.pielikumu, 3.att.)

Laikrakstā ‘‘Auseklis’’ lokāla mēroga rakstu tematika ir kultūra – 17%, izklaide – 17%, sabiedrība – 12%, izglītība – 11,50%, politika – 8%, sports – 7,50%, saimnieciski jautājumi un infrastruktūra – 6%, kā arī drošība – 4%.



5.4.2. attēls Lokāla mēroga tematika laikrakstā ‘‘Auseklis’’

Kontentanalīzē tika sasniegts bakalaura darba mērķis – uzzināt, kā tiek veidota lokālo laikrakstu dienaskārtība. Kopumā var secināt, ka lokālo laikrakstu dienaskārtības veidošanās notiek pēc līdzīgiem principiem, ko pierāda dominējošās tēmas un rakstu žanru izvēle laikrakstos. Tāpat līdzīgas iezīmes vērojamas intervēto personu izvēlē, avotu un rakstu autoru ziņā. Jāsecina, ka katrā no laikrakstiem ir zināmas atšķirības, izvirzīto prioritāšu ziņā, bet tas skaidrojams ar to, ka arī redakcionālajās nostājās pastāv atšķirības.

5.5. Daļēji Strukturēto interviju rezultāti

Lai izprastu, kā notiek lokālo laikrakstu dienaskārtības veidošanās, svarīgi ir arī apzināt to veidotāju viedokļus un izpratni par žurnālistu uzdevumiem, atbildību un lietoto praksi. Strukturēto interviju rezultātā gūtā informācija palīdz interpretēt kontentanalīzē iegūtos datus un izprast lokālo laikrakstu dienaskārtības veidošanās specifiku.

Tika intervēti laikraksta "Liesma" redaktore Antra Lāce un žurnālists Dzintrs Močs, "Ziemeļlatvija" redaktore Ingūna Johansone un žurnāliste Inga Karpova, "Druva" redaktore Andra Gaņģe un žurnāliste Māra Majore – Līne, un "Auseklis" redaktore Regīna Tamane un žurnāliste Laila Paegle.

Daļēji strukturēto interviju jautājumi tika izveidoti atbilstoši nepieciešamībai iegūtu paskaidrojošu informāciju par kontentanalīzē novērotajām tendencēm. Intervijās tika jautāts par lasītāju vēlmju un vajadzību nozīmi; kādas tēmas ir lasītājiem vissvarīgākās; kādi ir pamatkritēriji veidojot laikrakstu saturu; kādas organizācijas un sabiedrības grupas vēlas publicēties; kā tiek izmantoti sabiedrisko attiecību un ziņu aģentūru materiāli; kāda loma ir reklāmdevējiem un vietējai varai; kā tiek veidotas īsziņas un ziņas par blakus novadiem, kā arī ko nozīmē ERAF logo pie atsevišķiem rakstiem un vai tie ir apmaksāti. Žurnālistiem papildus tika jautāts vai ir nācies izjust kādu spiedienu, ar mērķi ietekmēt publikāciju saturu, un cik liela ietekme ir žurnālistu personīgajām interesēm rakstu tematu atlasē.

Spriežot pēc interviju rezultātiem, laikrakstu redakcijās labprāt uzklausa lasītāju problēmas un viedokļus, un tie tiek darīti zināmi lasītājiem zvanot, rakstot, komentējot portālā un ienākot redakcijā. Kā atzina laikrakstu redaktori un žurnālisti, satura veidošana ir atkarīga no sabiedrībā notiekošā, kā arī lasītāju uzticētā problēma var kļūt par raksta tematu. Laikraksta "Auseklis" redaktore Regīna Tamane paskaidroja: : Meklējam atbildes uz jautājumiem, kas cilvēkus interesē, rakstām par problēmām. Labprāt saņemtu vēl vairāk ierosmes rakstiem." Lasītāju interešu nozīmi lokālo laikrakstu dienaskārtības veidošanā apstiprina arī "Ziemeļlatvijas žurnālistes I. Karpovas paustais: "Portālā lasītāju komentāri un forums parāda, kas cilvēkiem šķiet saistošs un par to arī rakstām. Pirms gatavot kādu rakstu, izmantoju iespēju portālā ievietot aptauju, rezultāti lieliski parāda, kā žurnālistam rakstu veidot, kur ir problēma. Tāpat arī sekojot līdzi notikumiem portāla forumā, var atrast labus materiālus."

Intervijās apstiprinājās, ka lokālo laikrakstu darbinieku uzskati par auditorijai svarīgākajām tēmām ir līdzīgi. Aptaujātie atzina, ka svarīga informācija ir par notiekošo pašvaldībās, dažādiem sabiedrībai nozīmīgiem procesiem, piemēram, izglītības reforma.

Galvenokārt, tās ir tēmas par notiekošo apkārtnē, kas tieši spēj ietekmēt lasītāju dzīves kvalitāti un sadzīviska rakstura jautājumi, piemēram, komunālā māju apsaimniekošana un apkure. "Liesma" žurnālists Dz. Močs atzina, ka „ir vērojams cikliskums – ja tuvojās vēlēšanas, galvenā ir politika. Bet ikdienā tās ir sadzīves problēmas, ikdienišķas lietas.”

Veidojot laikraksta dienaskārtību, galvenais ziņu atlasē kritērijs ir informācijas saistība ar konkrēto reģionu. "Liesmas" redaktore A. Lāce atzīst, ka „izvērtējot rakstu tematus jāņem vērā vai tas interesēs pietiekami daudz lasītājus, ziņas aktualitāte, lokālais raksturs un raksta kvalitāte. Svarīga ir arī operativitāte, cik tas ir iespējams.” "Ziemeļlatvija" redaktore I. Johansone uzskata, ka svarīgi ir ievērot neitralitāti, objektivitāti un piedāvāt viedokļu daudzveidību. Līdzīgu viedokli pauž arī pārējie intervētie. Tātad lokālo laikrakstu veidotāju izpratne par laikraksta dienaskārtības veidošanu ir atbilstoša, lai laikrakstus varētu uzskatīt kā vietējās varas demokrātijas un taisnīguma uzraudzītājus. Iespējams ar to var arī izskaidrot lasītāju uzticību, ko laikraksta darbinieki novērtēja kā ļoti labu.

Jautāti par žurnālistu personīgo interešu un hobiju ietekmi tematu atlasē procesā, gan žurnālisti, gan redaktori atzina, ka pamatā katram žurnālistam ir noteikta joma, par kuru tiek gatavotas publikācijas. Taču, gatavojot izklaidējošus materiālus, žurnālists izvēlas rakstīt par sev tīkamu tematu. Kā tika novērots veicot kontentanalīzi, katrā laikrakstā ir cita izklaidējoša tematika – medniecība un maksšķerēšana laikrakstā "Druva", sports laikrakstos "Liesma" un "Ziemeļlatvija", vide laikrakstā "Auseklis".

Intervijās redaktori atzina, ka sabiedriskās organizācijas ir ļoti aktīvas un vēlas savu viedokli paust laikrakstā, tāpat aktīvi ir izglītības darbinieki un politiskās partijas priekšvēlēšanu laikā. "Druvas" redaktore A. Gaņģe paskaidroja, ka laikraksta dienaskārtībā vēlas iekļūt "sākot no Saeimas politiķiem un valsts pārvaldes amatpersonām līdz skolēniem. Galvenais atlasē kritērijs – sabiedriskais nozīmīgums un aktualitāte, interesantums. Nākamais – notikuma vai problēmas sasaiste ar mūsu reģionu." Tātad, balstoties uz informācijas atlasē, laikrakstā tiek iekļauti tikai nozīmīgākie notikumi. Savukārt "Auseklis" redaktore R. Tamane atzina, ka laikrakstā tiek publicēta gandrīz visa informācija, ko iesūta dažādi sabiedrības pārstāvji. Tātad ir vērojamas redakcionālo nostāju atšķirības, kas ietekmē ziņu atlasē un dienaskārtības veidošanos.

Sarunās ar laikrakstu darbiniekiem noskaidrots, ka sabiedrisko attiecību materiāli izmantoti pārsvarā kā informatīva bāze rakstu tematu tapšanai. Noskaidrots, ka žurnālistu darbu atvieglo preses relīzes, jo tās satur nepieciešamo pamatinformāciju, piemēram, par pasākuma ideju, norisi un dalībniekiem. Taču sarunā ar laikraksta "Liesmas" redaktori A. Lāci tika gūts apstiprinājums, ka sabiedrisko attiecību materiāli tiek dažkārt pārpublicēti, nenorādot to autoru, vien tekstā atsaucoties uz informācijas avotu. Kā paskaidroja redaktore

“sabiedrisko attiecību materiāli tiek avīzē pārpublicēti, ja tie ir sabiedriski svarīgi un nav vairs laika sagatavot rakstu, bet grib operatīvi to publicēt.” Līdzīgi atbildēja arī pārējo redakciju darbinieki. Jautāti par ziņu aģentūru materiālu izmantošanu, žurnālisti un redaktori atzina, ka šī informācija noder gatavojot rakstus par nacionālas nozīmes jautājumiem. Tomēr, jautājot par reklāmdevēju un varas ietekmi dienaskārtības veidošanā, laikrakstu darbinieki noliedza šādu saistību. Kaut gan žurnālisti pieredzējuši draudēšanu un pat iesūdzēšanu tiesā, visi aptaujātie atzina laikraksta neatkarību no vietējās varas un reklāmdevējiem. “Ziemeļlatvija” žurnāliste I. Karpova paskaidroja: „Nepakļaujamies. Viņiem ir jāklausa mūs – tauta.”. Arī “Druvas” žurnāliste M. Majore-Līne atzīst, ka iejaukšanās neatkarīga laikraksta darbībā būtu vērtējama negatīvi un noliedz, ka vara spētu ietekmēt saturu.

Intervijās noskaidrots arī, kā tiek veidotas īsziņas un raksti par citos novados notiekošo. Kā paskaidroja “Liesma” redaktore pārsvarā tiek izmantotas preses relīzes un pašvaldību izdevumi, retāk citu mediju materiāls. “Auseklis” redaktore R. Tamane kā informācijas avotu min arī portālu delfi.lv un ziņu aģentūru LETA. Atlasot informāciju par kaimiņu novados notiekošo tiek ņemts vērā vai informācijai ir saistīta ar konkrētā laikraksta aptverto reģionu.

Kontentanalīzē tika izpētīts, ka dažus rakstus papildina Eiropas Reģionālā attīstības fonda logo laikrakstos “Druva”, “Auseklis” un “Liesma”. Intervijās noskaidrots, ka logo pievienots maksas publikācijām, taču dažkārt tiek maksāts tikai par logo aizņemto laukumu. Laikraksta “Auseklis” redaktore R. Tamane paskaidroja: “Tiek maksāts pēc vienošanās – kaut vai par logo vietību. Cik zināms, šajos projektos visbiežāk ir plānots finansējums par publicitāti, bet projekta īstenotāji to izmanto kur citur, jo mēs jau tāpat rakstīsim. Mēs tomēr gribam saņemt šo mums domāto naudu, tālab logo liekam tikai pie tām ziņām un rakstiem, kur vienojamies par samaksu. Bez tam, ja mēs liktu logo klāt pie visiem tekstiem par fondu finansētiem projektiem, tad mūsu avīze būtu raiba no šiem logo. Bet tas nav mūsu uzdevums kārtot projekta īstenotāju saistības pret naudas devēju to reklamējot.” Laikrakstā “Druva” šādu rakstu novērots visvairāk, avīzes redaktore A. Gaņģe intervijā atzina, ka raksti nav apmaksāti, bet tiek maksāts par laukumu, kuru aizņem logo. “Liesmas” Redaktore A. Lāce atzina, ka raksti tiek apmaksāti un tiem ir norāde kā maksas publikācijām. Secināts, ka laikraksti peļņas gūšanai vēlas iegūt publicitātei domātos finanšu līdzekļus, kaut arī notikuma ziņu vērtības ir pietiekami spēcīgas, lai to iekļautu dienaskārtībā arī bez atsevišķas samaksas.

Kopumā vērtējot lokālo laikrakstu darbinieku viedokļus var secināt, ka dienaskārtības ietekmējošs faktors ir redakcionālā nostāja rakstu tematū, informācijas avotu un intervēto personu atlasē. Žurnālistu personīgā izpratne par profesionālo atbildību sabiedrības priekšā, ētiku un neitrālas attieksmes saglabāšanu ietekmē laikraksta satura veidošanu. Taču redaktori

ir atbildīgi par laikrakstā dominējošo sabiedrības grupu, tautas un varas viedokļu sabalansētību.

6. ANALĪTISKĀ DAĻA

Kā parāda kontentanalīzes rezultāti, lokālo laikrakstu dienaskārtība tiek veidota atbilstoši lasītāju vēlmēm un vajadzībām – uzzināt par reģionā notiekošo. To apstiprina arī lokālo mediju pārstāvju izteiktie apgalvojumi. Kā intervijās atzina redaktori, laikrakstu lasītājus var iedalīt pilsētu un lauku rajonu iedzīvotājos, laikraksta saturā tiek atspoguļoti abām grupām interesējoši temati.

Pamatkritērijs, atlasot rakstu tematus, ir notikuma saistība ar reģionu, tāpat arī, atspoguļojot nacionāla mēroga ziņu, tiek skaidrots, kā šis notikums ietekmēs provinces iedzīvotājus. Izpētīts, ka lokālajos laikrakstos var parādīties arī globāla mēroga ziņa, ja tā ir nozīmīga un attiecināma uz reģiona iedzīvotāju dzīvi.

Analizējot laikrakstu saturu, jāsecina, ka tajos dominē vieglāka rakstura ziņas (*soft news*) – 41,2% laikrakstā “Liesma”, 31,99% “Druvā”, 46% “Ziemeļlatvijā”. Laikrakstā “Auseklis” vairāk dominē īsiņas (47,80%), tām seko vieglāka rakstura ziņas (26,24%). Ar vieglāka rakstura ziņām pētījumā apzīmētas ziņas, kas nesatur primāras nozīmes informāciju, nav tik operatīvas un aktuālas, taču tajās ir citas ziņu vērtības, kas sabiedrībai kā kopumam informāciju padara svarīgu. Šāda tipa rakstos parasti atspoguļoti izglītības, kultūras, sporta un izklaides temati.

Vērojams, ka otrais lielākais rakstu īpatsvars ir nopietnās ziņas (*hard news*) laikrakstos “Liesma” (22,93%) un “Ziemeļlatvija” (35,13%), bet “Druva” – īsziņas (23,49%), nopietnās ziņas sasniedzot 21,88%, “Auseklī” tās ir trešais visvairāk izmantotais rakstu žanrs (14,63%). Nopietnās ziņas atspoguļo jaunāko informāciju galvenokārt ekonomikā, lauksaimniecībā un politikā. Lokālās preses dienaskārtība tiek veidota atbilstoši laikrakstu pamatuzdevumam – informēt sabiedrību par reģionā svarīgākajām aktualitātēm.

Laikrakstā “Druva” publicētas arī lasītāju vēstules (7,75%), tādā veidā laikraksts dod iespēju ne tikai uzzināt oficiālo pārstāvju viedokļus, bet arī sabiedrībai paust savu viedokli publiski. Lasītāju vēstules tiek publicētas arī pārējos laikrakstos – 4,50% “Liesma”, 1,35% “Auseklis” un 3,08% “Ziemeļlatvija”. Laikrakstā ziņu aprakstos (6,28%) aprakstīta lauksaimniecības, ekonomikas vai saimniecisku jautājumu tematika. Neiztrūkstoša laikraksta rubrika ir komentāri un viedokļi (4,21%). Laikrakstā “Liesma” regulāras rubrikas ir īsziņas (13,82%), kurās atspoguļota koncentrēta informācija par sagaidāmiem vai notikušiem notikumiem, komentāri un viedokļi (6,01%) parasti satur 2 – 3 rakstus, kā arī publicētas tiek lasītāju vēstules (4,50%). “Auseklī” bez jau pieminētajiem rakstu žanriem tiek izmantoti ziņu apraksti (3,55%), kuros pārsvarā aprakstīti sabiedrībai interesējoši jautājumi par saimnieciska rakstura problēmām, notiekošo pašvaldībās, skolu reorganizāciju u.c. Tāpat neiztrūkstoša

rubrika ir komentāri un viedokļi (2,68%), kuros analizēti svarīgākie notikumi reģionā un valstī. Laikrakstā "Ziemeļlatvija" trešais vairāk sastopamais rakstu žanrs ir komentāri un viedokļi (5,40%), tiem seko ziņu apraksti (5%), kuros apskatītā tematika ir visai plaša, sākot no aktuālāko procesu un notikumu apskatiem līdz pat cilvēku savstarpējo attiecību, veselības tematiem. Laikrakstā publicētas arī lasītāju vēstules (3,80%), tās nereti ir atsauksmes un cilvēku viedokļi no portāla *ziemeļlatvija.lv* par publicētajiem rakstiem.

Laikrakstu saturā vērojams, ka lielākā daļa rakstu atbilst ziņu žanram, kas izskaidrojams ar lasītāju nepieciešamību pēc aktuālākās informācijas. Kā intervijās atzina žurnālisti un redaktori, lokālās avīzes ir visērtākais veids, kā uzzināt par notikumiem reģionā, turklāt šāda informācija tik daudzpusīgi un regulāri neparādās nacionālajos laikrakstos. Laikraksta "Druva" redaktore Andra Ganģe lasītāju izvēli lasīt lokālos laikrakstus skaidro ar to "unikalitāti – vietējās ziņas, vietējo problēmu analīze, vietējo cilvēku portretēšana -, kas nav atrodamas citos medijos."

Analizējot laikrakstu saturu, tika pētīts, kādi informācijas avoti ierosina publikāciju tapšanu, spriežot pēc saturā atrodamās informācijas. Kontentanalīzes rezultāti uzrāda, ka visbiežākie rakstu avoti ir laikraksta darbinieki – 67% "Liesmā", 48,73% "Auseklī", 91,66% "Ziemeļlatvijā" un 81,24% "Druvā". "Liesmas" publikāciju avoti ir arī izglītības darbinieki (7,60%), oficiālie avoti (7,07%), organizāciju un sabiedrības grupu pārstāvji (4,39%), sabiedrisko attiecību materiāli (3,6%) un ziņu aģentūru materiāli (2,52%). Laikrakstā "Auseklis" kā publikāciju avots izmantots citu mediju materiāls (22,44%), pēc kura tiek sagatavota regulāra īsziņu rubrika par citos novados notiekošo. Parasti izmantotas lokālās avīzes "Liesma", "Druva" un "Ziemeļlatvija". Izmantotas arī preses relīzes (13,50%) un lasītāju sniegtā informācija (5,45%). "Ziemeļlatvijā" publikāciju avoti ir lasītāji (6,18%) un sabiedrisko attiecību materiāli (0,84%). Laikrakstā "Druva" publikāciju avoti ir lasītāji (10,72%), daudz mazāk izmantots citu mediju materiāls (2,80%) un glābšanas dienesti, policija (2,60%). Jāsecina, ka raksti, kuru publikāciju autori ir lasītāji parasti atklāj problēmas, ar kurām nākas sastapties reģiona iedzīvotājiem. Parasti tie ir sadzīviska rakstura jautājumi, taču nozīmīgi, jo spēj ietekmēt cilvēku ikdienu.

Analizējot publikāciju autorus, jāsecina, ka visos laikrakstos publikāciju autori pārsvarā ir žurnālisti, taču to procentuālais sadalījums katram laikrakstam ir atšķirīgs – 63,92% "Druva", 92,24% "Ziemeļlatvija", 66,50% "Auseklis" un 60% "Liesma". Visos laikrakstos nākamais lielākais īpatsvars ir publikācijām, kurām nav autora paraksta – 15% "Druva", 2,10% "Ziemeļlatvija", 24,10% "Auseklis" un 16% "Liesma". Bez autora paraksta lielākoties tiek publicētas īsziņas, kas ir regulāras rubrikas laikrakstos "Auseklis", "Liesma" un "Druva". Intervijās ar laikrakstu redaktoriem tika noskaidrots, ka īsziņas ir

žurnālistu veidotas, izmantojot sabiedrisko attiecību materiālus, pašvaldību izdevumus un citus lokālos laikrakstus.

Vērojams arī, ka dažkārt bez autora paraksta, vien tekstā atsaucoties uz publikācijas avotu, tiek pārpublicēti sabiedrisko attiecību materiāli, kas izteikti tika novērots laikrakstā "Liesma". Laikraksta redaktore A. Lāce atzina, ka "dažkārt sabiedrisko attiecību materiāls tiek pārpublicēts, ja laika trūkuma dēļ informāciju nav iespējams papildināt, bet vēlas to operatīvi publicēt. Taču laikraksts pamatā preses relīzes izmanto kā informatīvu bāzi rakstu izveidē." Līdzīgu nostāju pauža arī "Druva" redaktore. Laikraksta "Auseklis" redaktore R. Tamane paskaidroja, ka "sabiedrisko attiecību materiālus pamatā izmantojam informācijai, lai savāktu plašāku materiālu. Ja nav iespējams pašiem būt klāt notikumos, izmantojam vietējo novadu sabiedrisko attiecību speciālistu foto un tekstus. Ļoti maz izmantojam iesūtītās relīzes ārpus mūsu bijušā rajona, apstrādājām tikai to informāciju, kas kaut kādā veidā saistīta ar mūsu novadu." Laikrakstā "Ziemeļlatvija" novērots, ka sabiedrisko attiecību materiāls netiek pārpublicēts. To apstiprina arī avīzes žurnāliste Inga Karpova, kura atzina, ka "prese relīzes laikrakstā netiek pārpublicētas. Tās ir informācijas avots par apkārt notiekošo, ar nepieciešamo pamatinformāciju." Redaktori un žurnālisti atzina, ka nav iespējams par notikumiem uzzināt nepastarpināti – žurnālists nevar būt visur klāt, turklāt sabiedrisko attiecību materiāls ir praktiski noderīgs žurnālista darbā, jo bieži tas satur rakstam nepieciešamo pamatinformāciju, piemēram, par uzņēmuma darbības sfēru, vēsturi.

"Liesma" publikāciju autoru vidū ir arī pašvaldību un iestāžu darbinieki (5,48%), kas skaidrojams ar to, ka regulāri laikrakstā ievietota policijas ziņu hronika, kuras autori ir policijas darbinieki, kā arī lasītāji (5%), kuru vēstules tiek pārpublicētas un izglītības darbinieki (4,9%). Kā paskaidroja "Liesmas" redaktore, izglītības darbinieku vēlme iekļūt laikraksta dienaskārtībā skaidrojama ar izglītības programmas "Nauda seko skolēnam" ieviešanu. "Skolu vadība mudina skolotājus publicēt informāciju par jaunumiem skolās, lai tādā veidā sabiedrībā izraisītu priekšstatu, ka skola ir cienījama. Tā ir cīņa par skolēnu skaitu un visbeidzot naudu." Turklāt redaktore pauž aizdomas, ka Valmierā esošās ģimnāzijas direktors, kurš ir arī domes deputāts, izmantojot domes sabiedrisko attiecību speciālistus, mēģina spodrināt skolas slavu arī caur šiem kanāliem, jo iesūtīto preses relīžu daudzums par ģimnāziju ir ievērojams. Kā arī avīzē vienreiz mēnesī atvēlēta vieta Vidzemes augstskolas studentu veidotai lapai, kurā ziņots par notikumiem augstskolā.

Laikrakstā "Auseklis" par publikāciju autoriem ir kļuvuši arī sabiedrisko attiecību speciālisti (2,10%), izglītības darbinieki (1,95%) un lasītāji (1,85%), kuru vēstulēm atvēlēta vieta avīzē. "Ziemeļlatvijā" otrais biežāk sastopamais publikāciju autors ir lasītājs (3,96%), jo arī šajā laikrakstā tiek ievietots lasītāja viedoklis. Laikrakstiem ir jāatspoguļo arī sabiedrībā

valdošie viedokļi, tāpēc vietējie laikraksti atvēl vietu lasītāju uzskatu paušanai. Turklāt tas ir svarīgi, lai veidotu uzticību lasītājos, ka laikrakstiem rūp savu lasītāju problēmas un interesē to attieksme pret dažādiem notiekošiem procesiem.

Intervijās, vaicājot par informācijas avotu izmantošanu, žurnālisti atzina, ka liela nozīme ir personīgajiem kontaktiem, tāpat arī laikrakstu portālos paustie lasītāju komentāri un viedokļi ir labs pamats temata padziļinātai izpētei. Kontentanalīzes rezultāti parāda, ka intervējamo statusā nonāk visdažādākie sabiedrības pārstāvji. Tomēr analizētajos laikrakstos iezīmējas kopīgas tendences – visbiežāk intervēto statusā nokļuvuši tautas pārstāvji jeb iedzīvotāji – 44,89% “Liesma”, 31,33% “Auseklis”, 31,30% “Ziemeļlatvija”, 25,20% “Druva”. Kā atzina “Ziemeļlatvija” žurnāliste Inga Karpova “ laikrakstam ir jāatspoguļo tautas viedoklis, nevis jāpilda vietējās varas uzdevumi.” Cilvēku viedokļi ir dažādi, tāpēc vērtīgi ir publiski diskutēt par aktuālākajām norisēm. Laikrakstos “Liesma” un “Auseklis” tautas pārstāvju kā intervējamo personu lielais īpatsvars izskaidrojams ar to, ka laikrakstos regulāri tiek ietvertas ielu intervijas. “Liesmā” biežāk intervēto personu lokā ir uzņēmumu darbinieki (11,83%), eksperti (11,81%), izglītības darbinieki (9,53%) un kultūras darbinieki (7,92%). Laikrakstā “Auseklis” intervēti arī deputāti un politiķi (14,60%), valsts iestāžu darbinieki (12,40%), eksperti un profesiju pārstāvji (9,50%), respektīvi, dažādās jomās strādājošie, kuru profesionālās zināšanas papildina publikāciju. Līdzīgs intervējamo personu sadalījums ir laikrakstos “Ziemeļlatvija”, kurā intervēti valsts iestāžu darbinieki (15%), eksperti (11,5%), izglītības darbinieki (10%), deputāti un politiķi (9,5%) un “Druva”, kurā intervēti valsts iestāžu darbinieki (16,5%), uzņēmumu darbinieki (14,5%), deputāti un politiķi (12,44%), eksperti un profesiju pārstāvji (10,30%). Laikrakstā “Druva” novadu deputātu sniegtie komentāri ir ne tikai par lokālās politikas jautājumiem, bet arī aprakstot mazākas nozīmes norises reģionā, piemēram, rīkotos pasākumus izglītības un kultūras iestādēs. Jāsecina, ka laikraksts tiek izmantots kā instruments, lai varas aprindas uzrunātu savus vēlētājus, tādā veidā radot iedzīvotājos pārliecību par aktīvu deputātu darbību novadu labā. Kā arī rakstos jūtama ļoti lojāla attieksme pret novadu deputātiem – tie netiek kritizēti. “Druvas” žurnāliste M. Majore-Līne apgalvo: “reģionālie laikraksti atspoguļo norises reģionos, tādēļ rakstos tiek iekļauti arī vietējo novadu deputātu viedokļi un uzskati. Taču nevarētu teikt, ka tie dominētu.”

Turpretim laikrakstā “Auseklis” pašvaldību deputātu sniegtie viedokļi papildina rakstus, kas atspoguļo novada domes lēmumus, bet mazāk tie intervēti saistībā ar citām jomām. Laikrakstā “Liesma” vērojams, ka rakstos maz tiek citēti intervēto personu izteiktie apgalvojumi, bet tekstā intervējamo sniegtā informācija tiek pārstāstīta, nereti neatsaucoties uz informatoru. Secināts, ka šāda informācijas pasniegšana saistāma ar publikāciju rakstīšanas

stilu, nevis nevēlēšanos izpaust intervēto personu vārdus. Taču kopumā, kā uzrāda kontentanalīzes rezultāti, laikrakstos visbiežāk intervējamo personu statusā nokļuvušo sabiedrības grupu procentuālais sadalījums ir līdzīgs.

Analizējot lokāla mēroga rakstu tematiku, jāsecina, ka laikrakstos visvairāk dominējošo tēmu sadalījums nav vienāds, taču vērojams, ka visos laikrakstos parādās līdzīgu problēmu atspoguļojums. Laikrakstā "Liesma" (sk. empīriskajā daļā 5.1.2.att.) vislielākā uzmanība pievērsta izglītības tematikai, kam seko sabiedrības, izklaides, sporta un kultūras tematika. Uzmanība pievērsta arī saimniecisku jautājumu un infrastruktūras tematam, politikai, ekonomikai, drošībai un lauksaimniecībai. Izglītības temata pārsvars, kā paskaidroja redaktore Antra Lace, skaidrojams ar skolu pārstāvju vēlmi iekļūt laikraksta saturā, lai sabiedrībā raidītu pozitīvu priekšstatu par skolu. Kā arī izglītības tematu atspoguļo žurnālistu sagatavotās publikācijas. Laikraksta aptvertajā reģionā ir vairākas skolas gan pilsētā, gan lauku rajonos, kurām ir svarīgi iedzīvotājus informēt par notiekošo. Taču "Auseklis" redaktore Regīna Tamane atzīst, ka "pēdējā laikā aktuālākā tēma ir izglītība, jo Limbažos notiek skolu reforma, kas skar ļoti daudzus – gan pedagogus, gan skolēnus un arī viņu vecākus." Laikrakstā "Auseklis" (sk. empīriskajā daļā 5.4.2.) visvairāk dominē kultūras un izklaides temati, kā arī sabiedrības, izglītības, politikas, sporta, saimniecisku jautājumu un infrastruktūras temati. "Ziemeļlatvijā" (sk. empīriskajā daļā 5.3.2.att.) pārsvarā ir sabiedrības, sporta, izklaides, saimniecisku jautājumu un infrastruktūras, izglītības, drošības un kultūras tematika. Laikrakstos dominē sociālo tēmu bloks, jo šī informācija ir vērtējama kā sabiedrībai svarīga un aktuāla.

Laikrakstā "Druva" (sk. empīriskajā daļā 5.2.2.att.) visvairāk parādās izklaidējoši temati, tiem seko kultūras, sporta, saimniecisku jautājumu un infrastruktūras, drošības, politikas, sabiedrības un izglītības temati. Izklaidējošo tematu pārsvars skaidrojams ar to, ka laikrakstā dominē cilvēciskas intereses raksti, kuros aprakstīti dažādi interesanti un izklaidējoši procesi un notikumi, piemēram, cilvēku hobiji, savstarpējo attiecību kārtošana, neikdienišķi dzīves notikumi utt. Izklaidējošas tematikas izvēli var skaidrot ar lokālo mediju pētnieces Karinas Vatas – Jorgensenas veikto pētījumu, kurā atzīts, ka lokālo laikrakstu dienaskārtībā dominē cilvēciskas intereses raksti, jo valda uzskats, ka auditorija labprātāk lasa izklaidējošus rakstus. Kā atzīst pētniece, "šāda tipa materiāli var palīdzēt dažādām sabiedrības grupām sajūst empātiju un sapratni vienam pret otru, taču no otras puses tiek mazināta spēja uztvert kritiskus rakstus par politiskiem jautājumiem."¹²³

¹²³ Wahl – Jorgensen, K. (2005). *The Market VS. the right to communicate: the anti-political local press in Britain and the journalism of consensus*. Retrieved March 12, 2011 from <http://www.javnosthepublic.org/media/datoteke/2005-3-wahl.pdf>

Veicot laikraksta satura analīzi, tika konstatēts, ka žurnālistu veidotus rakstus, kuru temats ir saimnieciski jautājumi, piemēram, par ēku renovāciju un remontiem, papildina ERAF (Eiropas reģionālās attīstības fonds) logo. Šādi raksti īpaši daudz tika novēroti laikrakstā "Druva", mazāk "Auseklis" un viens raksts "Liesma", bet "Ziemeļlatvija" šādu rakstu nebija. Intervijās ar laikrakstu redaktoriem tika noskaidrots, ka tās ir maksas publikācijas. Laikraksta "Druva" redaktore A. Gaņģe izvairīgi paskaidroja, ka "raksti nav apmaksāti, bet tiek maksāts par laukumu, kuru aizņem logo". Tomēr, spriežot pēc "Ausekļa" redaktora R. Tamanes sacītā, arī publikācijas tiek apmaksātas: "par Eiropas un citu fondu līdzfinansētiem projektiem rakstām vai katrā laikraksta numurā un visbiežāk bez maksas. Cik zināms, šajos projektos visbiežāk ir plānots finansējums par publicitāti, bet projekta īstenotāji to izmanto kur citur, jo mēs jau tāpat rakstīsim. Mēs tomēr gribam saņemt šo mums domāto naudu, tālab logo liekam tikai pie tām ziņām un rakstiem, kur vienojamies par samaksu. Bez tam, ja mēs liktu logo klāt pie visiem tekstiem par fondu finansētiem projektiem, tad mūsu avīze būtu raiba no šiem logo. Bet tas nav mūsu uzdevums kārtot projekta īstenotāju saistības pret naudas devēju to reklamējot." Tātad laikraksti peļņas gūšanai vēlas iegūt publicitātei domātos finanšu līdzekļus, kaut arī notikuma ziņu vērtības ir pietiekami spēcīgas, lai to iekļautu dienaskārtībā arī bez atsevišķas samaksas. Kā secināts kontentanalīzē, apmaksātie raksti tiek iekļauti laikraksta saturā, jo tie ievietoti ziņu sadaļā, turklāt nav nekādu norāžu, ka tās ir maksas publikācijas, izņemot pievienoto logo. Iespējams, daļa lasītāju šādu pievienotu logo nesaista ar raksta saturu un uztver to kā žurnālistu veidotu ziņu. Tātad peļņas gūšanas nolūkā tiek ietekmēts laikraksta saturs un līdz ar to lasītāja realitātes redzējums.

Kontentanalīzes rezultāti uzrāda, ka pēc procentuālā sadalījuma visvairāk publikācijās apskatītie temati visos laikrakstos ir vieni un tie paši, tātad lokālo laikrakstu dienaskārtība tiek veidota pēc līdzīgiem principiem katrā no redakcijām, taču dienaskārtības veidošanās ir saistāma ar redakcionālo izpratni par auditorijai svarīgākajiem tematiem, kā arī būtiskas ir laikraksta aptvertā reģiona iezīmes. Kontentanalīzē izpētīts, ka visos lokālajos laikrakstos aktuāli ir arī saimnieciskas dabas jautājumi par daudzdzīvokļu namu komunālo apsaimniekošanu, apkuri un ar to saistītajām izmaksām. Arī žurnālisti intervijās atzina, ka šie jautājumi ir ļoti svarīgi un lokālo laikrakstu iezīme ir dažādu sadzīves jautājumu risināšana. Nacionāla mēroga tematika laikrakstos parādās visai maz, tomēr kā intervijās atzina žurnālisti un redaktori, pasliktinoties ekonomiskajiem apstākļiem, cilvēki nevar atļauties abonēt nacionālos un vietējos laikrakstus, bet izvēle esot par labu lokālajai avīzei. Tāpēc nākas pievērsties arī nacionālu notikumu atspoguļošanai. Šo dienaskārtību ietekmējošo procesu atzina visi aptaujātie laikrakstu darbinieki. "Ziemeļlatvija" žurnāliste Inga Karpova atzīst, ka

“lasītāji neabonē nacionālos laikrakstus, jo nevar to atļauties, bet reģionālo laikrakstu gan. Tāpēc rakstām par pensijām, pabalstiem, bezdarbu, jo tas ir aktuāli lasītājiem.”

Jautāti, kā tiek atlasīta nacionāla mēroga informācija, laikrakstu darbinieki atzina, ka tiek atspoguļoti tikai sabiedrībai kā kopumam ļoti nozīmīgi jautājumi, piemēram, politiski lēmumi, ekonomika, vai izmaiņas sociālo pabalstu jomā. Kas skaidrojams ar to, ka primārais informācijas avots par valstiskiem notikumiem ir operatīvāki mediji – interneta portāli, televīzija un radio. Tāpēc lokālie laikraksti, kā novērots laikrakstu izpētē, atspoguļojot nacionāla mēroga notikumus, saista informāciju ar paredzamajām izmaiņām konkrētajā reģionā.

Laikrakstā “Ziemeļlatvija” (sk. 5.pielikumu, 1.att.) visvairāk apskatītie nacionāla mēroga temati ir veselība, politika, sabiedrība un ekonomika. Raksti par veselības tematiku ietverti pārsvarā īsziņās, kas ir kā papildinošs informatīvs materiāls rakstiem par veselību, dzīvesveidu tam paredzētajā laikraksta sadaļā. Laikrakstā “Druva” (sk. 5.pielikumu, 2.att.) dominē politikas, ekonomikas, sabiedrības un sociālo problēmu temati, par tiem galvenokārt ziņots īsziņu sadaļā. Politiska atspoguļota arī komentāru un viedokļu sadaļā, kur par šo tematu parasti ir viens līdz divi raksti. Arī laikrakstā “Liesma” (sk. 5. pielikumu, 3.att.) nacionāla mēroga tematikas augšgalā ir politiskie jautājumi, tie regulāri tiek analizēti komentāru un viedokļu sadaļā. Ietverti arī ekonomikas, sabiedrības un lauksaimniecības temati, kas pārsvarā ir apskatīti īsziņu rubrikās. Savukārt laikrakstā “Auseklis” (sk. 5. pielikumu, 4.att.) aprakstīta sabiedrības, ekonomikas, kultūras, izklaides un politikas temati. Arī šajā laikrakstā nacionāla mēroga tēmas galvenokārt vērojamas īsziņu rubrikā, kā arī komentāru un viedokļu sadaļā.

Tātad lokālie laikraksti, atlasot informāciju par nacionālas nozīmes jautājumiem, ņem vērā sabiedrībā un politikā notiekošos procesus, intereses un vajadzības. To apstiprina arī teorētiķu Kurta Langa un Gladis Langa izteiktie apgalvojumi par dienaskārtības ietekmējošajiem faktoriem. Teorētiķi uzskata, ka dienaskārtības veidošana ir kolektīvs process un tā tiek izveidota mediju, sabiedrības un politiķu savstarpējas ietekmes rezultātā. Savukārt mediju publikācijas var ietekmēt sabiedrisko domu.¹²⁴

Lokālo laikrakstu dienaskārtībā, kā pierāda kontentanalīzes rezultāti, var tikt ietverti globāla mēroga notikumi, taču šāda informācija parādās ļoti maz. Laikrakstā “Liesma” (sk. 5.pielikumu, 5.att.) šādā mērogā apskatīti politiskie un ekonomikas jautājumi, “Druvā” (sk. 5.pielikumu, 6. att.) dabas un vides temati izklāstīti ceļojumu aprakstos, politikas temats – komentāru sadaļā un ziņās. “Ziemeļlatvijā” (sk. 5.pielikumu, 7.att.) aprakstīts politikas un sociālās situācijas temats komentāru un viedokļu sadaļā, dabas un vides temats – ceļojumu

¹²⁴ Baran, S., J., Davis, D., K. (2006). *Mass Communication Theory. Foundations Ferment and Future*. 4th Edition. P. 319.

aparakstos un ekonomikas temats – ziņu aprakstā. Laikrakstā “Auseklis” (sk. 5. pielikumu, 8.att.) regulāra ir pasaules īsziņu rubrika, kurā visbiežāk ziņots par globāla mēroga ekonomikas un politikas jautājumiem. Pētot laikrakstu saturu secināts, ka globāla mēroga ziņās pārsvarā atspoguļoti notikumi Igaunijā. Kā intervijās atzina “Liesma” un “Ziemeļlatvija” žurnālisti notikumi Igaunijā ir ļoti svarīgi robežas tuvumā dzīvojošajiem cilvēkiem, jo šo cilvēku ikdiena, biznesa intereses un savstarpēja saistība citās jomās ir pietiekami liela, lai izmaiņas Igaunijā ietekmētu arī pierobežā dzīvojošos. Vistuvāk pierobežai esošais vēsturiskais Valkas rajons ir cieši saistīts ar kaimiņzemē notiekošo, ko atzina arī “Ziemeļlatvija” žurnāliste I. Karpova: “ notikumi Igaunijā ir svarīgi, jo, piemēram, ja kaimiņos pārgāja uz eiro, tad tas ļoti ietekmēja arī mūs, valcēniešus, jo dodamies turp iepirkties. Svarīgas ir arī ziņas par robežām, izmaiņas Šengenas līgumā.”

Kopumā vērtējot lokālo laikrakstu dienaskārtību var secināt, ka satura veidošanu ietekmē lasītāju vēlmes un vajadzības uzzināt notiekošos procesus un notikumus tuvākajā apkārtnē. Kā arī dienaskārtību ietekmējošs faktors ir reģiona ģeogrāfiskās un ekonomiskās iezīmes, kas tieši ietekmē laikraksta tematu izveidi, nosakot, kas reģiona līmenī ir svarīgs. Laikrakstu satura veidošanu ietekmē arī dažādu ārēju spēku vēlme publicēties, kā izpētīts, atspoguļojot Eiropas fondu līdzfinansētos projektus, laikrakstiem ir iespējams saņemt maksu par publikāciju. Laikraksti šos rakstus neatzīmē kā maksa publikācijas un ietver tos ziņu sadāļā, kas ir uzskatāms par lasītāju maldināšanu, ietekmējot viņu redzējumu par apkārt notiekošajiem procesiem. Dienaskārtību ietekmējošs faktors ir arī sabiedrisko attiecību speciālistu vēlme iekļūt laikrakstu saturā, taču izpētīts, ka žurnālisti lielākoties preses relīzes izmanto kā informācijas avotus žurnālistikas rakstu sagatavošanai.

SECINĀJUMI

Lokālo laikrakstu dienaskārtības veidošana balstīta uz lasītāju vēlmēm un vajadzībām, būt informētiem par tuvākajā apkārtnē notiekošajiem procesiem un pašvaldību pieņemtajiem lēmumiem, kas tieši spēj ietekmēt cilvēku dzīves kvalitāti. Žurnālisti atzīst arī savu atbildību un uzdevumu aizstāvēt sabiedrības intereses, uzņemoties demokrātijas un taisnīguma "sargsuņa" lomu. Reaģējot uz lasītāju zvaniem, vēstulēm un pausto viedokli avīzes portālā, redakcijā tiek uzzināts par tām problēmām, kas sabiedrībā ir aktuālas un var tikt izmantots kā pamats laikraksta satura veidošanā.

Lokālo laikrakstu dienaskārtības veidošanas principi analizētajos laikrakstos ir līdzīgi. Prioritāte ir lokāla rakstura ziņām, par vietējās varas lēmumiem, notikumiem sabiedrībā, izglītībā, ekonomikā, lauksaimniecībā, kultūrā, kā arī dažādi izklaidējoši temati un sports. Laikraksta saturā ziņu aprakstos tēmas tiek skaidrotas padziļinātāk, pievēršoties apskatītā temata padziļinātai izpētei. Laikrakstos iekļautas arī viedokļu intervijas, kurās intervēti deputāti, valsts iestāžu darbinieki, eksperti u.c. Šāda veida žurnālistikas materiāli tiek izmantoti salīdzinoši maz. Tas varētu būt skaidrojams ar to, ka interviju sagatavošana ir atkarīga no vairākiem faktoriem, pirmkārt, no informācijas avotiem, kā žurnālists uzzina par interesantām personībām, otrkārt, tas ir laikietilpīgs process – intervija, informācijas apstrāde.

Kontentanalīzes rezultāti liecina, ka laikrakstu publikāciju avoti visbiežāk ir žurnālisti, taču satura veidošanā piedalās arī citi aktori – izglītības darbinieki, oficiālie avoti, organizāciju un dažādu sabiedrības grupu pārstāvji, sabiedrisko attiecību speciālisti un lasītāji. Tomēr daudzveidīgs publikāciju avotu izmantojums dienaskārtības izveidē, veicina dažādu viedokļu publisku apriti, kas ir demokrātijas un vārda brīvības pamatā. Tāpēc no vienas puses lasītājiem tiek piedāvāts daudzveidīgs informatīvais materiāls, taču no otras puses, mākslīgi tiek ietekmēts realitātes atspoguļojums, kā, piemēram, maksas publikāciju iekļaušana saturā, nenorādot, ka tā ir apmaksāta.

Žurnālistu pamatuzdevums ir piedāvāt dažādus viedokļus, jo, kā atzīts teorētiski, dienaskārtība spēj ietekmēt sabiedriskās domas veidošanos. Laikraksta "Liesma" gadījumā izglītības tematu pārsvars ir skaidrojams ar skolu pārstāvju vēlmi publicēties laikrakstā, kas nav vērtējams kā pozitīvs žurnālistikas rakstu tematu un avotu atlases piemērs un tiek pārkāpti žurnālistikas profesionalitātes un ētikas standarti.

Arī intervēto personu statuss ir daudzveidīgs, visbiežāk intervēti ir tautas pārstāvji jeb iedzīvotāji, tiem seko valsts iestāžu darbinieki, eksperti un profesiju pārstāvji (dažādās jomās strādājošo profesionālais viedoklis), izglītības un kultūras darbinieki, uzņēmumu darbinieki, deputāti un politiķi. Atšķirīgu personu viedokļu iekļaušana laikraksta saturā ļauj lasītājiem

uzzināt par notikumu vai procesu no dažādiem aspektiem. Aprakstītos notikumus un procesus lūgts paskaidrot oficiālajiem avotiem, kuru apgalvojumi ir vērtējami kā droši informācijas avoti. Laikraksta "Druvas" gadījumā vērojama tendence par katru apskatīto tematu lasītājiem piedāvāt ļoti daudz dažādus viedokļus, it sevišķi tautas pārstāvju. Savukārt deputātu izteiktie viedokļi papildina rakstus ne tikai par pašvaldības jautājumiem, bet pat arī dažādu izklaidējošu pasākumu un citu ne tik nozīmīgu norišu apskatus. Tāpēc jāsecina, ka ar laikraksta satura palīdzību tiek ietekmēta sabiedrības izpratne, liekot domāt, ka vietējās varas pārstāvji aktīvi rūpējas par novadu izaugsmi.

Lielākoties publikāciju autori ir laikrakstu darbinieki, taču izpētīts, ka laikrakstos parādās ziņas, kurām nav autora paraksta. Bez autora paraksta laikrakstos "Druva", "Auseklis" un "Liesma" ir regulāra īsziņu rubrika, katrā no šiem laikrakstiem tā atrodas laikraksta pirmajā lapā un satur informāciju par reģionā aktuālākajiem notikumiem. Īsziņas par notikumiem Latvijā un pasaulē ir arī ziņu sadaļā, kur parasti ir atsauces uz publikāciju avotu un žurnālista paraksts. Nacionālas un globālas nozīmes notikumi parasti apskatīti īsziņu sadaļā, retāk ievietots plašāks ziņu raksts. Izpētīts, ka bez autora paraksta ir arī nopietnās ziņas (*hard news*) un vieglāka rakstura ziņas (*soft news*), taču to skaits nav liels. Publikāciju autori ir arī valsts iestāžu darbinieki, kas skaidrojams ar to, ka visos analizētajos laikrakstos ietvertas policijas un glābšanas dienestu ziņu hronikas, kuru autori ir šo iestāžu darbinieki.

Analizējot publikāciju tematiku, jāsecina, ka laikraksta dienaskārtībā dominējošo tematu sadalījums ir līdzīgs. Izpētīts, ka lokālo laikrakstu dienaskārtību spēj ietekmēt vairāki faktori. Būtiskākās ir reģiona vispārējās iezīmes – urbanizācija, ģeogrāfiskais novietojums un ekonomiskā attīstība. Urbanizācijas līmenis nosaka, kāda rakstura informācija lasītājiem būs svarīga. Vidzemes lokālo laikrakstu dienaskārtībā ziņu tematikā ir arī lauksaimniecība, jo lauku rajonos dzīvojošie cilvēki darbojas šajā jomā. Savukārt pilsētās dzīvojošajiem aktuālāki ir saimnieciskas dabas jautājumi, piemēram, par komunālo pakalpojumu izmaksām un ceļu remontiem. Lokālo laikrakstu dienaskārtībā var parādīties nacionāla un globāla mēroga tēmas, ja tās spēj ietekmēt avīžu aptvertā reģiona iedzīvotāju dzīvi. To pierāda kontentanalīzē un strukturētajās intervijās noskaidrotais, ka ziņas par izmaiņām un notikumiem Igaunijā ir iekļuvušas lokālajos laikrakstos, jo izmaiņas kaimiņvalstī spēj ietekmēt pierobežas iedzīvotājus.

Pētījumā konstatētas laikrakstu saturā dominējošās tendences. Laikraksta "Druva" saturā tika novērots, ka rakstos skartā problēma tiek atspoguļota, skaidrojot, kā notikums ietekmēs vairāku novadu iedzīvotājus. Tādā veidā raksta ietvaros uzrunājot pēc iespējas lielāku auditorijas daļu. Laikraksta "Auseklis" analizētajā laika periodā galvenais notikums vietējo politiķu un sabiedrības dienaskārtībā ir skolu reorganizācija, ko plaši atspoguļo arī

laikraksts. Tā kā šis ir svarīgs notikums vietējās sabiedrības dzīvē, avīzē notiek aktīva diskusija par šo tematu. Izpētot šos rakstus, secināts, ka ‘‘Auseklis’’ pārstāv sabiedrības intereses, nebaudoties kritizēt pašvaldības pieņemtos lēmumus. Var secināt, ka laikraksts ir neatkarīgs no vietējās varas ietekmēm un pilda demokrātijas uzraudzības funkciju reģionā. Laikrakstā ‘‘Liesma’’ dominē dažādu sabiedrības grupu un iestāžu līdzdalība satura veidošanā, taču, kā jau minēts, arī laikraksta redaktore atzīst, ka laikrakstā dominē izglītības darbinieku viedoklis, kuru motivācija publicēties ir skolas slavas spodrināšana. Savukārt laikraksts ‘‘Ziemeļlatvija’’, salīdzinot ar pārējiem laikrakstiem vizuālā ziņā, ir daudz labākā kvalitātē – tā formāts, krāsu druka un fotogrāfijas padara avīzi interesantu un atraktīvāku lasītājiem. Vērtējot ‘‘Ziemeļlatvija’’ saturu, jāsecina, ka tajā liela uzmanība pievērsta lasītāju vēlmēm un problēmām, kas ir pamats daudzu rakstu tematu atlasei.

Kopumā raksturojot Vidzemes reģionālos laikrakstus, jāsecina, ka laikrakstu dienaskārtības ietvertie temati ir līdzīgi visos izpētītajos laikrakstos, tajos skaidroti vietējās pašvaldības lēmumi, ekonomika un lauksaimniecība, saimnieciski jautājumi, izglītība, kultūra un sabiedrībai kā kopumam svarīgas tēmas. Pētījumā iegūtie dati ļauj secināt, ka Vidzemes novada lokālo laikrakstu dienaskārtības izveides ietekmējošs faktors ir lasītāju nepieciešamība pēc ziņām par notiekošajiem procesiem un notikumiem, kas spēj ietekmēt iedzīvotāju dzīvi un ikdienu. Laikrakstu redakcijās lasītāju vēlmes tiek apzinātas uzklusot zvanus, saņemot vēstules un reaģējot uz portālā ievietotajiem komentāriem. Kā secināts, lokālās avīzes var atspoguļot nacionāla un globāla mēroga ziņas, ja tās ir nozīmīgas laikraksta lasītājiem. Dienaskārtības izveidi ietekmē arī dažādi politiski un sabiedriski procesi. Secināts, ka Vidzemes lokālie laikraksti ir publisks forums, kurā savu viedokli pauž dažādi sabiedrības pārstāvji.

NOBEIGUMS

Lokālo laikrakstu dienaskārtības izveidē noteicošais ir lokālu notikumu un procesu atspoguļojums, jo lasītājiem ir svarīgi būt informētiem par tuvākajā apkārtnē notiekošo. Turklāt šādu informāciju tik daudzpusīgi nepiedāvā nacionālie mediji, bet citu reģionālo mediju lietojums nav nostiprinājies kā tradīcija.

Lokālo laikrakstu svarīga funkcija ir vietējās demokrātijas un taisnīguma uzraudzība, ko apstiprina pētījumā iegūtie dati. Kaut gan katra izpētītā laikraksta dienaskārtības veidošanā konstatētas atšķirības, iezīmējas kopīga tendence – laikraksts ir publisks sabiedrības interešu aizstāvis. Tas nozīmē, ka avīzes veidotāji, izmantojot savu varu spēj atrisināt sabiedrībai svarīgus jautājumus, padarīt caurredzamus un saprotamus pašvaldības pieņemtos lēmumus un aktīvi iesaistīties dažādu citu procesu norisē. Tāpēc izskaidrojama arī lasītāju lielā uzticēšanās lokālajiem laikrakstiem, kas savukārt piešķir tiem tā saucamo ceturtās varas spēku, kas apvienojumā ar ietekmēšanas spējas un atbildības sabalansētību ir profesionālās žurnālistikas pamats.

Kopumā, vērtējot laikrakstu saturu, iespējams secināt, ka to dienaskārtība ietekmē auditorijas vajadzībām pēc reģionālas informācijas, kā arī dienaskārtībā var parādīties nacionāla un globāla mēroga temati, ja tie spēj ietekmēt vietējās sabiedrības dzīvi. Šie laikraksti ir svarīga institūcija, jo tiem ir nozīmīga un svarīga loma politisko un sabiedrisko procesu norisē lokālā līmenī.

Turpmākajos bakalaura darbu pētījumos būtu vērtīgi izpētīt, kā notiek dienaskārtības veidošana un kādi faktori to ietekmē citos lokālajos medijos – televīzijās, radio un interneta portālos. Kā arī varētu veikt cita Latvijas novada lokālo laikrakstu izpēti, lai noskaidrotu vai un kādas atšķirības ir to satura veidošanā.

Izmantotās literatūras un avotu saraksts

Izmantotā literatūra

1. Andersen, A. A. (2006). *Social Marketing in the 21st Century*. Retrieved December 10, 2010 from <http://www.e-biblioteka.lv/lv/teksti/social-marketing-in-the-21st-century/3291/#/46>
2. Anderson, A., D., Itule, B., D. (1989). *News Writing and Reporting for today's media*. 2nd Edition. New York: McGraw – Hill.
3. Beamish, R. (1998). The local newspaper in the age of multimedija. In: *Making the lokal news. Local Journalism in context*. London: Routledge.
4. Baran, S., J., Davis, D., K. (2006). *Mass Communication Theory. Foundations Ferment and Future*. 4th Edition. London: Thomson Wadsworth.
5. Bennett, W. L. (2003). *News the politics of Ilusion*. 5th edition. London: Routledge/
6. Bennet, P., Glater, J., Wall, P. (2006). *A2 Media Studies. The Essential Introduction*. London: Routledge.
7. Berger, A., A. ((1998). *Mass Analysis Techniques*. 2nd Edition. New Delhi: SAGE Publications.
8. Bittner. R., J. (1989). *Mass Communication. An Introduction*. New Jersey: Prentice Hall.
9. Brempele, Ā., Flīgere, Ē., Ivbule, D., Lāce, L., Lazdiņa, M. (1988.) *Latviešu Periodika 1920. – 1940*. 3. sējums 1. daļa. Rīga: Zinātne.
10. Bryant, J., Thompson, S. (2002). *Fundamentals of Media Effects*. New York: McGraw – Hill.
11. Caune, M., Graudonis, J., Jaunsilnieks, A., Spārītis, O., Teikmanis, J. (1999.) *Enciklopēdija Latvijas pilsētas*. Rīga: Preses Nams.
12. Denzin, N., K., Lincoln, Y., S. (1994). *Handbook of Qualitative Research*. London: Sage Publication.
13. Dominick, J., R. (2005). *The Dinamics of Mass Communications media in the Digital Age*. New York: McGraw – Hill.
14. Dominick, J., R. (1996). *The Dinamics of Mass Communication*. 6th Edition. New York: McGraw – Hill.
15. Egle, K., Lūrina, V., Brempele, Ā., Jauģiets, V. (1977). *Latviešu periodika 1768. – 1919*. 1. sējums. Rīga: Zinātne.
16. Flīgere, Ē., Paeglis, J. (1995). *Latviešu Periodika 1940. – 1945*. 4. sējums. Rīga: Zinātne.
17. Fowler, R. (1991). *Language in the News. Discourse and Ideology in the Press*. New York: Routledge.

18. Franklin, B. (2006). *Local journalisms and local media. Making the local news*. New York: Routledge.
19. Franklin, B., Murhpy, D. (1998). *Making the Local News. Local journalism in context*. London: Routledge.
20. Freer, J. (2007). UK Regional and Local Newspaper. In: *The future of Journalism in Advanced Democracies*. Cornwall: Ashgate Publishing.
21. Frerichs, S. (2000). *Bausteine einer Systemischen Nachrichtentheorie*. Weisbaden: Westdeutscher Verlag.
22. Frost, C. (2002). *Reporting for journalists*. London: Routledge.
21. Full, J. (1996). *News Values. Ideas for an Information Age*. Chicago: The University of Chicago Press.
23. Hamer, M. (2005). Local newspaper. In: *Key concepts in Journalism studies*. London: SAGE Publication.
24. Hansen, A., Cottle, S. Negrine, R., Newbold, C. (2005). *Mass Communication Research Methods*. London: Palgrave Macmillan.
25. Harcup, T. (2004). *Journalism. Principles and Practice*. London: SAGE Publications.
26. Itule, B., D., Anderson, A., D. (1989). *News Writing and Reporting for today's media*. 2nd Edition. New York: McGraw – Hill.
27. Keeble, R. (2005). *Print Journalism a critical introduction*. London: Routledge.
28. Kumar, R. (2005). *Research methodology. A step-by-step Guide for beginners*. London: SAGE Publication.
29. Kvale, S. (1996). *InterViewes. An Introduction to Qualitative Research Interviewing*. London: SAGE Publication.
30. Laughey, D. (2008). *Key Themes in Media Theory*. Retrieved February 2, 2011 from <http://site.ebrary.com/lib/latvia/docDetail.action?docID=102298468p00=agendamedia>
31. Lauterer, J. (2006). *Community Journalism. Relentlessly Local*. 3rd Edition. Chapel Hill: University of North Carolina Press.
32. Lorimer R., Gasher M. (2004). *Mass Communication in Canada*. 5th Edition. Toronto: Oxford University Press.
33. Machin, D., Niblock, S. (2006). *News production. Theory and Practice*. London: Routledge.
34. Manning P. (2001). *News and News Sources. A critical Introduction*. London: SAGE Publication.
35. Mast, C. (2000). *ABC des Journalismus. Ein Leitfaden für die Redaktionsarbeit*. 9. Auflage. Konstanz: Uvk Verlags GmbH.

36. Mendack, S. (2001). *Berufsfeld Journalismus: Print medien: Horfunk und fernsehen; Neue Medien. 2. Auflage*. Berlin: Fit for Business.
37. Neuendorf, K., A. (2002). *The Content Analysis. Guidebook*. London: SAGE Publication.
38. Niblock, S. (2005). Practice and theory. What is News? In: *Print Journalism a critical introduction*. London: Routledge.
39. Regue, J., Tantillo S., H., Babb, J., McIntosh, M., Denham, B. (2001). *Introduction to Journalism*. Illinois: Nexttext.
40. Rubin, H., J., Rubin, I. (2005). *Qualitative Interviewing. The Art of Hearing Data*. 2nd Edition. London: SAGE Publication.
41. Salwen, M., B., Stacks, D., W. (1996). *An Intregrated Approach Communication Theory and Research*. 2nd Edition. New Jersey: Lawrance Erlbaum Associates Publishers.
42. Schneider, W. (2001). *Handbuch des Journalismus*. Hamburg: Rowohlt.
43. Sisson, H. (2006). *Practical Journalism. How to write News*. London: SAGE Publications.
44. Stake, R., E. (2010). *Qualitative Research. Studying how things work*. London: The Guildford press.
45. Stempel, G., H. (2003). Content Analysis. In: *Mass Communication Reasearch and Theory*. New York: Pearson Education.
46. Tan, Y., Weaver D.H. (2009). *Local Media, Public Opinion and State Legislative Policies: Agenda Setting at the State Level*. Retrieved February 2, 2011 from <http://datubazes.lanet.lv:2389/content/14/4/454.full.pdf+html>
47. Thompson, S., Bryant, J. (2002). *Fundamentals of Media Effects*. New York: McGraw – Hill.
48. Treijs, R. (1996). *Latvijas Republikas prese 1918. – 1940*. Rīga: Zvaigzne ABC.
49. Wahl – Jorgensen, K. (2005). *The Market VS. the right to communicate: the anti-political local press in Britain and the journalism of consensus*. Retrieved March 12, 2011 from <http://www.javnostthepublic.org/media/datoteke/2005-3-wahl.pdf>
50. Veinberga, S. (2010). *Preses attīstības tendences Latvijā pēc valsts neatkarības atjaunošanas (1990.-2010.)*. Rīga: Zvaigzne ABC.
51. Wimmer, R., D., Dominick, J., R. (2006). *Mass media Reasearch. An Introduction*. 8th Edition. Boston: Wadsworth.
52. Zelče, V. (2006). Lokālā prese – kopienas informācijas vides veidotāja. Grām: *Informācijas vide 21.gs. sākumā*. Rīga: Zinātne.
53. Asociācija: Reģionālās preses izdevējiem būs jāpielāgojas tendencēm. Sk. 2011.21. apr.: <http://www.edruva.lv/zinas/datums/2011-04-16/zina/27214>

Dienas Mediji vēsture. Sk. 2010. 21.apr.: <http://www.dienasmediji.lv/par-mums/vesture>

54. Industrijas informācija. Izdevēju/izdevumu datubāze. Sk. 2011. 21. apr.:

<http://www.lpia.lv/?id=191&izd=2>

55. Industrijas informācija. Izdevēju/izdevumu datubāze. Sk. 2011. 21. apr.:

<http://www.lpia.lv/?id=191&izd=1>

56. Informācija par uzņēmumu un laikrakstu. Sk.2011. 22.apr.: <http://www.eliesma.lv/node/9>

Latvijas Enciklopēdiskā vārdnīca. Sk.2011. 22.apr.:

<http://www.letonika.lv/groups/default.aspx?r=1&q=padomju%20zeme&id=952784&g=1>

57. Vēsture. Sk. 2011. 22.apr.: <http://www.auseklis.lv/?cat=526>

Ziemeļlatvija vēstures griežos. Sk. 2011.22.apr.:

<http://www.ziemellatvija.lv/about/vesture.html>

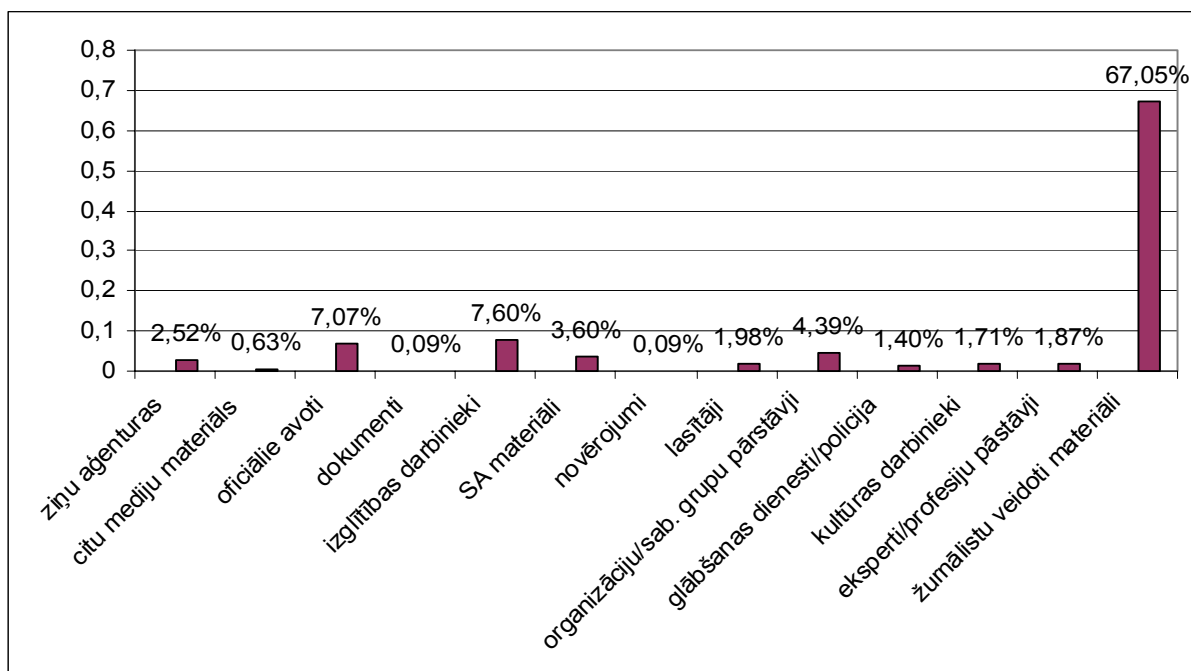
58. 2010. gada rudenī lasītāko preses izdevumu TOP 3 paliek nemainīgs. Sk. 2011.21.apr.:

<http://www.tns.lv/?lang=lv&fullarticle=true&category=showuid&id=3293>

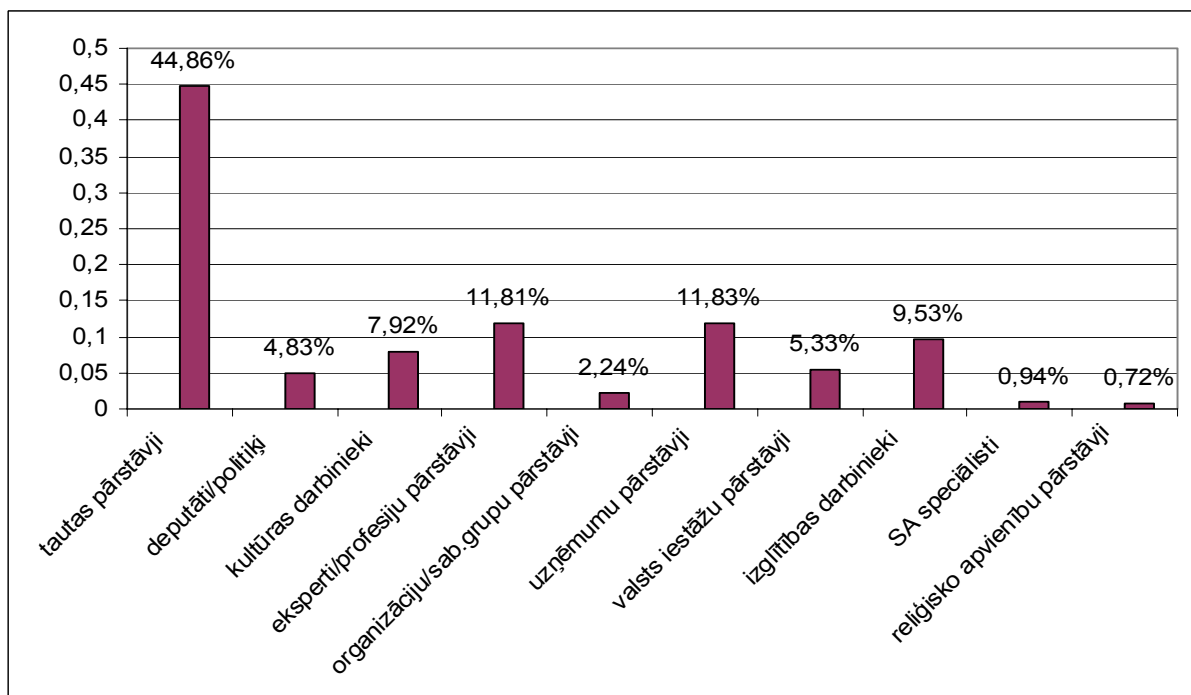
Izmantotie avoti

1. Reģionālais laikraksts "Liesma" (2010, 1. oktobris – 2011, 31. marts)
2. Reģionālais laikraksts "Druva" (2010, 1. oktobris – 2011, 31. marts)
3. Reģionālais laikraksts "Auseklis" (2010, 1. oktobris – 2011, 31. marts)
4. Reģionālais laikraksts "Ziemeļlatvija" (2010, 1. oktobris – 2011, 31. marts)

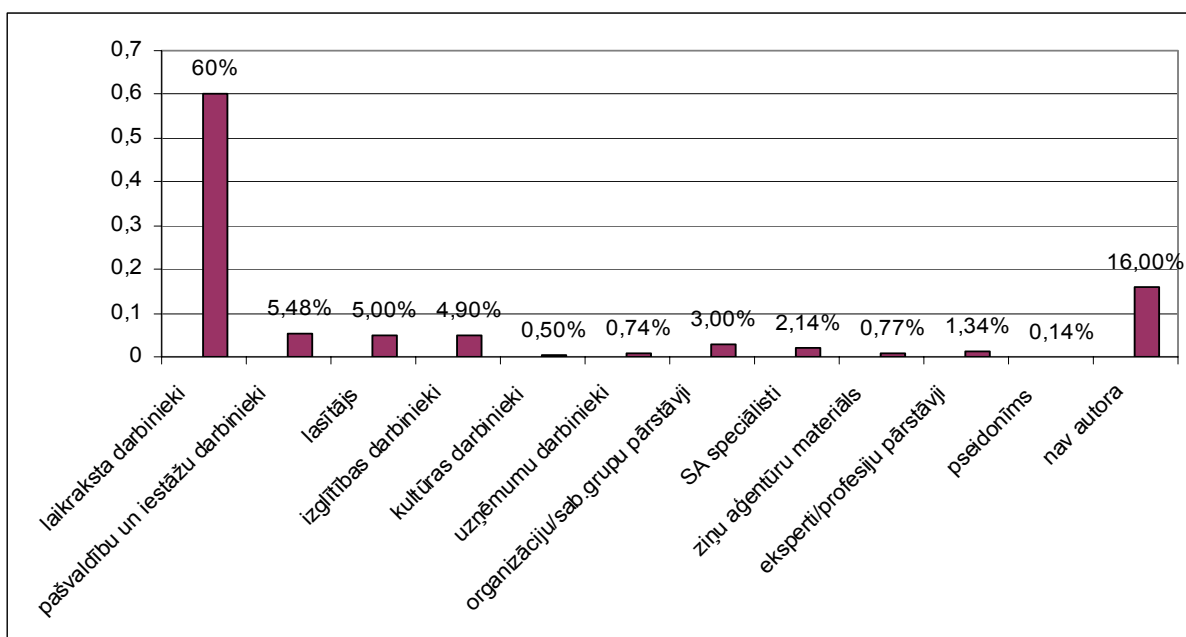
1. pielikums
Laikraksta "Liesma" kontentanalīzes rezultāti



1. attēls Publikāciju avoti laikrakstā "Liesma"

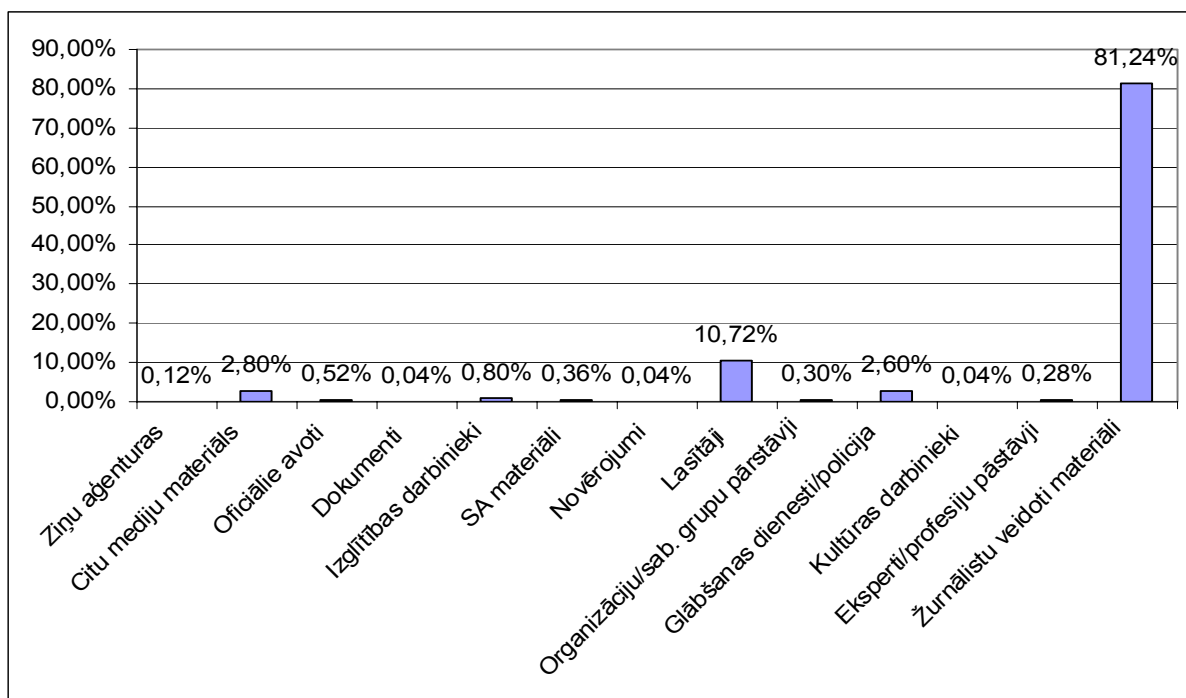


2. attēls Intervēto personu statuss laikrakstā "Liesma"

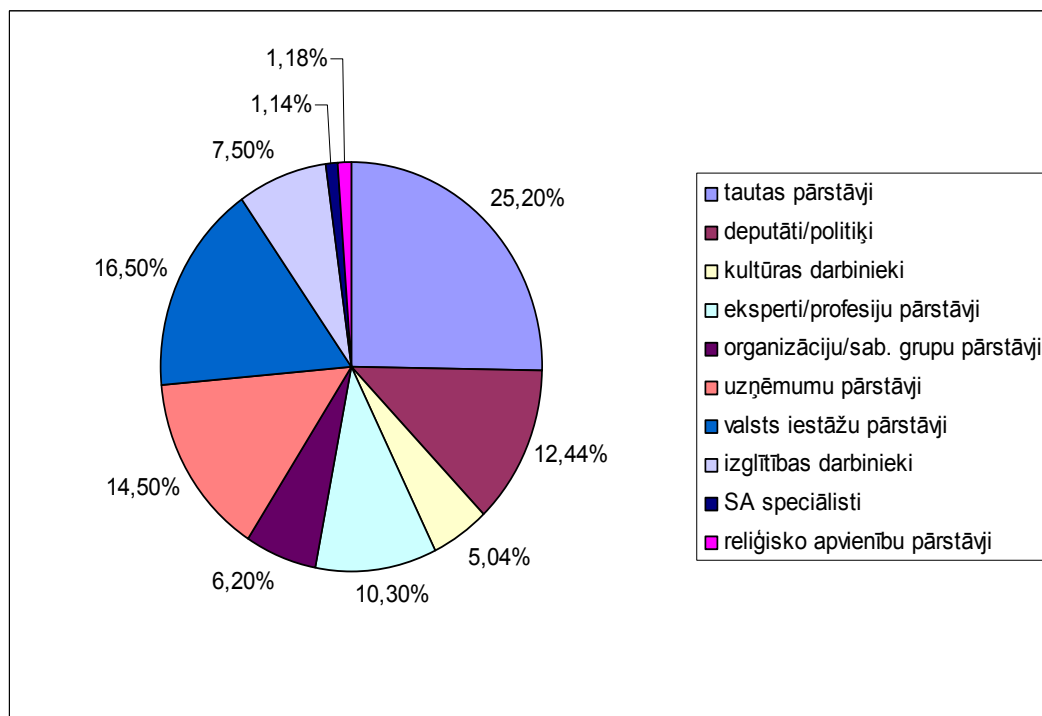


3. attēls Publikāciju autori laikrakstā "Liesma"

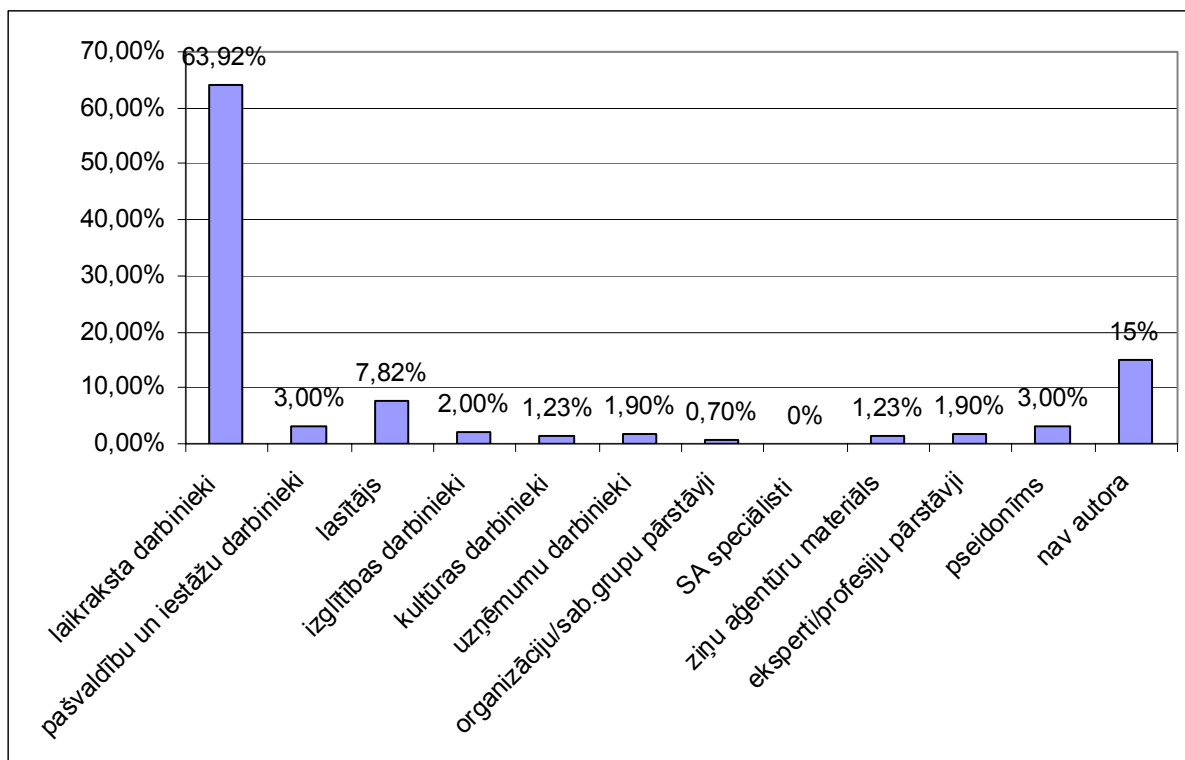
2.pielikums
Laikraksta "Druva" kontentanalīzes rezultāti



1. attēls Laikraksta "Druva" publikāciju avoti

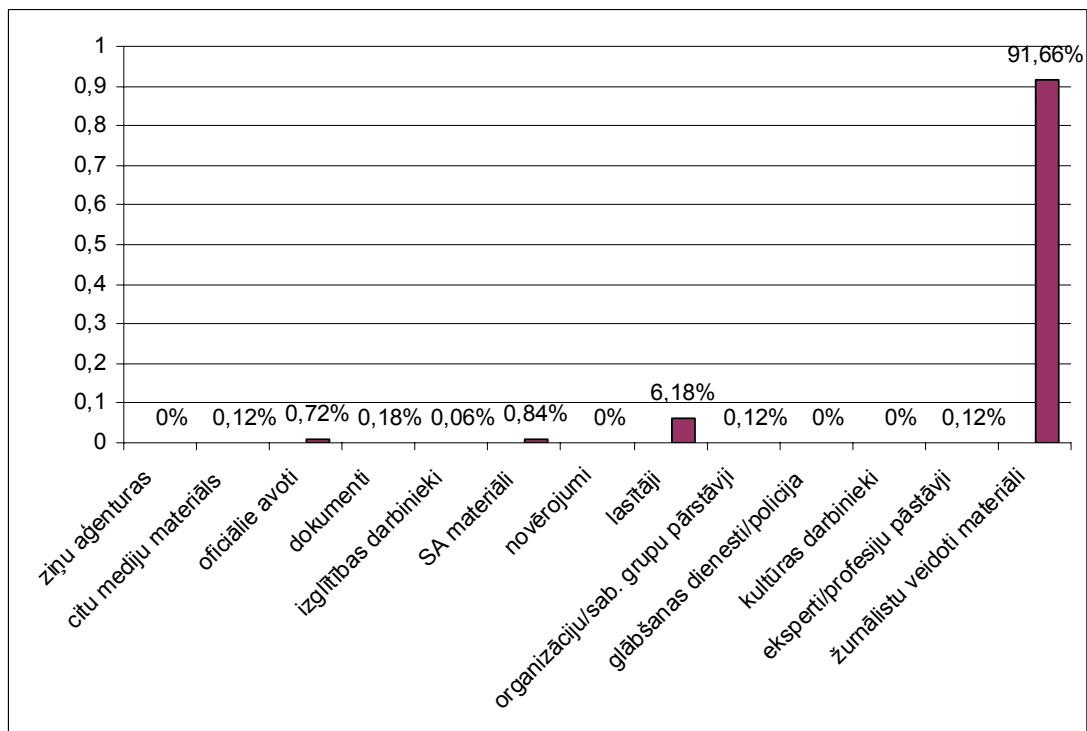


2. attēls Intervēto personu statuss laikrakstā "Druva"

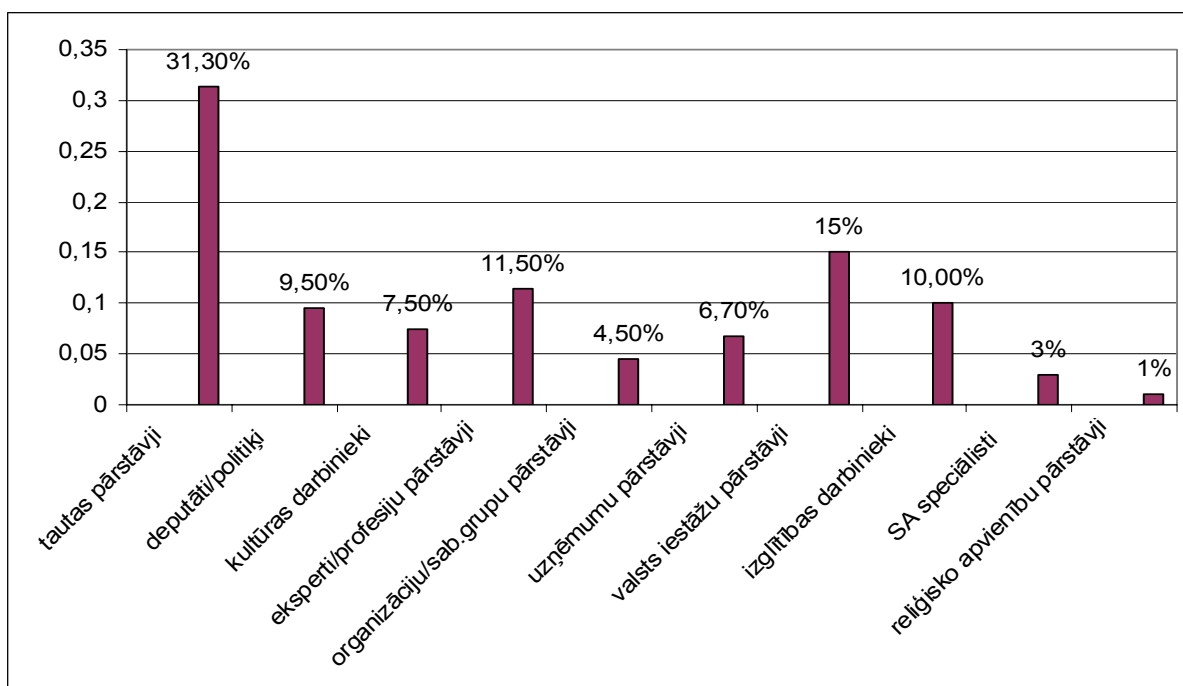


3. attēls Laikraksta "Druva" publikāciju autori

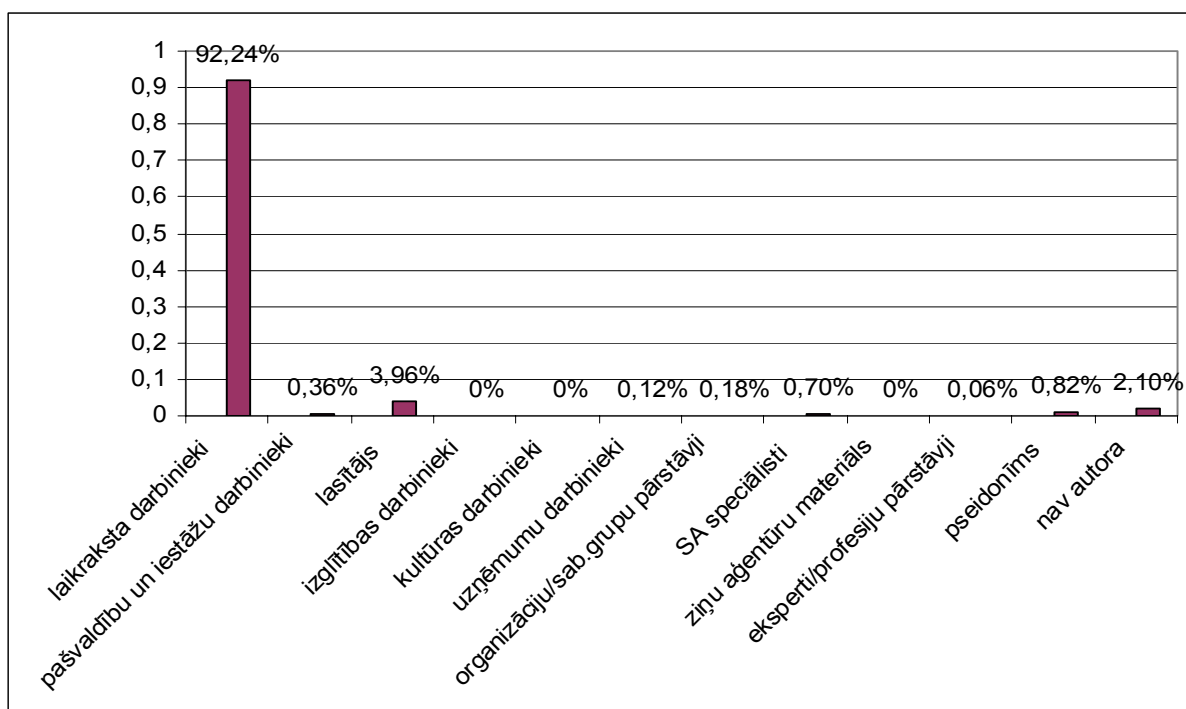
3.pielikums
Laikraksta ‘‘Ziemeļlatvija’’ kontentanalīzes rezultāti



1. attēls Laikraksta ‘‘Ziemeļlatvija’’ publikāciju avoti

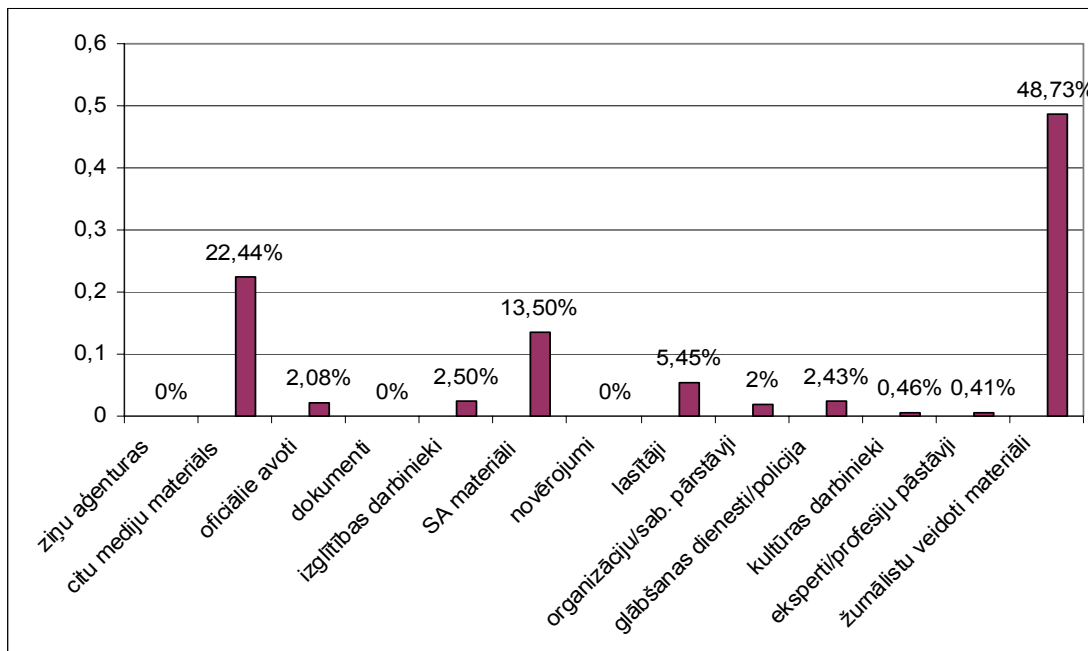


2. attēls Intervēto personu statuss laikrakstā ‘‘Ziemeļlatvija’’

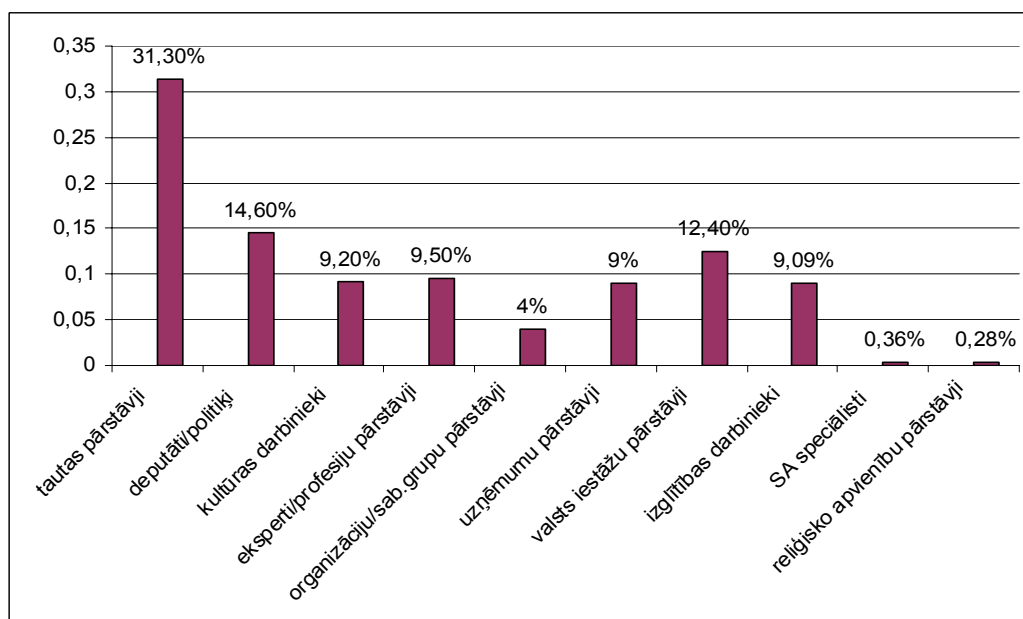


3. attēls Publikāciju autori laikrakstā "Ziemeļlatvija"

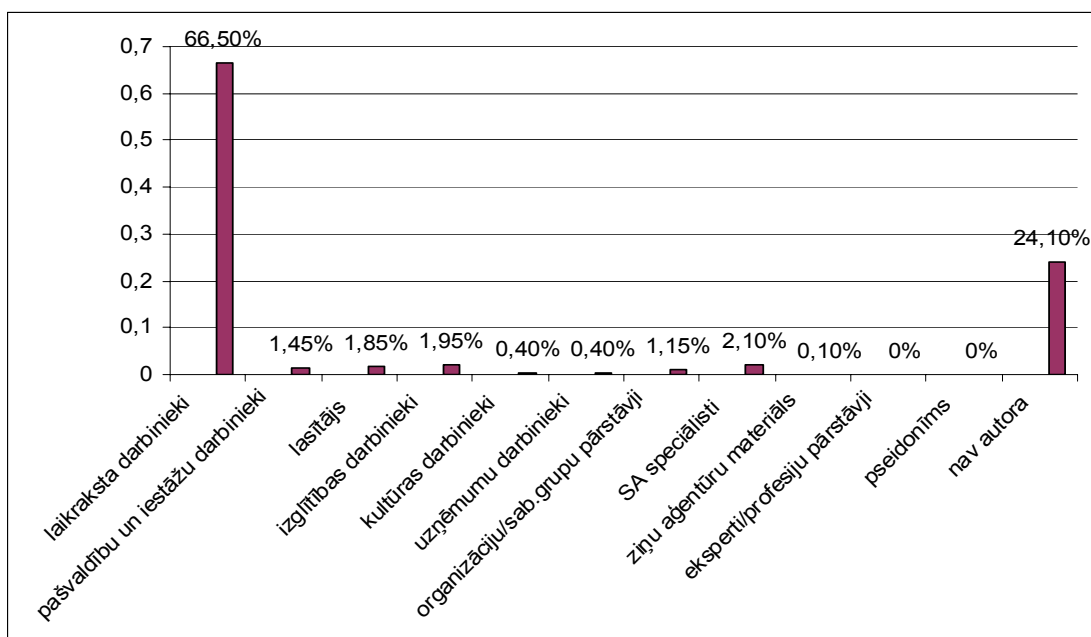
4.pielikums
Laikraksta "Auseklis" kontentanalīzes rezultāti



1. attēls Publikāciju avoti laikrakstā "Auseklis"

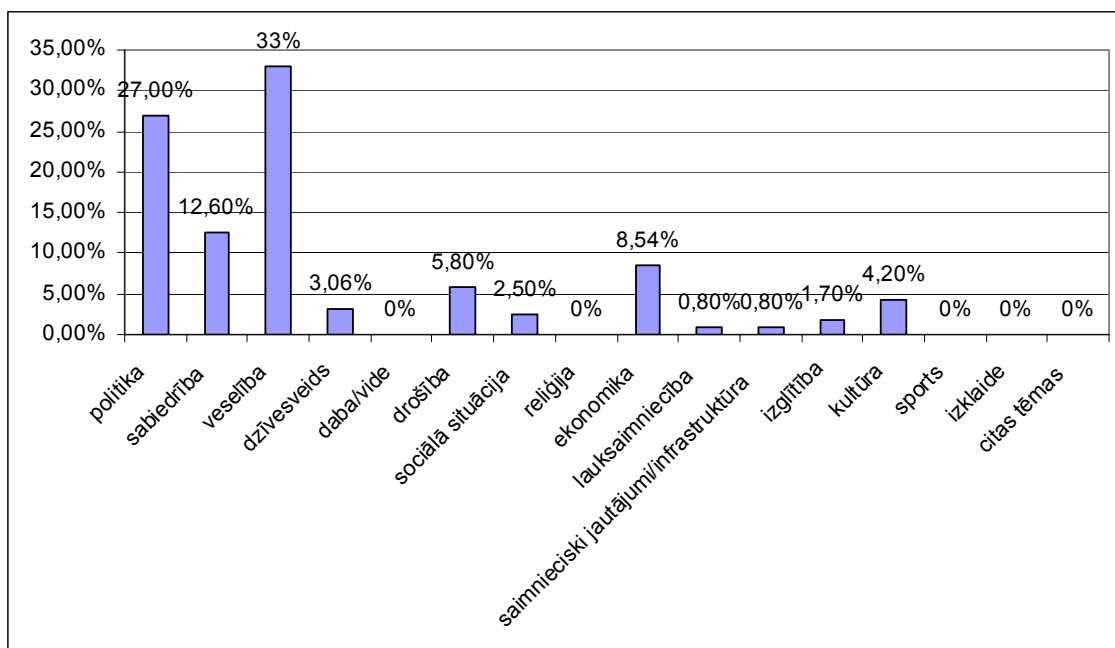


2. attēls Intervēto personu statuss laikrakstā "Auseklis"

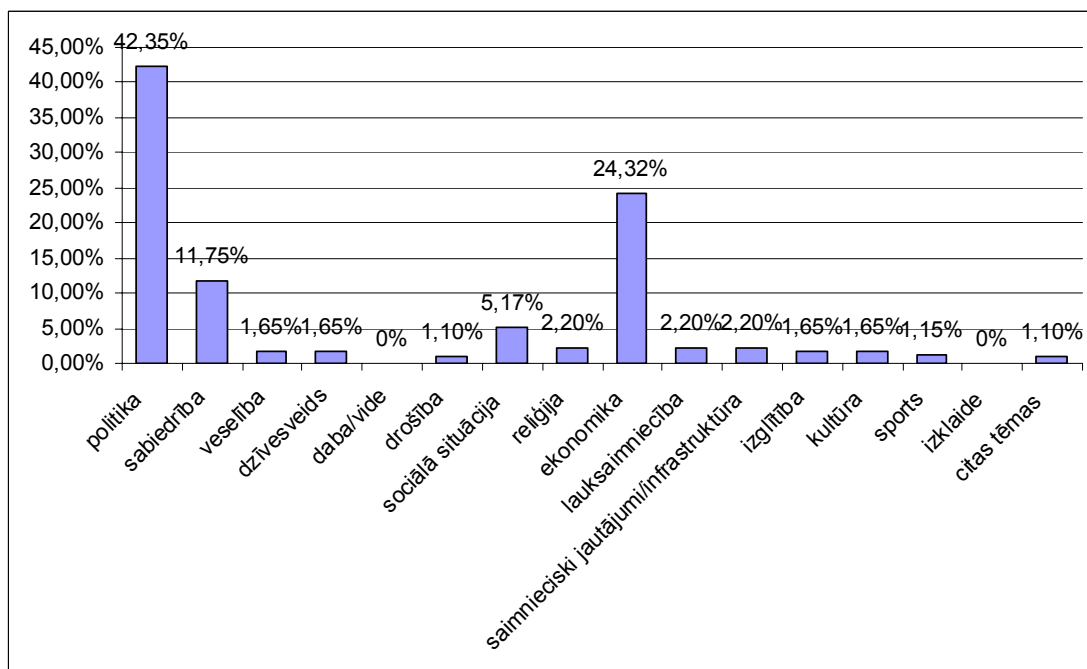


3. attēls Publikāciju autori laikrakstā ‘Auseklis’

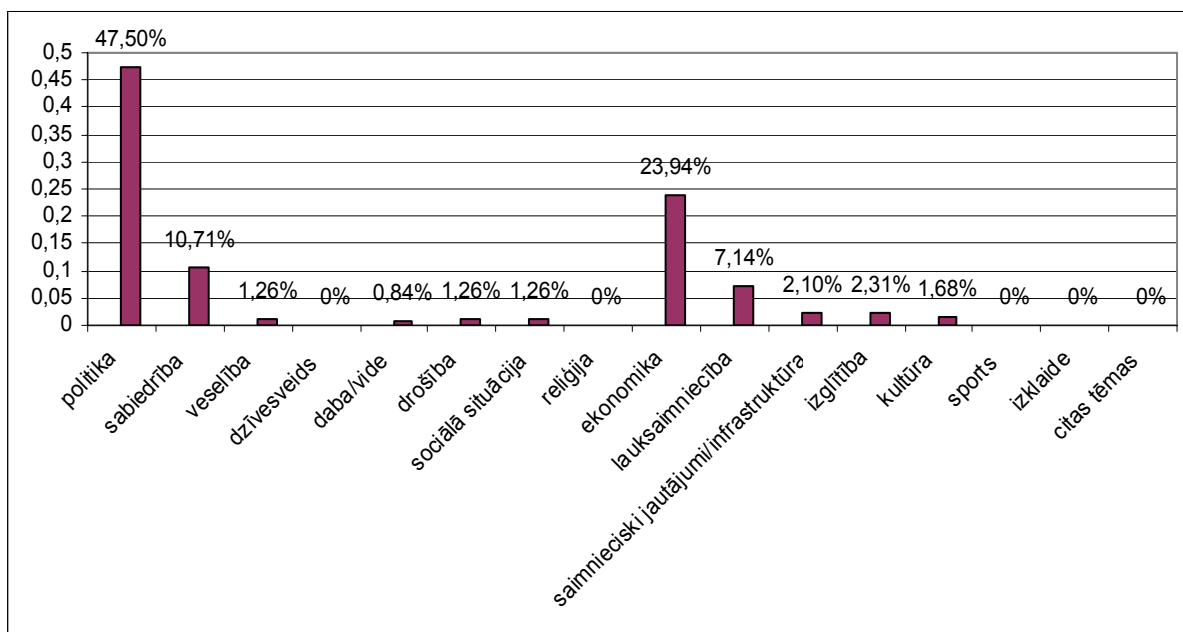
5. pielikums
Kontentanalīzes rezultāti



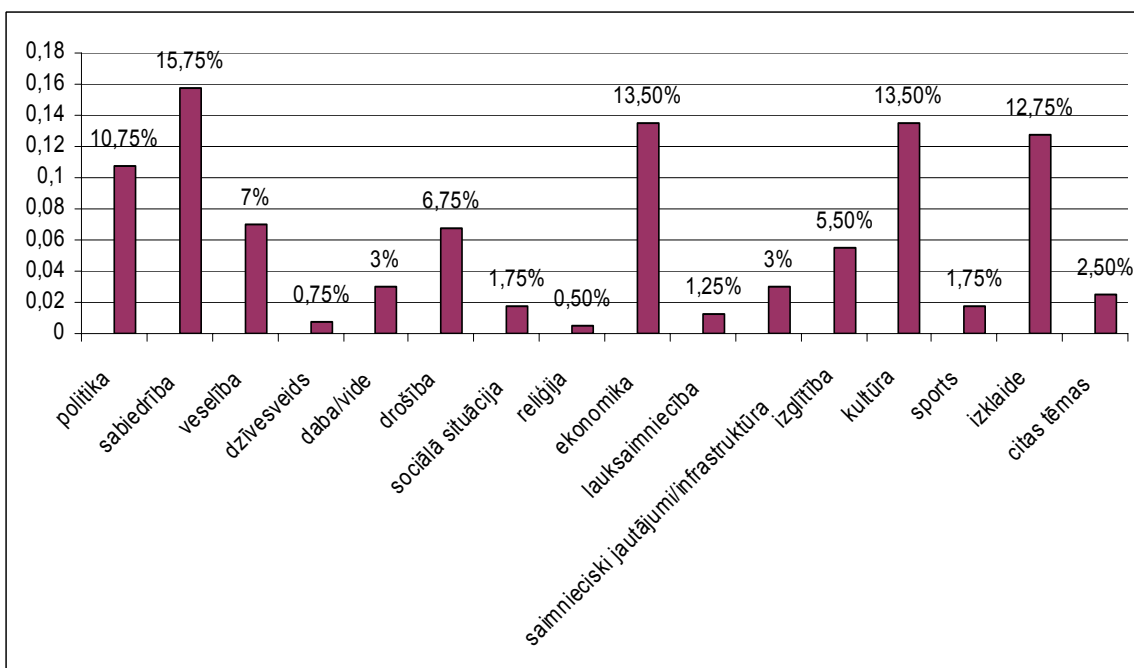
1. attēls Nacionāla mēroga tematika laikrakstā ‘Ziemeļlatvija’



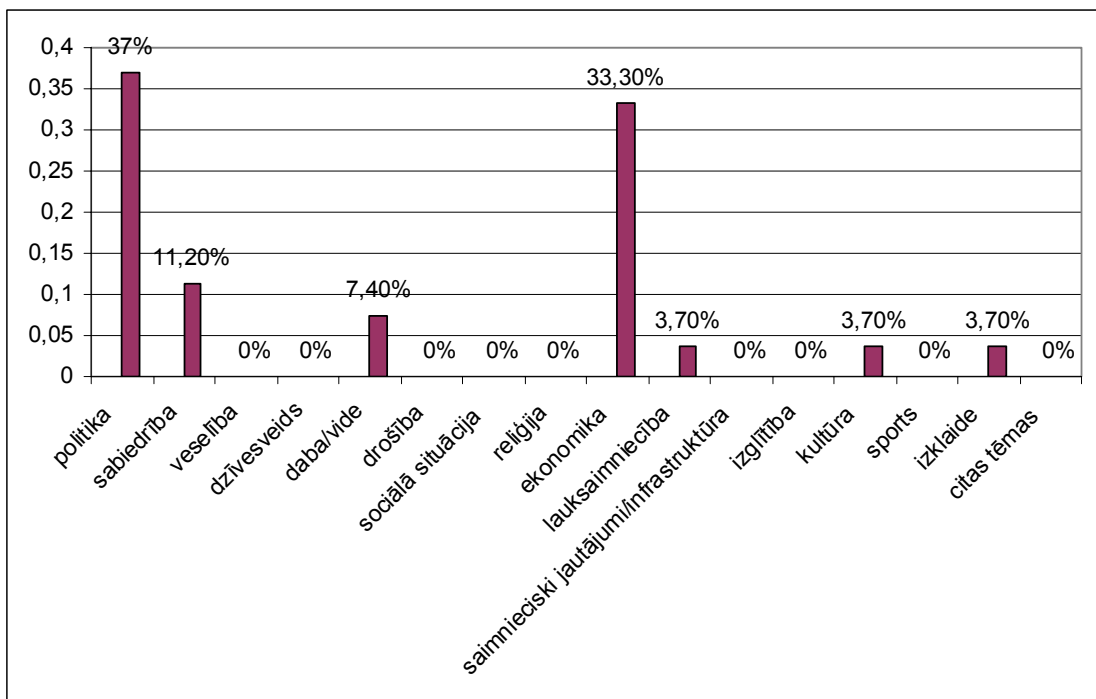
2.attēls Nacionāla mēroga tematika laikrakstā ‘Druva’



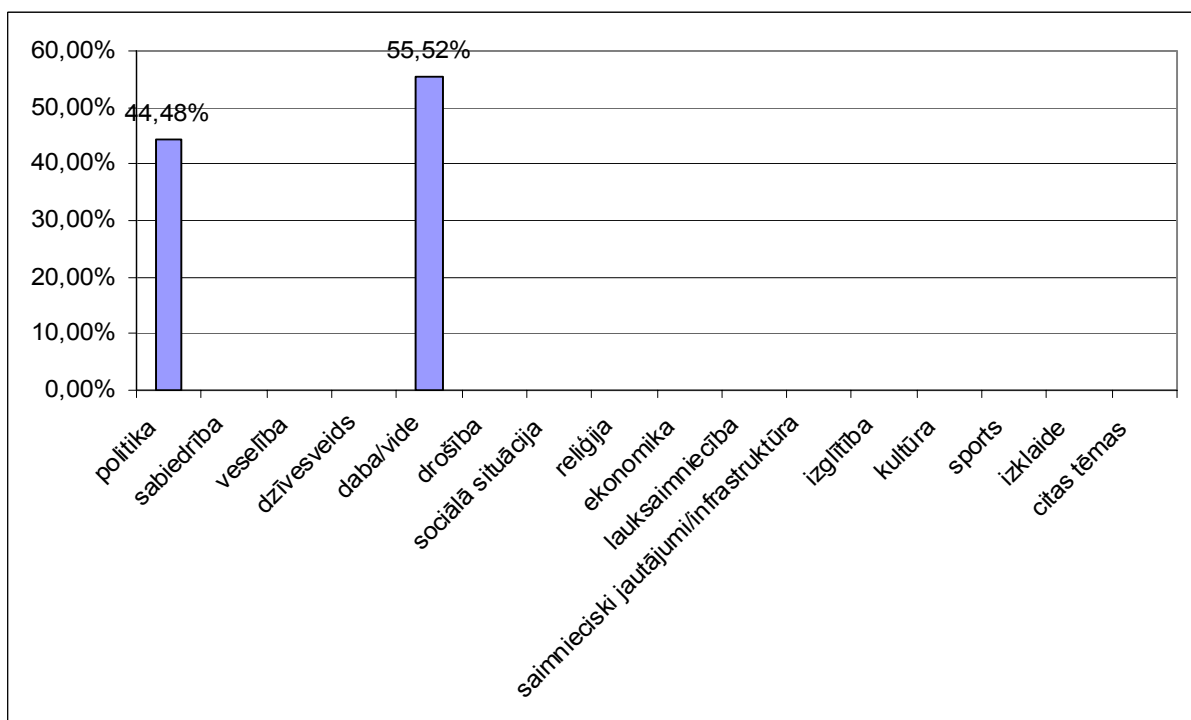
3. attēls Nacionāla mēroga tēmas laikrakstā "Liesma"



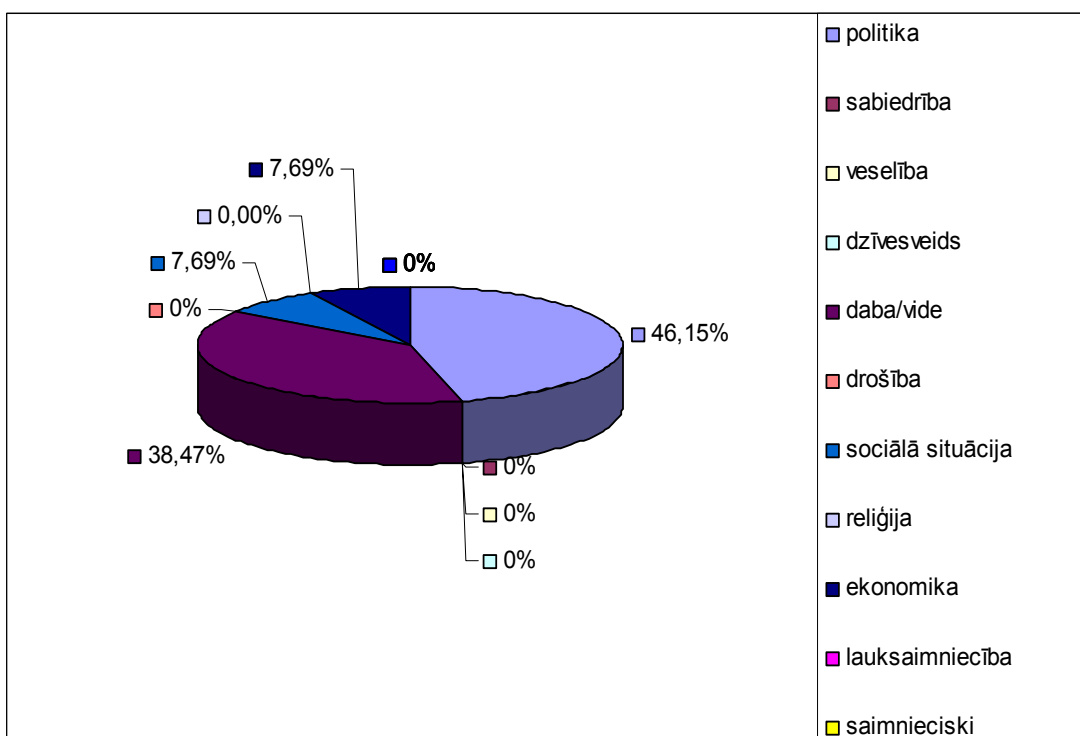
4. attēls Nacionāla mēroga tematika laikrakstā "Auseklis"



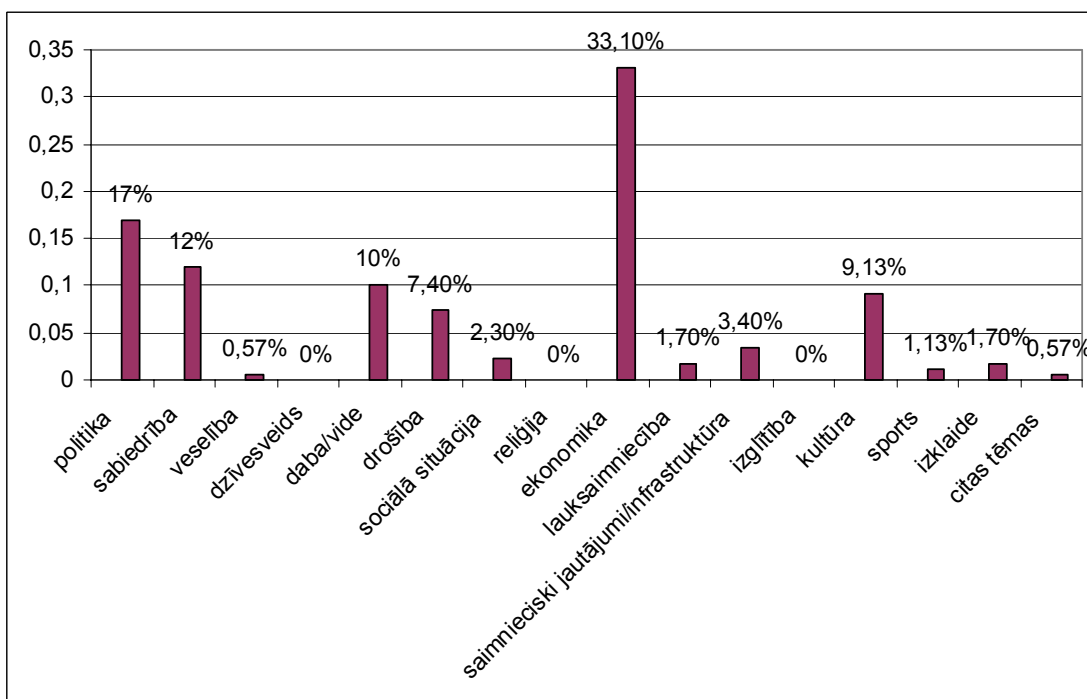
5. attēls Globāla mēroga tēmas laikrakstā "Liesma"



6. attēls Globāla mēroga tematika laikrakstā "Druva"



7. attēls Globāla mēroga tematika laikrakstā "Ziemeļlatvija"



8. attēls Globāla mēroga tematika laikrakstā "Auseklis"

Laikraksta saturs	Ziņas			Apraksti									Intervijas			
	Īsziņas	Nopietnās ziņas (hard news)	Vieglākas ziņas (soft news)	Reportāžas	Vēstures apraksti	Ziņu apraksti	Informatīvs apraksts	Portrets	Ceļojumu apraksti	Personiskās veiksmes stāsti	Komentāri/viedokļi	Lasītāju vēstules	Portretint.	Ielu intervija	Diskusija	Viedokļu intervija
Publikāciju avoti																
Ziņu aģentūru materiāls																
Citu mediju materiāls	377	4	5													
Oficiālie avoti/ uzņēmumu pārstāvji		20	14				1									
SA materiāli	182	20	28			1										
Dokumenti																
Novērojumi																
Lasītāji		24	34			2		2		1	31					
Organizāciju/sab. grupas		10	19					1		1						
Glābšanas dienesti/policija		42														
Izglītības darbinieki		6	35					1		1						
Kultūras darbinieki		1	6		1											
Eksperti/profesiju pārstāvji		2	5													
Žurnālistu veidoti materiāli		207	410	1	4	79	4	10		2	60		54		5	
Intervējamo personu statuss																
Tautas pārstāvji		62	178			67	2	16	1	2			117			
Deputāti/politiķi		155	26			17										

Kultūras darbinieki		51	71			8		2							
Eksperti/profesiju pārstāvji		44	71			12	3	3							1
Organizāciju/sab. grupu pārstāvji		22	27			8									
Uzņēmumu pārstāvji		71	23			33									1
Valsts iestāžu darbinieki		126	37			12									2
Izglītības darbinieki		70	43			15									
SA speciālisti		1	3			1									
Reliģisko apvienību pārstāvji		1				3									
Publikāciju autori															
Laikraksta darbinieki	559	276	445		4	81	4	10	4	2	61			54	5
Pašvaldību un iestāžu darbinieki		23	7				1								
Lasītājs		1	9								31				
Izglītības darbinieki		5	36			1					1				
Kultūras darbinieki		1	6		1										
Uzņēmumu darbinieki		3	5												
Organizāciju/sab. grupu pārstāvji		4	20								1				
SA speciālisti		20	27												
Ziņu aģentūru materiāls		1													
Eksperti/profesiju pārstāvji		2	4												
Pseudonīmi															
Nav autora	532		11												
Lokālas rakstu tēmas															
Politika	61	73	1			2					2			1	
Sabiedrība	47	39	41		1	5		10		1	24	6		18	

Veselība	6	9	8			1	2				1			3		
Dzīvesveids	2	2	18			9	1				8	2		11		
Daba/vide	8	19	30		2	6	1				2	3		2		
Drošība	10	44	5			3					1	2		1		1
Sociālā situācija	9	3				4						1				
Reliģija	2					2					1	2				
Ekonomika	31	23				12					2	2		1		
Lauksaimniecība	18	15	4			18						1				3
Saimnieciski jaut./infrastruktūra	24	43	12			4			1		1	8		6		1
Izglītība	56	41	81	1	1	9					1	1		2		
Kultūra	144	17	107			5					1			2		
Sports	49	1	83			1	1					1				
Izklaide	82		203								1			2		
Citi	5	1	2								1					
Nacionālas rakstu tēmas																
Politika	24	1				1					11	1		5		
Sabiedrība	54	2	1		1						5					
Veselība	28															
Dzīvesveids	3															
Daba/vide	12															
Drošība	27															
Sociālā situācija	7															
Reliģija	2															
Ekonomika	51	1									1	1				
Lauksaimniecība	5															
Saimnieciski jaut./infrastruktūra	12															
Izglītība	22															
Kultūra	54															
Sports	7															
Izklaide	50	1														

Citi	9		1														
Globālas rakstu tēmas																	
Politika	29	1															
Sabiedrība	21																
Veselība	1																
Dzīvesveids																	
Daba/vide	13							4									
Drošība	13																
Sociālā situācija	4																
Reliģija																	
Ekonomika	58																
Lauksaimniecība	3																
Saimnieciski jaut./infrastruktūra	6																
Izglītība																	
Kultūra	16																
Sports	2																
Izklaide	3																
Citi	1																

**Kontentanalīzes tabula
Laikraksts "Auseklis"**

Laikraksta saturs	Publikāciju skaits
Ziņas:	
Īsziņas	1091
Nopietnās ziņas (hard news)	336
Vieglāka rakstura ziņas (soft news)	597
Reportāžas	1
Apraksti:	
Vēstures apraksti	5
Ziņu apraksti	82
Informatīvs apraksts	5
Portrets	10
Ceļojumu apraksts	4
Personiskās pieredzes/veiksmes stāstu apraksts	2
Komentāri/viedokļi	63
Lasītāju vēstules	31
Intervijas:	
Portretintervijas	-
Ielu intervijas	54
Diskusijas	-
Viedokļu intervijas	5
Sludinājumi	Ir
Līdzjūtības un apsveikumi	Ir
Pielikumi	Ir

7. pielikums
Kontentanalīzes tabula laikraksts "Druva"

Laikraksta saturs	Ziņas				Apraksti								Intervijas			
	Īsziņas	Nopietnās ziņas (hard news)	Vieglākas ziņas (soft news)	Reportāžas	Vēstures apraksti	Ziņu apraksti	Informatīvs apraksts	Portrets	Ceļojumu apraksti	Personiskās veiksmes stāsti	Redakcijas viedoklis	Lasītāju vēstules	Portretint.	Ielu intervija	Diskusija	Viedokļu intervija
Publikāciju avoti																
Ziņu aģentūru materiāls		1	2													
Citu mediju materiāls	64	3	2			1										
Oficiālie avoti/ uzņēmumu pārstāvji		3	7								3					
SA materiāli		1	8													
Dokumenti			1													
Novērojumi			1													
Lasītāji		24	18					3				223				
Organizāciju/sab. grupas		3	2									2				
Glābšanas dienesti/policija		63														
Izglītības darbinieki		1	17		1											
Kultūras darbinieki			1													
Eksperti/profesiju pārstāvji		2	3								2					
Žurnālistu veidoti materiāli	293	538	787	6	5	181	23	3	2	5	117		11	2	3	27
Intervējamo personu statuss																
Tautas pārstāvji		85	344	6	5	112	8	1	1	3	5		2	10	1	8

Deputāti/politiķi		172	42	3		58					1			2	3	
Kultūras darbinieki		14	68	3		4		2			5		4		1	
Eksperti/profesiju pārstāvji		59	105	4	1	46	8	1			10		4		8	
Organizāciju/sab. grupu pārstāvji		38	79	1		30	2							2		
Uzņēmumu pārstāvji		151	89	2		92	5			4					4	
Valsts iestāžu darbinieki		222	62	2		93	9							3	4	
Izglītības darbinieki		52	59	1		30	2	2			2		1	4		
SA speciālisti		18	5			1										
Reliģisko apvienību pārstāvji		8	13	1		3										
Publikāciju autori																
Laikraksta darbinieki	319	574	816	6	6	182	23	3	2	5	121		11	2	3	27
Pašvaldību un iestāžu darbinieki		58	4													
Lasītājs			4						3			223				
Izglītības darbinieki		1	17													
Kultūras darbinieki			1													
Uzņēmumu darbinieki		1	1													
Organizāciju/sab. grupu pārstāvji		2	3									2				
SA speciālisti																
Ziņu aģentūru materiāls			1													
Pseudonīmi		1	2													
Eksperti/profesiju pārst.		2														
Nav autora	370	3	61								1					
Lokālas rakstu tēmas																
Politika	126	55	2			7					2	7	11	2		

Sabiedrība	25	33	65			17	1	3 1			5	12			3
Veselība	13	17	20			6	5				1	15		1	
Dzīvesveids	12	15	62			16				1	9	11			1
Daba/vide	17	22	34		2	8	5				1	5			1
Drošība	23	160	11			15	4				2	9			
Sociālā situācija	14	29	10			18					3	6			1
Reliģija	10	2	6			2									
Ekonomika	38	53	15			15	3			1	2	4			3
Lauksaimniecība	30	41	21			29	2			3		7		1	3
Saimnieciski jaut./infrastruktūra	56	84	18			13					5	66			4
Izglītība	45	47	89	1		18					3	15			
Kultūra	95	19	140	2	1	8					3	6			
Sports	103	3	125			3									
Izklaide	40		279	2	1	1	1		1			4			2
Citas tēmas	33	17	8	1	2		1				7	23			1
Nacionāla mēroga rakstu tēmas															
Politika		13	1			2					40	14		1	6
Sabiedrība:		3	1								11	6			
Veselība		1									1	1			
Dzīvesveids						1					1	1			
Daba/vide															
Drošība											1	1			
Sociālā situācija	1	2				1					6				
Reliģija											3	1			1
Ekonomika	5	17	1			2	1				10	7			1
Lauksaimniecība		2										2			
Saimnieciski jaut./infrastruktūra	1	1										2			
Izglītība		1									2				

Kultūra		1	2													
Sports	2															
Izklaide																
Citas tēmas		2														
Globāla mēroga rakstu tēmas																
Politika		2								2						
Sabiedrība																
Veselība																
Dzīvesveids																
Daba/vidē								4		1						
Drošība																
Sociālā situācija																
Ekonomika																
Lauksaimniecība																
Saimnieciski jaut./infrastruktūra																
Izglītība																
Kultūra																
Sports																
Izklaide																
Citas tēmas																

**Kontentanalīzes tabula
Laikraksts ‘Druva’**

Laikraksta saturs	Publikāciju skaits
Ziņas:	
Īsziņas	689
Nopietnās ziņas (hard news)	642
Vieglāka rakstura ziņas (soft news)	910
Reportāžas	6
Apraksti:	
Vēstures apraksti	6
Ziņu apraksti	182
Informatīvs apraksts	23
Portrets	31
Ceļojumu apraksts	5
Personiskās pieredzes/veiksmes stāstu apraksts	5
Komentāri/viedokļi	122
Lasītāju vēstules	225
Intervijas:	
Portretintervijas	11
Ielu intervijas	2
Diskusijas	3
Viedokļu intervijas	27
Sludinājumi	Ir
Līdzjūtības un apsveikumi	Ir
Pielikumi	Ir

8. pielikums
Kontentanalīzes tabula laikraksts "Ziemeļlatvija"

Laikraksta saturs	Ziņas			Apraksti									Intervijas			
	Īsziņas	Nopietnās ziņas (hard news)	Vieglākas ziņas (soft news)	Reportāžas	Vēstures apraksti	Ziņu apraksti	Informatīvs apraksts	Portrets	Ceļojumu apraksti	Personiskās veiksmes stāsti	Komentāri/viedokļi	Lasītāju vēstules	Portretintervijas	Ielu intervija	Diskusija	Viedokļu intervija
Publikāciju avoti																
Ziņu aģentūru materiāls																
Citu mediju materiāls			1													1
Oficiālie avoti/ uzņēmumu pārstāvji		9	2								1					
SA materiāli		14														
Dokumenti		2	1													
Novērojumi																
Lasītāji		24	3			10			1		65					
Organizāciju/sab. grupas			2													
Glābšanas dienesti/policija																
Izglītības darbinieki			1													
Kultūras darbinieki																
Eksperti/profesiju pārstāvji		1	1													
Žurnālistu veidoti materiāli		554	761	3	-	79	2	22	1	-	90			53		1
Intervējamo personu statuss																
Tautas pārstāvji		115	157	1		83	1	20	2		6			265		
Deputāti/politiķi		157	10	1		27					5					1

Kultūras darbinieki		29	132			3		4			5				
Eksperti/profesiju pārstāvji		79	122			45	3	2			7				
Organizāciju/sab. grupu pārstāvji		40	56			3		1			2				
Uzņēmumu pārstāvji		88	18		2	47		3			1				
Valsts iestāžu darbinieki		239	31			37					3				
Izglītības darbinieki		85	94			20		4			4				
SA speciālisti		38	19			8	1								
Reliģisko apvienību pārstāvji		8	9			3									
Publikāciju autori															
Laikraksta darbinieki		583	762	3	-	89	2	22	2	-	90				1
Pašvaldību un iestāžu darbinieki		5	1												
Lasītājs											66				
Izglītības darbinieki															
Kultūras darbinieki															
Uzņēmumu darbinieki		2													
Organizāciju/sab. grupu pārstāvji		3													
SA speciālisti		11	2												
Ziņu aģentūru materiāls															
Eksperti/profesiju pārstāvji			1												
Pseudonīmi			14												
Nav autora	33		3												
Lokālas rakstu tēmas															
Politika		60				4					8	5		7	
Sabiedrība		82	111	1		20	2	22			11	12		6	

Veselība		24	32			1					5	5		15		
Dzīvesveids			21			4					2	1		1		
Daba/vide		9	20	1		3					1	3				
Drošība		114	1			3					1	1		2		
Sociālā situācija		8	9								2	1				
Reliģija		6				2										
Ekonomika		27				13						2				
Lauksaimniecība		27	3			4						11				
Saimnieciski jaut./infrastruktūra		122	9			24					1	8		3		
Izglītība		74	72	1		8						2		2		
Kultūra		31	82			1					1	1		2		
Sports		2	253								1	1				
Izklaide			165									1		3		
Citi		1	3								2	2				
Nacionālas rakstu tēmas																
Politika		5									18	4		5		
Sabiedrība		1									8	5		1		
Veselība	33	3	1			1					1					
Dzīvesveids											4					
Daba/vide																
Drošība											4			1		
Sociālā situācija		1	1									1				
Reliģija																
Ekonomika		4									5			4		1
Lauksaimniecība		1														
Saimnieciski jaut./infrastruktūra											1					
Izglītība		1									1					
Kultūra											4			1		
Sports																
Izklaide																

Citi																
Globālas rakstu tēmas																
Politika		1									5					
Sabiedrība																
Veselība																
Dzīvesveids																
Daba/vide								2			3					
Drošība																
Sociālā situācija											1					
Reliģija																
Ekonomika						1										
Lauksaimniecība																
Saimnieciski jaut./infrastruktūra																
Izglītība																
Kultūra																
Sports																
Izklaide																
Citi																

**Kontentanalīzes tabula
Laikraksts ‘Ziemeļlatvija’**

Laikraksta saturs	Publikāciju skaits
Ziņas: Īsziņas	
Nopietnās ziņas (hard news)	604
Vieglāka rakstura ziņas (soft news)	782
Reportāžas	3
Apraksti: Vēstures apraksti	-
Ziņu apraksti	89
Informatīvs apraksts	2
Portrets	22
Ceļojuma apraksts	2
Personiskās pieredzes/veiksmes stāstu apraksts	-
Komentāri/viedokļi	90
Lasītāju vēstules	66
Intervijas: Portretintervijas	-
Ielu intervijas	53
Diskusijas	-
Viedokļu intervijas	1
Sludinājumi	Ir
Līdzjūtības un apsveikumi	Ir
Pielikumi	Ir

Laikraksta saturs	Ziņas			Apraksti									Intervijas			
	Īsziņas	Nopietnās ziņas (hard news)	Vieglākas ziņas (soft news)	Reportāžas	Vēstures apraksti	Ziņu apraksti	Informatīvs apraksts	Portrets	Ceļojumu apraksti	Personiskās veiksmes stāsti	Komentāri/viedokļi	Lasītāju vēstules	Portretinter- vija	Ielu interviija	Diskusija	Viedokļu interviija
Publikāciju avoti																
Ziņu aģentūru materiāls	41	15														
Citu mediju materiāls		3	11													
Oficiālie avoti/ uzņēmumu pārstāvji		94	44			2	1				15	1				
SA materiāli		42	38													
Dokumenti		1					1									
Novērojumi		2														
Lasītāji		12	23		4						5	122				
Organizāciju/sab. grupas		15	76			1					3	1				
Glābšanas dienesti/policija		28	1								2					
Izglītības darbinieki		3	149				1				6		8		1	
Kultūras darbinieki		2	33			2					1					
Eksperti/profesiju pārstāvji		6	26			1					7					
Žurnālistu veidoti materiāli		253	706	2	4	71	2	15	1	5	128		20	81	1	79
Intervējamo personu statuss																
Tautas pārstāvji		32	122			19		8		3	2		3	42 5		8

Deputāti/politiķi		33	10			8		3		1	1				11	
Kultūras darbinieki		12	63			15		4				5			11	
Eksperti/profesiju pārstāvji		30	76	4		26	3	5			4		6		11	
Organizāciju/sab. grupu pārstāvji		10	29												2	
Uzņēmumu pārstāvji		52	36	2		35		1		3			1		35	
Valsts iestāžu darbinieki		37	17	2		10	2								6	
Izglītības darbinieki		28	79			14		1		1	2		4		4	
SA speciālisti		5	3			1										
Reliģisko apvienību pārstāvji		2	3			1		1							3	
Publikāciju autori																
Laikraksta darbinieki		540	765	2	4	71	3	15	1	5	136		20	81	1	79
Pašvaldību un iestāžu darbinieki		94	41			1	1				11					
Lasītājs		2	16		4						1	122				
Izglītības darbinieki		3	120			1	1				5			8	1	
Kultūras darbinieki		2	11			2										
Uzņēmumu darbinieki		4	11								5	1				
Organizāciju/sab. grupu pārstāvji		7	75			1					3	1				
SA speciālisti		18	43													
Ziņu aģentūru materiāls	20	2														
Eksperti/profesiju pārstāvji		6	25			1					6					
Pseudonīmi			4													
Nav autora	329	133	31													
Lokālas rakstu tēmas																
Politika	41	90	1			3					5	14		3	7	

Sabiedrība	25	47	155			14		15		2	15	14	20	11		3
Veselība	3	5	21			1					2	3		5		2
Dzīvesveids		4	22			2	1			1	10	1		20		3
Daba/vide	2	8	41		5	5	2					9		6		1
Drošība	3	97	7	1							2	16		2		1
Sociālā situācija	4	8	3									3				1
Reliģija	3	5	11								1					3
Ekonomika	23	65	10			9				1	2	5		2		29
Lauksaimniecība	13	37	11			15	1			1	2	1				8
Saimnieciski jaut./infrastruktūra	40	93	13			10					16	16		11		7
Izglītība	54	57	210			9					3	5		5		4
Kultūra	28	23	156			6					1	1		2		5
Sports	56	3	215			2					1	5		1		2
Izklaide	29	3	254								1	4		4		1
Citi	7		4									2		2		
Nacionālas rakstu tēmas																
Politika	12	10	2								60	16		12		1
Sabiedrība			2		2						16	4			1	1
Veselība		2					1									
Dzīvesveids																
Daba/vide		2														
Drošība	1	1			1											
Sociālā situācija	2											1				
Reliģija																
Ekonomika	17	19		1							17	2		1		
Lauksaimniecība	1	14									2					
Saimnieciski jaut./infrastruktūra	3	1									1					
Izglītība		1									3			1		1
Kultūra		1	2								1					
Sports																

Izklaide																
Citi																
Globālas rakstu tēmas																
Politika		4									5	1				
Sabiedrība	2	1														
Veselība																
Dzīvesveids																
Daba/vide						1			1							
Drošība														1		
Sociālā situācija																
Reliģija																
Ekonomika		7									1	1				
Lauksaimniecība		1														
Saimnieciski jaut./infrastruktūra																
Izglītība																
Kultūra			1													
Sports																
Izklaide			1													
Citi																

**Kontentanalīzes tabula
Laikraksts 'Liesma'**

Laikraksta saturs	Publikāciju skaits
Ziņas:	
Īsziņas	370
Nopietnās ziņas (hard news)	609
Vieglāka rakstura ziņas (soft news)	1142
Reportāžas	2
Apraksti:	
Vēstures apraksti	8
Ziņu apraksti	77
Informatīvs apraksts	5
Portrets	15
Ceļojumu apraksti	1
Personiskās pieredzes/veiksmes stāstu apraksts	5
Komentāri/viedokļi	167
Lasītāju vēstules	124
Intervijas:	
Portretintervijas	20
Ielu intervijas	89
Diskusijas	1
Viedokļu intervijas	80
Sludinājumi	Ir
Līdzjūtības un apsveikumi	Ir
Pielikumi	Ir

**Strukturētā intervija
Laikraksta "Liesma" redaktore A. Lāce**

1. Kā uzziniet par lasītāju vēlmēm un vajadzībām? Kāda ir to loma, veidojot laikraksta saturu?

Lasītāji savu viedokli izpauž portālā *e-liesma* komentāros, tiek sūtīti e-pasti, vēstules, saņemam arī zvanus un dažkārt lasītāji ienāk redakcijā. Laikrakstā ir rubrikas *Piezvani gan, Pēc Liesmā publicētā* un *Lasītājs internetā*. Daudz palīdz portāls, jo tur pēc lasītākajiem rakstiem ir iespējams saprast, kas cilvēkiem ir svarīgs un turpināt šo tēmu laikrakstā. "Liesmas" lasītāji dalās – 50% ir Valmieras iedzīvotāji, 45% ir no lauku rajoniem, tātad rakstu tēmas ir jāsabalansē tā, lai tās atbilstu šo abu grupu interesēm.

2. Kādas tēmas lasītājiem, jūsuprāt, ir vissvarīgākās?

Svarīgs ir viss, kas skar lasītāju dzīvi tieši, apkārtnē un pašvaldībā notiekošais. Arī nacionālās ziņas pēdējā laikā ir kļuvušas svarīgākas, jo vidējās un vecākās paaudzes cilvēki nevar atļauties abonēt vietējo un nacionālo laikrakstu. Izvēlas abonēt tikai "Liesmu". Pēdējā laikā avīzē arvien vairāk ir izklaidējoši materiāli un liela uzmanība pievērsta sporta ziņām, jo tas interesē gados jaunākos lasītājus.

3. Kā vērtējiet lasītāju uzticību laikrakstam?

Ļoti uzticas, pat varētu teikt, ka tic visam, kas avīzē rakstīts, bet šeit publicētie viedokļi ir ļoti dažādi. Piemēram, par ceļu remontiem tiek jautāts laikrakstam, nevis pašvaldībai.

4. Kādi ir pamatkritēriji veidojot laikraksta saturu?

Izvērtējot rakstu tematus jāņem vērā vai tas interesēs pietiekami daudz lasītājus, ziņas aktualitāte, lokālais raksturs un raksta kvalitāte. Svarīga ir arī operativitāte, cik tas ir iespējams.

5. Kādas organizācijas un sabiedrības grupas vēlas iekļūt laikraksta saturā un kā atlasāt šo informāciju?

Reizi mēnesī laikrakstā ir atvēlēta lappuse nevalstiskajām organizācijām, tās gan lielākoties ir vienas un tās pašas. Bet šie viedokļi parādās arī daudz biežāk ne tikai atvēlētajā lapā. Organizācijas ir ļoti aktīvas.

6. Laikrakstā vērojams liels skaits publikācijas par izglītības un kultūras tematiku. Ar ko tas izskaidrojams?

Izglītības darbiniekus rakstīt laikrakstam rosina skolu vadība un šī interese ir saistīta ar izglītības programmas "Nauda seko skolēnam" ieviešanu. Skolu vadība uzskata, ja par skolu vairāk būs rakstu laikrakstā, cilvēkos radīsies pārliecība, ka skola ir ļoti laba. Tātad cīņa par lielāku skolnieku skaitu un naudas līdzekļiem. Valmieras Valsts ģimnāzijas direktors ir domes deputāts. Spriežot pēc preses relīžu skaita, ko iesūta pašvaldības sabiedrisko attiecību speciālisti, arī viņi ir iesaistīti skolas slavas celšanā. Otrkārt, skolotājam ir vieglāk uzrakstīt nevis, piemēram, zemniekam un vecākiem ir svarīgi redzēt sava bērna sasniegumus pieminētus avīzē.

8. Kāda ir redakcionālā nostāja pret SA materiāliem? Kā tos izmantojiet?

Dažkārt sabiedrisko attiecību materiāli tiek avīzē pārpublicēti, ja tie ir sabiedriski svarīgi un nav vairs laika sagatavot rakstu, bet gribam operatīvi to publicēt. Pietam bieži relīzes ir sagatavotas profesionāli. Tomēr pārsvarā turamies pie principa, ka ar preses relīze ir tikai uzziņas materiāls žurnālistikas rakstu sagatavošanā. Gadās, ka Valmieras SA speciālisti jau atsūta savu materiālu par notikumu, par kuru gribējām rakstīt paši.

9. Kā izmantojiet ziņu aģentūru materiālu?

BNS un LETA īsziņu sagatavošanai par svarīgāko valstī. Nav lokālo ziņu aģentūras.

10. Kāda loma ir reklāmdevējiem un vietējai varai satura veidošanā?

Pilnīgi nekāda, mēs esam finansiāli neatkarīgi, tāpēc varam rīkoties brīvi. Ir bijuši piedāvājumi no domes par viņiem vēlamām publikācijām, bet mēs paliekam pie saviem principiem.

11. Kā tiek veidotas ziņas par kaimiņu novados notiekošo?

Informāciju iegūstam no pašvaldību izdevumiem, preses relīzēm un arī citiem reģionālajiem laikrakstiem. Arī no ziņu aģentūras BNS. Veidojot šos rakstus tiek meklēts, kas varētu būt interesants "Liesmas" lasītājam.

12. Ko nozīmē ERAF (Eiropas reģionālās attīstības fonds) logo pie atsevišķiem rakstiem? Vai tie ir apmaksāti raksti?

Jā šie raksti ir maksas publikācija un tas tiek arī norādīts pie raksta.

Strukturētā intervija
Laikraksta ‘Liesma’ žurnālists Dzintars Močs

1. Vai ņemiet vērā lasītāju vēlmes un vajadzības, veidojot laikraksta saturu?

Vecāka gada gājuma cilvēki raksta vēstules, jaunāki aktīvāk izmanto portālu, komentējot, rakstot e-pastus.

2. Kādas tēmas lasītājiem, jūsuprāt, ir vissvarīgākās?

Māju apsaimniekošana, pilsētā ieilgušie ceļu remontdarbi. Kaut arī, piemēram, māju apsaimniekošana, ir sāpīga tēma dažiem simtiem cilvēku, sarosās arī citi, kas meklē taisnību caur laikrakstu. Ir vērojams cikliskums – ja tuvojas vēlēšanas, galvenā ir politika. Bet ikdienā tās ir sadzīves problēmas, ikdienišķas lietas.

3. Kā vērtējat lasītāju uzticību laikrakstam?

Domāju, ka uzticas. Kaut arī kopumā lasītāju skaits samazinās, jo elektroniskie mediji kļūst populārāki. Cilvēki bieži, risinot kādu problēmu, griežas redakcijā pēc palīdzības. To pierāda arī tas, ka izbraucot uz pagastiem, ‘Liesma’ tiek uzņemta pat ar klātiem galdiem. Nesen piedzīvojām Mazsalacā, ka skolā pat piesprausts paziņojums pie sienas, ka ieradīsimies. Tā pagājušo laiku tradīcija vēl nav zudusi.

4. Kādi ir pamatkritēriji veidojot laikraksta saturu?

Uzsvars ir uz lokālām ziņām. Nacionālās ziņas ir maz, tikai aktuālākā informācija. Taču ziņas par Igauniju ir ļoti svarīgas mūsu lasītājiem pierobežā, zemniekiem, kas brauc tur tirgoties. Tāpēc sadarbojamies ar ārštata korespondenti, lai būtu iespējams svarīgāko informāciju atspoguļot. Liela daļa mūsu lasītāju nelieto internetu, tāpēc svarīgas ir arī ziņas par blakus rajonos notiekošo, to uzzinām pēc iesūtītajām preses relīzēm, laikrakstiem.

5. Kādus informācijas avotus visbiežāk lietojat?

Strādājot žurnālistikā tiek iegūti dažādi kontakti, tāpēc informācijas tīkls ir gana plašs. Pēdējos gados ļoti aktīvi ir sabiedrisko attiecību speciālisti, bet ne viss, ko viņi piedāvā, var tikt izmantots, jo viņiem ir svarīgi pārstāvēt savas interese.

6. Kā izmantojat ziņu aģentūru materiālu?

Nacionālo ziņu sagatavošanai un arī policijas hronikas sagatavošanai. Kaut arī policija mums dod šo informāciju, dažkārt ziņu aģentūrās ir pilnīgāka un plašāka informācija par to pašu notikumu.

7. Kā izmantojat SA materiālus?

SA uzdevums ir pārstāvēt kādu oficiālu viedokli, tāpēc ir jāuzmanās. Turklāt šī informācija tiek izsūtīta visiem lokālajiem medijiem un ja visur saturs ir vienāds, kāpēc tad pirkt avīzi.

8. Vai jums ir nācies izjust kādu spiedienu, ar mērķi ietekmēt publikāciju saturu?

Jā, cilvēks atnes oficiālu vēstuli un grib panākt, lai to publicē neko nemainot. Arī SA speciālisti ir mēģinājuši panākt kādas publikācijas atbilstību iestādes oficiālajam viedoklim. Ir bijuši arī draudi tiesāties. Bet tas nekādi nespēj ietekmēt publikāciju saturu.

9. Kāda loma ir reklāmdevējiem un vietējai varai satura veidošanā?

Valmieras domes SA speciālistu spiediens ir ļoti liels, tiek aizrādīts par publikācijām. Tas ir viņu darbs, bet mēs nepakļaujamies. Medijiem ir jābūt demokrātijas ‘sargsuņiem’.

10. Cik liela ietekme ir žurnālistu personīgajām interesēm rakstu tematu atlases procesā?

Tēmu sadalījums ir tieši atkarīgs no žurnālista interesēm un spējām, jo no tā ir atkarīga rakstu kvalitāte. Par makšķerēšanu raksta kaislīgi makšķernieki, par dabas lietām – kolēģe, kurai tas patīk. Hobiji un intereses arī nosaka rakstu tematiku ārpus ikdienišķu tēmu atspoguļošanas.

**Strukturētā intervija
‘‘Ziemeļlatvija’’ galvenā redaktore Ingūna Johansone**

1. Kā uzziniet par lasītāju vēlmēm un vajadzībām? Kāda ir to loma, veidojot laikraksta saturu?

Par lasītāju vēlmēm uzzinām izmantojot personīgos kontaktus un arī no avīzes portāla foruma, kurā iedzīvotāji izsaka savu viedokli. Tajā arī parādās daudz lasītājiem aktuālu problēmu, kurus žurnālisti var ņemt par pamatu rakstam. Protams, arī sekojot līdzīgi notikumiem valstī, novados un pašvaldībā notiekošajam.

2. Kādas tēmas lasītājiem, jūsuprāt, ir vissvarīgākās?

Praktiskas lietas, kas skar lasītāju personīgi un ietekmē viņa dzīves kvalitāti, ikdienu un nākotni. Iedzīvotājiem aktuāli ir uzzināt ticamu informāciju, nevis puspatiesības vienam no otra. Arī raksti par komunālo pakalpojumu rēķiniem ir iedzīvotājiem ļoti svarīgi, jo ir liela interese par šo jomu.

3. Kā vērtējat lasītāju uzticību laikrakstam?

Ļoti augsta. To pierāda daudzie gadījumi, ka iedzīvotāji ar savām problēmām nevērsas pie pašvaldības, bet gan pie laikraksta. Iedzīvotājiem nav ticības, ka pašvaldībā viņi tiks uzklauti un rasts risinājums, tāpēc vērsas pie laikraksta kā droša starpnieka.

4. Kādi ir pamatkritēriji veidojot laikraksta saturu?

Neitralitāte, nepaust savu personisko viedokli, kaut arī pret katru apskatīto tematu žurnālistam ir sava attieksme, to neparādām, lai raksts būtu objektīvs. Un tas bieži cilvēkiem nav saprotams, kāpēc rakstā tiek iekļauti divi pretēji viedokļi. Bet pie šī principa mēs strikti pieturamies.

5. Cik liela ietekme ir žurnālistu personīgajām interesēm rakstu tematu atlases procesā?

Žurnālista darbs ir autordarbs, tāpēc šī ietekme ir liela. Strādājot ar intervējamo žurnālistam ir iespēja variēt ar jautājumiem, no kā atkarīga būs gala informācija. Tāpat pastāv izvēle cik daudz atspoguļot no informācijas, ietekmējošs faktors ir arī

tas, cik liela ir paša žurnālista izpratne par tēmu. Galvenais redaktors izlemj vai publikācija tiks iekļauta, vai nē.

6. Kādas organizācijas un sabiedrības grupas vēlas iekļūt laikraksta saturā un kā atlasāt šo informāciju?

Visdažādākās. Ministrijas, pašvaldības, sabiedrisko attiecību aģentūras.

7. Kāda ir redakcionālā nostāja pret SA materiāliem? Kā tos izmantojiet?

Katrā redakcijā strādā ierobežots skaits darbinieku un nav iespējams pārklāt visu informatīvo telpu, tāpēc preses relīzes ir vairāk uzskatāmas kā informēšana par notikumiem, pasākumiem. Un nav iespējams žurnālistiem par to visu uzzināt nepastarpināti. Prese relīzes ir kā bāze, lai sagatavotu materiālu.

8. Pēc kādiem kritērijiem tiek izvērtēts, kuri SA materiāli tiks pārpublicēti laikrakstā?

Laikrakstā nav pārpublicētu preses relīžu, bet portālā gan, jo mums trūkst darbinieku, lai sagatavotu rakstus gan laikrakstam, gan portālam.

9. Kā izmantojiet ziņu aģentūru materiālu?

Tikai portālā, ja paši nevaram kādu iemeslu dēļ materiālu sagatavot vai tā nav mūsu darbības specifika. Tiek izmantoti ziņu aģentūru materiāli, ja ir ziņa ir par šo reģionu, kas lasītājiem ir svarīga vai arī, ja ir kāda izteikti spēcīga nacionālas nozīmes ziņa.

10. Kāda loma ir reklāmdevējiem un vietējai varai satura veidošanā?

Vērojams, ka ik pa laikam, notiekot kādam negatīvam notikumam, kāda ieinteresētā puse cenšas laikrakstu pierunāt informāciju nepublicēt. Taču mēs esam daudz pieredzējis kolektīvs, mums ir savi stingri principi un iestrādes, tāpēc vietējā vara pat necenšas kaut kādā veidā laikrakstu ietekmēt, esam neatkarīgi. Turklāt reklāmas nodaļa ir atsevišķa aģentūra, nesaistīta ar redakciju.

Strukturētā intervija
“Ziemeļlatvija” žurnāliste Inga Karpova

1. Vai ņemiet vērā lasītāju vēlmes un vajadzības, veidojot laikraksta saturu?

Interneta portālā ir iespējams paziņot operatīvās ziņas, avīzē pēc tam tālāk analizēt un meklēt *dziļāk*. Taču portālā lasītāju komentāri un forums parāda, kas cilvēkiem šķiet saistošs un par to arī rakstām. Pirms gatavot kādu rakstu, izmantoju iespēju portālā ievietot aptauju, rezultāti lieliski parāda, kā žurnālistam rakstu veidot, kur ir problēma. Tāpat arī sekojot līdzi notikumiem portāla forumā, var atrast labus materiālus. Ekonomiski aktīvi iedzīvotāji, kas ir gados jaunāki lasa portālu, avīzi lasa pensionāri un tie savu viedokli izsaka zvanot un rakstot vēstules.

2. Kādas tēmas lasītājiem, jūsuprāt, ir vissvarīgākās?

Notikumi reģionā un arī notikumi Igaunijā, jo, piemēram, ja kaimiņos pārgāja uz eiro, tad tas ļoti ietekmēja arī mūs, valcēniešus, jo dodamies turp iepirkties. Svarīgas ir arī ziņas par robežām, izmaiņas Šengenas līgumā., pašvaldībā notiekošais un ļoti sāpīgas ir apkures problēmas.

3. Kā vērtējat lasītāju uzticību laikrakstam?

Uzticas, pavisam noteikti. Cilvēkiem nav, kur sūdzēties, tāpēc taisnība tiek meklēta caur laikrakstu.

4. Kādi ir pamatkritēriji veidojot laikraksta saturu?

Ziņai ir jābūt ar lokālu raksturu. Par valstiskiem notikumiem ziņo komentāru sadaļā, tur tiek aprakstīti pārsvarā politiskie procesi. Lasītāji neabonē nacionālos laikrakstus, jo nevar to atļauties, bet reģionālo laikrakstu gan. Tāpēc rakstām par pensijām, pabalstiem, bezdarbu, jo tas ir aktuāli lasītājiem.

5. Kā izmantojat ziņu aģentūru materiālu?

Principā neizmantojam, tikai portāla saturam. Bieži vien mēs esam jau pirmie.

6. Kā izmantojat SA materiālus?

Pirms žurnālistiem sabiedrisko attiecību materiālus pārbauda redaktore, atlasītos pārbauda arī žurnālisti un nolemj veidot rakstu vai nē. Prese relīzes laikrakstā netiek pārpublicētas. Tās ir informācijas avots par apkārt notiekošo, ar nepieciešamo pamatinformāciju.

7. Kāda ir lokālo laikrakstu darbības specifika?

Ir jāaptver viss reģions, mums ir savi ziņotāji no lauku rajoniem. Un regulāri ir jāizbrauc uz pagastiem, lai avīzē parādītos informācija par notiekošo arī tur. Un tieši tur var atrast īstas *pērles*, piemēram, Sedā dzīvojošo laiku pareģi.

8. Kāda loma ir reklāmdevējiem un vietējai varai satura veidošanā?

Nepakļaujamies. Viņiem ir jāklausā mūs – tauta. Ir bijis visādi - gan solīts tikt tiesā, gan draudi, bet mēs neesam pakļāvušies. Ir reklāmdevēji, kas vēlas, lai žurnālists uzraksta viņiem reklāmrakstu, jo viņš pats neprot, bet tas ir pilnīgi atšķirīgs darbs, mums tas ir aizliegts. Un to ievērojam.

Laikrakstam ir jāatspoguļo tautas viedoklis, nevis jāpilda vietējās varas uzdevumi.

9. Kā medija īpašnieks ietekmē saturu?

Saturu absolūti neietekmē. Tas, ka esam ‘‘Dienas Mediju’’ grupā ir tikai pozitīvi, jo žurnālistiem regulāri ir iespēja papildināt profesionālās zināšanas kursus. Pirms Dienas Mediju īpašnieku maiņas tādas iespējas gan bija vairāk. Īpašniekam ir svarīgi, lai avīze būtu kvalitatīva, labi maketēta. Un arī lasītājam patīk kvalitatīva avīze ar fotogrāfijām un saturīgu informāciju.

**Strukturētā intervija
Laikraksta "Druva" redaktore Andra Gaņģe**

1. Kā uzziniet par lasītāju vēlmēm un vajadzībām? Kāda ir to loma, veidojot laikraksta saturu?

Reģionālās preses izdevumu korespondenti ikdienā ir ciešā saskarē ar saviem lasītājiem ne tikai kā žurnālisti, bet arī kā konkrēto apdzīvoto vietu iedzīvotāji, vietējo pakalpojumu izmantotāji, sabiedrisko notikumu dalībnieki. Šis tiešais kontakts nodrošina iespēju operatīvi izzināt, kādas problēmas satrauc konkrētas sabiedrības grupas, kādas situācijas reģiona iedzīvotājiem nākas risināt. Tas ir viens no veidiem, kā uzzinām par savu lasītāju vēlmēm un vajadzībām.

Gadu gaitā laikraksts ir iekarojis lasītāju uzticēšanos, iedzīvotāji vēršas redakcijā, uzticot savas problēmas, viedokļus, lūdzot palīdzību konkrētu situāciju risināšanā vai jautājumu noskaidrošanā.

Laikraksts „Druva” piedāvā interaktīvu iespēju, izveidota rubrika „Hallo, Druva”, kurā aicina lasītājus zvanīt laikraksta redakcijai par problēmām, ar kurām nācies saskarties, izteikt priekšlikumus vai pārmetumus vietējai varai, aicina izteikt viedokli par sabiedriski politiskām norisēm, procesiem sabiedrībā.

Lasītāju vēlmes un vajadzības ir noteicošais faktors, plānojot laikraksta tematiku.

2. Kādas tēmas lasītājiem, jūsuprāt, ir vissvarīgākās?

Kā reģionālais masu medijs par galveno uzdevumu uzskatām informēt iedzīvotājus par reģionālajiem un lokālajiem notikumiem, par to, kā valsts līmeņa politika, normatīvie akti ietekmē dzīvi mūsu reģionā; kā konkrētus cilvēkus vai nozares ietekmē pašvaldību lēmumi, pašvaldību iestāžu darbība to īstenošanā.

Uzskatām, ka svarīgi palīdzēt lasītājiem risināt problēmsituācijas ar valsts un pašvaldības institūcijām. Reģionālais laikraksts ir arī nozīmīgs vietējās kultūras dzīves veidotājs, tādēļ ik nedēļu tiek gatavoti materiāli par šo tematiku. Aptaujās esam pārliecinājušies, ka lasītājiem interesē kultūrvēsturiska tematika, tādēļ regulāri veidojam materiālu kopas par šo tēmu. Lasītājs laikrakstā var atrast arī praktiskus padomus dažādām dzīves situācijām, gan tādus, kas saistīti ar pakalpojumu saņemšanu pašvaldības un valsts institūcijās, gan sadzīviska rakstura ieteikumus.

Piedāvājam arī izglītojoša un izklaidējoša rakstura materiālus – ceļojumu aprakstus, stāstus par iedzīvotāju vaļaspriekiem, kuriozus notikumus u.c.

3. Kā vērtējiet lasītāju uzticību laikrakstam?

Teicami.

4. Kādi ir pamatkritēriji, veidojot laikraksta saturu?

Ļoti svarīga ir saturiskā daudzveidība un tās sabalansētība.

Veidojot materiālus, pamatkritēriji - objektivitāte, viedokļu sabalansētība, precizitāte.

5. Cik liela ietekme ir žurnālistu personīgajām interesēm rakstu tematu atlases procesā?

Tiešas ietekmes nav, taču žurnālists, protams, labprāt izvēlas rakstīt par tematiem, kas viņu satrauc un interesē kā pilsoni. Ja žurnālistu kāda konkrēta problēmsituācija skar personīgi, viņš par to informē redaktoru.

6. Kādas organizācijas un sabiedrības grupas vēlas iekļūt laikraksta saturā un kā atlasāt šo informāciju?

Visdažādākās, sākot no Saeimas politiķiem un valsts pārvaldes amatpersonām līdz skolēniem.

Galvenais atlases kritērijs – sabiedriskais nozīmīgums un aktualitāte, interesantums.

Nākamais – notikuma vai problēmas sasaiste ar mūsu reģionu.

7. Kāda ir redakcionālā nostāja pret sabiedrisko attiecību materiāliem? Kā tos izmantojiet?

Sabiedrisko attiecību darbinieku sūtītos materiālus izmantojam kā informāciju tālākajam žurnālistu darbam. Laikrakstā.

8. Pēc kādiem kritērijiem tiek izvērtēti, kuri sabiedrisko materiāli tiks pārpublicēti?

Publicējam izņēmuma gadījumos, ja paziņojums presei satur ļoti aktuālu un būtisku informāciju mūsu reģionam, kuru īsā laikā nav iespējams precizēt vai papildināt laikraksta žurnālistam.

9. Kā izmantojiet ziņu aģentūru materiālu?

Kā informāciju tālākajam žurnālistu darbam. Ja ziņu aģentūras materiāls satur ļoti aktuālu un būtisku informāciju mūsu reģionam, kuru īsā laikā nav iespējams precizēt vai papildināt laikraksta žurnālistam, izņēmuma gadījumos publicējam tieši.

10. Kāda loma ir reklāmdevējiem un vietējai varai satura veidošanā?

Nav.

11. Kāpēc, jūsuprāt, lasītāji lasa reģionālos laikrakstus?

Unikalitāte – vietējās ziņas, vietējo problēmu analīze, vietējo cilvēku portretēšana -, kas nav atrodamas citos medijos.

12. Kā tiek veidotas īsziņas? Ziņas par kaimiņu novados notiekošo?

Īsziņu atlases kritērijs – aktualitāte un interesantums. Tādi paši kritēriji, veidojot ziņas par kaimiņu rajonu notikumiem, šeit izvēle krīt arī uz līdzīgo ar mūsu rajonu, kā arī – tieši pretēji – pilnīgi atšķirīgo.

13. Ko nozīmē ERAF (Eiropas reģionālās attīstības fonds) logo pie atsevišķiem rakstiem? Vai tie ir apmaksāti raksti?

Nē, raksti nav apmaksāti, bet tiek maksāts par laukumu, kuru aizņem logo.

Strukturētā intervija
Laikraksta "Druva" žurnāliste Māra Majore - Līne

1. Vai ņemiet vērā lasītāju vēlmes un vajadzības, veidojot laikraksta saturu?

Nenoliedzami - lasītāju vēlmes un vajadzības ir būtiskas un tās tiek ņemtas vērā, veidojot laikrakstu un izvēloties tēmas, par kurām rakstīt. Nereti raksti arī top pateicoties lasītāju ieteikumiem, piemēram, lasītāji redakcijai uztic savas problēmas, raizes un neskaidrības, kuras žurnālisti noskaidro.

Ik dienu laikraksta veidotājiem ir jāatceras, ka laikraksts pastāv un to veidojam saviem lasītājiem, tādēļ tajā jābūt tam, ko viņi vēlas lasīt un uzzināt.

2. Kādas tēmas lasītājiem, jūsuprāt, ir vissvarīgākās?

Manuprāt, lasītājiem ir svarīgas visas tēmas, kas skar arī pašus lasītājus. Tātad - katrai atšķirīgai lasītāju auditorijai interesē kāda cita tēma. Piemēram, jaunās māmiņas vēlēšies lasīt par bērniem, par veselības, sociālā atbalsta, arī kultūras un vides pieejamības jautājumiem. Savukārt jauniešiem interesē raksti par citiem jauniešiem, par sportu, brīvā laika pavadīšanas aktualitātēm, bet lauksaimnieks grib laikrakstā izlasīt par citu lauksaimnieku pieredzi, aktualitātēm un problēmām lauksaimniecībā.

Uzskatu, ka nevar izdalīt kādu svarīgāko un mazāk svarīgāko tēmu. Katrai tēmai ir savs lasītāju loks, tādēļ ir būtiski, lai laikraksts būtu daudzpusīgs gan atspoguļoto tēmu ziņā, gan rakstīšanas stilā un rakstu veidā. Laikrakstā jābūt gan novadu ziņām, gan informācijai par lauksaimniecību, kultūru, sportu, izglītību, drošības un kārtības jautājumiem, politiku un citām aktualitātēm. Manuprāt, ir svarīgi ne tikai rakstīt par notikumiem, bet arī rosināt diskusijas, problēmu risināšanu, mudināt risināt, palīdzēt lasītājiem izprast dažādus neskaidrus jautājumus.

3. Kā vērtējat lasītāju uzticību laikrakstam?

Manuprāt, reģionālo laikrakstu lasītāji ir ļoti uzticīgi savam laikrakstam. Tā ir izveidojusies par tradīciju - abonēt vai pirkt laikrakstu, lasīt to regulāri. Runājot ar lasītājiem, nereti dzirdēts, ka nacionālā līmeņa laikraksti vairs netiek abonēti, bet reģionālais laikraksts tiek un tikšot abonēts.

4. Kādi ir pamatkritēriji veidojot laikraksta saturu?

Man kā korespondentei būtiskākie kritēriji ir objektivitāte, patiesums un informācijas sniegšana, rakstā ietverot pēc iespējas visu iesaistīto pušu viedokļus.

5. Kādus avotus visbiežāk lietojat?

Kā primārais avots ir konkrētie informācijas sniedzēji - iedzīvotāji, amatpersonas, dažādu organizāciju pārstāvji, lasītāji. Sekundāri, bet dažkārt ne mazāk nozīmīgi avoti ir arī normatīvie akti, ministriju un dažādu iestāžu sniegtā informācija.

6. Kā izmantojat ziņu aģentūru materiālu?

Ikdienā sekojam līdz ziņu aģentūru informācijai par aktualitātēm, tomēr tiešā veidā šo informāciju izmantojam reti. Lielākoties šādus materiālus izmantojam ideju rosināšanai, papildinformācijas gūšanai, taču rakstus veidojam paši, intervējot cilvēkus un vācot informāciju.

7. Kā izmantojat sabiedrisko attiecību materiālus?

Preses relīzes līdzīgi kā ziņu aģentūru materiālus izmantojam kā ierosmi pašu veidotam rakstam, taču relīzes pārpublicējam ļoti retos gadījumos.

8. Vai jums ir nācies izjust kādu spiedienu, ar mērķi ietekmēt publikāciju saturu?

Nē. Dažkārt intervējamie cilvēki mudina raksta saturu pavērst kādā viņiem izdevīgā virzienā, taču šādas situācijas nevar raksturot ar vārdu "spiediens".

9. Kāda loma ir reklāmdevējiem un vietējai varai satura veidošanā?

Ne reklāmdevēji, ne vietējā vara neietekmē laikraksta saturu. Šāda iejaukšanās neatkarīga laikraksta veidošanā būtu vērtējama ļoti negatīvi.

10. Cik liela ietekme ir žurnālistu personīgajām interesēm rakstu tematu atlases procesā?

Žurnālistiem ir gana plašas iespējas izvēlēties, par ko rakstīt, lielu daļu rakstus žurnālisti izplāno paši, taču laikraksta saturu veido kopā visa redakcija, izlemjot par tematiem, kas ir aktuāli un par kuriem būtu jāraksta. Cilvēciskajam faktoram dažkārt

ir nozīme, tomēr žurnālistam ir būtiski objektīvi izvērtēt un objektīvi atspoguļot norises. Tātad - pat, ja žurnālists kādā tēmā ir personīgi ieinteresēts un viņam ir savs individuāls viedoklis konkrētajā jautājumā, būtiski ir rakstu veidot objektīvi vai arī, ja tas ir grūti, mudināt rakstu par konkrēto tematiku veidot kolēģiem.

11. Kāpēc Jūsaprāt, lasītāji lasa reģionālos laikrakstus?

Kā jau iepriekš minēju - reģionālo laikrakstu lasīšana ir tradīcija, taču tas nav vienīgais iemesls. Lasītājiem ir būtiski, ka reģionālajos laikrakstos viņi var izlasīt par vietējo pašvaldību aktualitātēm, iedzīvotājiem, norisēm. Turklāt liela daļa reģionālie laikraksti, tai skaitā "Druva", lasītājus informē arī par nozīmīgākajiem valsts mēroga notikumiem politikā, tautsaimniecībā.

12. Rakstos ļoti dominē deputātu izteiktie apgalvojumi, ar ko tas izskaidrojams?

Nepiekrītu, ka rakstos dominētu deputātu izteiktie apgalvojumi, ja vērtējam Saeimas deputātu viedokļus. Atšķirīgi ir ar vietējo novadu pašvaldību deputātu argumentiem, idejām, domām - reģionālie laikraksti atspoguļo norises reģionos, tādēļ rakstos tiek iekļauti arī vietējo novadu deputātu viedokļi un uzskati. Taču nevarētu teikt, ka tie dominētu.

Strukturētā intervija

Laikraksta "Auseklis" redaktore Regīna Tamane

1. Kā uzziniet par lasītāju vēlmēm un vajadzībām? Kāda ir to loma, veidojot laikraksta saturu?

Uzzinām no vēstulēm, telefona zvaniem, tāpat no mūsu laikraksta foruma. Protams, meklējam atbildes uz jautājumiem, kas cilvēkus interesē, rakstām par problēmām. Labprāt saņemtu vēl vairāk ierosmes rakstiem. Nereti nākas atteikt rakstīt, jo zvanītājs, rakstītājs vai nu neizpauž savu uzvārdu vai arī neļauj to minēt laikrakstā. Gadījumos, kad viņš grib nosaukt konkrētu otra vārdu, bet savējo slēpj, atsakāmies par to rakstīt, jo tas nebūtu godīgi.

2. Kādas tēmas lasītājiem, jūsuprāt, ir vissvarīgākās?

Esam šādu jautājumu uzdevuši lasītājiem, atbilde parasti ir – lasām visu. Laikraksts nav tik biezs -8 un 12 lappuses. Pēdējā laikā aktuālākā tēma ir izglītība, jo Limbažos notiek skolu reforma, kas skar ļoti daudzus – gan pedagogus, gan skolēnus un arī viņu vecākus.

3. Kā vērtējat lasītāju uzticību laikrakstam?

Manuprāt, šajā ekonomiskajā situācijā tā ir pietiekami augsta. Grūti runāt par uzticību, ja cilvēkiem nav darbs un nav finanšu akūtākām lietām kā avīze. Tomēr abonentu skaits krītas salīdzinoši maz, līdzīgi kā citiem bijušo rajonu laikrakstiem.

4. Kādi ir pamatkritēriji veidojot laikraksta saturu?

Lai iespēju robežās tiktu aptverti visi novadi-Alojas, Salacgrīvas, Limbažu, Krimuldas un dažādas tēmas, tostarp arī valstī aktuālās ar vietējo viedokļiem un komentāriem.

5. Cik liela ietekme ir žurnālistu personīgajām interesēm rakstu tematu atlasē procesā?

Protams, žurnālists biežāk grib rakstīt par tēmām, kas pašam tuvākas un saprotamākas, bet pamatvirzieni tiek sadalīti – viens raksta par izglītību, cits par

kultūru, sportu, pašvaldībām, dabu, zemessardzi utt. Tad nu katram nākas iedziļināties arī sākumā svešā tēmā. Pa vidu, protams, var uzrakstīt arī ko sev sirdij tuvāku.

5. Kādas organizācijas un sabiedrības grupas vēlas iekļūt laikraksta saturā un kā atlasāt šo informāciju?

Pirms vēlēšanām partijas, ikdienā ļoti aktīvas ir atsevišķas sabiedriskās organizācijas. Daudz informācijas pienāk no skolām un arī par sporta pasākumiem, pamatā visus arī ieliekam, ja nav atsūtīts novēloti, mēģinām īsināt.

6. Kāda ir redakcionālā nostāja pret SA materiāliem? Kā tos izmantojiet?

SA materiālus pamatā izmantojam informācijai, lai savāktu plašāku materiālu. Ja nav iespējams pašiem būt klāt notikumos, izmantojam vietējo novadu sabiedrisko attiecību speciālistu foto un tekstus. Ļoti maz izmantojam SA iesūtītās relīzes ārpus mūsu bijušā rajona, tikai tos, kuri kaut kādā veidā saistīti ar mūsu novadu.

7. Kā izmantojiet ziņu aģentūru materiālu?

Mums ir līgums ar LETU, izmantojam viņu informāciju, lai veidotu Latvijas ziņas, kā arī informāciju bloku par notikumiem kaimiņos. Tāpat gūstam ierosmes saviem rakstiem.

8. Kāda loma ir reklāmdevējiem un vietējai varai satura veidošanā?

Reklāmdevēji liek reklāmas, nereti arī reklāmrakstus, kur norādīts, ka tā ir reklāma vai arī teksta viducī tiek ievietota reklāma. Reizēm, kad kāds liek daudz reklāmu, atļaujamies uzrakstīt arī kādu tekstu bez maksas. Lai gan ļoti daudzos materiālos – par uzņēmējiem, zemniekiem un biznesmeņiem jau tāpat ir reklāmas elementi, jo par viņiem rakstot tāpat pieminam viņu produktu un reklamējam viņa nodarbi.

Vietējās varas loma? Esam finansiāli neatkarīgi un tieši vara nepiedalās laikraksta satura veidošanā. Vietējās varas viedoklis, darbs parādās, rakstot par pašvaldības lēmumiem, veikumu, pasākumiem utml.

9. Kāpēc cilvēki lasa lokālos laikrakstus?

Lai uzzinātu, kas notiek viņa tuvākajā apkārtnē, lai atrastu atbildes uz sev interesējošiem jautājumiem un bieži vien ieraudzītu arī viņu pašu pieminētu avīzē.

10. Kā tiek veidotas ziņas par blakus novados notiekošo?

Ir notikums un mēs par to rakstām. Par kaimiņos notiekošo uzzinām Letā, delfi.lv, kaimiņu avīzēs un preses relīzēs.

11. Ko nozīmē ERAF (Eiropas reģionālās attīstības fonds) logo pie atsevišķiem rakstiem? Vai tie ir apmaksāti raksti?

Par Eiropas un citu fondu līdzfinansētiem projektiem rakstām vai katrā laikraksta numurā un visbiežāk bez maksas. Pareizi esat ievērojusi, ka pie dažiem materiāliem ir arī logo. Par tiem tiek maksāts pēc vienošanās – kaut vai par logo vietīņu. Cik zināms, šajos projektos visbiežāk ir plānots finansējums par publicitāti, bet projekta īstenotāji to izmanto kur citur, jo mēs jau tāpat rakstīsim. Mēs tomēr gribam saņemt šo mums domāto naudu, tālab logo liekam tikai pie tām ziņām un rakstiem, kur vienojamies par samaksu. Bez tam, ja mēs liktu logo klāt pie visiem tekstiem par fondu finansētiem projektiem, tad mūsu avīze būtu raiba no šiem logo. Bet tas nav mūsu uzdevums kārtot projekta īstenotāju saistības pret naudas devēju to reklamējot.

**Strukturētā intervija
Laikraksta "Auseklis" žurnāliste Laila Paegle**

1. Vai ņemiet vērā lasītāju vēlmes un vajadzības, veidojot laikraksta saturu?

Veidojot laikraksta saturu, protams, ņemam vērā lasītāju vēlmes – viņu vēstules, sarunas tiekoties, telefona zvanus.

2. Kādas tēmas lasītājiem, jūsuprāt, ir vissvarīgākās?

Katrai tēmai ir savs lasītāju loks, tāpēc ikviena ir svarīga, tāpēc nevar apgalvot, ka, piemēram, raksti par lauksaimniecību ir svarīgāki nekā publikācijas par kultūru.

3. Kā vērtējat lasītāju uzticību laikrakstam?

Esam pateicīgi ikvienam lasītājam, kas mūsu avīzi pasūta vai pērk. Rīkojam arī pasūtītājiem loteriju.

4. Kādi ir pamatkritēriji veidojot laikraksta saturu?

Galvenais kritērijs – aktualitāte.

5. Kā tiek veidota īsziņas un ziņas par blakus novados notiekošo?

Izmantojam dažādus avotus – informāciju, ko dod amatpersonas, lasītāji..., preses relīzes, iestāžu pasākumu plānus utt.

6. Kā izmantojat ziņu aģentūru materiālus?

Izmantojam, veidojot ziņu apskatu par valstī un kaimiņu novados notiekošo.

7. Kā izmantojat SA materiālus?

Preses relīzes var būt pamats, lai vāktu informāciju.

8. Vai jums ir nācies izjust kādu spiedienu, ar mērķi ietekmēt publikāciju saturu?

Nekādu spiedienu neesam izjutuši.

9. Kāda loma ir reklāmdevējiem un vietējai varai satura veidošanā?

Reklāmdevējiem un vietējai varai nav tiešas ietekmes uz avīzes saturu.

10. Cik liela ietekme ir žurnālistu personīgajām interesēm rakstu tematu atlasē procesā?

Protams, jebkura raksta tapšanu ietekmē arī paša žurnālista personība.

11. Kāpēc Jūsaprāt, lasītāji lasa reģionālos laikrakstus?

Tikai reģionālajā laikrakstā lasītāji var uzzināt vietējo informāciju.

DOKUMENTĀRĀ LAPA

Bakalaura darbs "Lokālo laikrakstu dienaskārtības veidošana: Vidzemes novada laikrakstu izpēte" izstrādāts LU Sociālo zinātņu fakultātē.

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

Autors: Una Karlisone
____.____.2011.

/paraksts/

Rekomendēju darbu aizstāvēšanai

Vadītāja: *Mg.sc.soc.* Laura Uzule

/paraksts/

Recenzents: *Mg.sc.soc.* Dimitrijs Petrenko

/paraksts/

Darbs iesniegts Komunikācijas zinātnes nodaļā 30.05.2011.

Metodiķe: Inga Poļaka

/paraksts/

Darbs aizstāvēts akadēmiskā kursa darbu pārbaudījuma komisijas sēdē

____.____.2011. prot. Nr. _____, vērtējums _____

Komisijas sekretāre:

/paraksts/