

LATVIJAS UNIVERSITĀTE
SOCIĀLO ZINĀTŅU FAKULTĀTE
KOMUNIKĀCIJAS ZINĀTNES NODAĻA

**ATGRIEZENISKĀ SAITE LATVIJAS RADIO 3:
KOMUNIKATORA UN AUDITORIJAS GRUPU VĒRTĒJUMI**

BAKALaura DARBS

Autors: **Evija Liepa**

Studenta apliecības Nr.: el10040

Darba vadītāja: M. soc. zin. Ilze Šulmane

RĪGA 2013

ANOTĀCIJA

Bakalaura darba tēma ir „Atgriezeniskā saite Latvijas Radio 3: komunikatora un auditorijas grupu vērtējumi.”

Darbā izvirzīta pētnieciskā problēma – Latvijas Radio 3, izmantojot sociālos tīklus, veicina atgriezenisko saiti ar nelielu daļu auditorijas.

Pētījuma aktualitāte balstās uz to, ka mūsdienās arvien biežāk mediji izmanto sociālos tīklus. Bakalaura darba teorētiskajā daļā apskatītas tēmas par auditorijas vēlmēm un vajadzībām, kā arī atgriezeniskās saites nepieciešamību. Pētījumā izmantota kontentanalīze un daļēji strukturētās intervijas.

Pētījuma rezultātā tika secināts, ka darba izvirzītā pētnieciskā problēma ir apstiprinājusies. tas nozīmē, ka LR3, publicējot ierakstus sociālajos tīklos, veicina atgriezenisko saiti ar nelielu daļu auditorijas.

Atslēgas vārdi: Latvijas Radio 3, atgriezeniskā saite, sociālie tīkli, twitter.com

ANNOTATION

Bachelor's thesis is: " Feedback in Latvian Radio 3: the communicator and the audience group assessments."

The defined research problem - Latvian Radio 3 using social networks conducted feedback with a small part of the audience.

Topicality of the research is based on the fact that nowadays, more and more are using social media networks. In the theoretical section covers the topics on the wishes and needs, as well as the need for feedback. Part of the research author use content analysis and semi-structures interviews.

The study conducted that the defined research problem has been confirmed. this means that the LR3, publishing posts on social networks, facilitate feedback with a small part of the audience.

Keywords: Latvian Radio 3, feedback, social networks, twitter.com

Saturs

ANOTĀCIJA.....	2
ANNOTATION.....	3
APZĪMĒJUMU SARAKSTS	6
IEVADS	7
1. TEORĒTISKĀ DAĻA.....	9
1.2. Radio raksturojums	9
1.3. Sabiedriskais radio	10
2. LATVIJAS RADIO	12
2.1. Latvijas Radio 3 - Klasika.....	12
2.2. Mūzikas radio	12
2.3. Klasiskā mūzika.....	13
3. RADIO AUDITORIJA	15
3.1. Mediju funkcijas un auditorijas vajadzības.....	16
4. KOMUNIKĀCIJAS PROCESA MODEĻI.....	18
4.1. Lineārie komunikācijas procesa modeļi.....	18
4.2. Komunikācijas procesa konteksta modeļi.....	19
4.3. Šrama komunikācijas modelis	20
5. ATGRIEZENISKĀ SAITE.....	22
5.1. Latvijas radio 3 atgriezeniskās saites veidi.....	23
6. SOCIĀLAIS TĪKLS TWITTER.COM	25
7. METODOLOĢIJA.....	26
7.1. Izmantoto pētniecības metožu raksturojums.....	26
8. EMPĪRISKĀ DAĻA.....	32
8.1. Empīriskās daļas plāns.....	32
8.2. Latvijas Radio 3 auditorijas profils.....	32
8.4. Google Analytics datu analīze	37
8.5. Interviju analīze ar Latvijas Radio 3 klausītājiem	38
8.5.1. Intervija ar Annu Emsiņu	39
8.5.2. Intervija ar Emīlu Brikavu.....	39
8.5.3. Intervija ar Daigu Baranovsku.....	40
8.5.4. Intervija ar Mareku Romanovski.....	40
8.5.5. Intervija ar Latvīti Cirsi	41
8.5.6. Intervija ar Rihardu Briģi	41

8.5.7.	Intervija ar Māru Treibergu	42
8.5.8.	Intervija ar Dzintaru Eglīti.....	42
8.5.9.	Intervija ar Dārtu Tisenkopfu	43
8.5.10.	Intervija ar Māru Griezi	43
8.5.11.	Intervija ar Jāni Veckrāci	44
8.6.	Interviju analīze ar Latvijas Radio 3 darbiniekiem.....	46
8.6.1.	Intervija ar Ingu Saksoni, producente, žurnāliste	46
8.6.2.	Intervija ar Edgaru Raginski, programmu vadītājs.....	46
8.6.3.	Intervija ar Ilzi Medni, programmu vadītāja	47
NOBEIGUMS	49
IZMANTOTĀ LITERATŪRA	51
PIELIKUMI	53

APZĪMĒJUMU SARAKSTS

Latvijas Radio – LR
Latvijas Radio 3 – LR3

IEVADS

Mūsdienās sociālie tīkli kļūst arvien populārāki. Tie sniedz iespēju to lietotājiem sazināties savā starpā, kā arī uzzināt dažādus jaunumus. Lai arī sociālie tīkli ir kā konkurents televīzijai, radio, drukātajai preseī, iepriekš minētie mediji tomēr tos dažkārt izmanto kā saziņas avotu ar auditoriju un atgriezeniskās saites veidotāju. Dažādās radio stacijās var dzirdēt frāzi „Atbildiet uz jautājumu Twitter.com,” rakstot konkrētai radio stacijai, izmantojot twitter.com konta lietotājvārdu. Šāda veida atgriezeniskā saite kļūst aizvien populārāka un ieņem nozīmīgu vietu.

Sociālos tīklus izmanto gan sabiedriskie, gan komerciālie mediji. Latvijā sabiedriskais radio ir „Latvijas Radio”, kura pamatā ir piecas radiostacijas. Kā viena no tām ir Latvijas Radio 3 - Klasika. Visas radiostacijas programmas ir dzirdamas visā Latvijā FM diapazonā, kā arī internetā. Kopumā galvenie „Latvijas Radio” mērķi ir informācijas nodošana klausītājiem, tās izglītošana un izklaidēšana. „Latvijas Radio uzrunā cilvēkus, lai veicinātu labāku dzīves kvalitāti, nodrošinot objektīvas, operatīvas un daudzveidīgas informācijas pieejamību.”¹

Bakalaura darba pētnieciskā problēma: Latvijas Radio 3, izmantojot sociālos tīklus, veicina atgriezenisko saiti ar nelielu daļu auditorijas.

Bakalaura darba mērķis ir noskaidrot, kādus atgriezeniskās saites veidus sociālajos tīklos izmanto Latvijas Radio 3, kā arī noskaidrot, vai Latvijas Radio 3 darbinieki atgriezeniskās saites nepieciešamību un kvalitāti vērtē tāpat, kā šī radio klausītāji.

Bakalaura darba uzdevumi:

1. Atrast un atlasīt nepieciešamo literatūru par radio auditoriju, sabiedrisko radio, atgriezenisko saiti, sociālajiem tīkliem, mūzikas kanālu specifiku u.tml.;
2. Analizēt LR3 sociālo tīklu izmantošanu tādās mājas lapās kā: www.twitter.com; www.facebook.com; www.lr3.lv;
3. Intervēt LR3 klausītājus, noskaidrojot kādi ir viņu uzskati par atgriezeniskās saites nodrošināšanu un uzmantošanu;
4. Intervēt LR3 darbiniekus, noskaidrojot, kādi ir viņu uzskati par sociālo tīklu izmantošanu atgriezeniskās saites veidošanā;
5. Salīdzināt sociālo tīklu un citu atgriezeniskās saites elementu izmantojuma novērtējumu žurnālistu, mediju vadītāju un auditorijas pārstāvju vidū.

¹ Latvijas Radio info. <http://www.facebook.com/LatvijasRadio/info>

Bakalaura darba aktualitāte saistās ar to, ka mūsdienās aizvien biežāk mediji izmanto sociālos tīklus, lai veidotu atgriezenisko saiti ar sociālo tīklu lietotāju auditoriju, jo sociālos tīklus izmanto arī mediju auditorijas pārstāvji, taču, kā katru jaunumu, ne visi tā iespējas izmanto. Jāatzīmē, ka veiktais pētījums noderēs arī Latvijas Radio 3 kā informatīvs materiāls, kas sniegs ieskatu par auditorijas vēlmēm, līdz ar to tas palīdzēs LR3 domāt par iespējamām uzlabojumiem.

Pētnieciskā darba **priekšmets** ir Latvijas Radio 3 atgriezeniskā saite ar auditoriju, savukārt pētnieciskā darba **objekti** ir Latvijas Radio 3 žurnālisti, klausītāji un sociālo tīklu saturs.

Bakalaura darba struktūra sastāvēs no teorētiskās daļas, metodoloģijas un empīriskās daļas.

Darba teorētiskajā daļā tiks skaidrotas auditorijas īpašības un vajadzības izmantojot mediju lietojuma un apmierinājuma modeli, ko piedāvājis E.Kacs, kuru papildinājuši Dž. Blumlers un M. Gurevičs. Tāpat autore runās par radio kā mediju, par tā pazīmēm, kas sabiedrisko mediju atšķir no komerciālā medija. Tā kā LR3 programma balstīta galvenokārt uz klasisko mūziku, teorētiskajā daļā tiks aprakstīts radio kā mūzikas formāts. Kā nākamais svarīgākais aspekts bakalaura darbā tiks ietverts atgriezeniskās saites nozīmīgums izmantojot Šenona-Vīvera piedāvāto modeli, kā arī Šrama komunikācijas modeli, atklājot to, kādu lomu tā spēlē medija darbībā. Atsevišķā nodaļā autore runās par sociālo tīklu twitter.com, kā vienu no atgriezeniskās saites veicinātājiem, kā novitāti dažādu mediju darbībā, šobrīd koncentrējoties tikai uz Latvijas Radio 3.

Darba metodoloģijā autore ietvers izvēlēto metožu lietojumu aprakstīšanu – kontentanalīzi, daļēji strukturētās intervijas, kā arī rīka Google Analytics aprakstu.

Darba empīriskajā daļā autore ar kontentanalīzes palīdzību analizēs sociālā tīkla twitter.com publicētās ziņas, ierakstus, kurus publicējuši auditorijas pārstāvji laika periodā no 2010. gada 7. septembra līdz 2013. gada 31. martam, izveidojot noteiktas kategorijas. Tāpat, lai noskaidrotu klausītāju viedokli par sociālo tīklu izmantošanu atgriezeniskās saites veidošanā, ar daļēji strukturētās intervijas palīdzību tiks intervēti Latvijas Radio 3 klausītāji.

Lai noskaidrotu, vai sociālo tīklu sniegtās iespējas ir pietiekami izmantotas, autore intervēs Latvijas Radio 3 darbiniekus. Lai labāk izprastu, cik liela ir interneta radio auditorija Latvijas Radio 3, autore izmantojot Google Analytics piedāvātos datus, analizēs Latvijas Radio 3 auditoriju no 2010. gada - 2013.gada 31.martam.

1. TEORĒTISKĀ DAĻA

1.2. Radio raksturojums

Radio vienmēr tiek atzīts par aklo mediju, jo mēs nevaram redzēt ziņojumus, ko mums tas raida. Ziņojums sastāv tikai no trokšņa un klusuma, tomēr tāpēc radio ir svarīgākas īpašības – radio valodas daba, tā joki, jo šo informāciju uztver klausītājs un, lai to uztvertu un izprastu, svarīgi ir, lai valodas izmantojums piesaistītu klausītāju. Par radio var gūt skaidrāku priekšstatu, ja to salīdzina ar citiem sakaru tīkliem.²

Radio nav ne attēla, ne drukāta teksta. Kontakts ir pilnībā bez jebkāda vizuāla materiāla, viss tiek izteikts vārdos un klausītājs, kolektīva publika nevar redzēt sūtītāju vai raidorganizāciju, atšķirībā no televīzijas vai filmas. Radio žurnālistu raidītie kodi ir akustiski, kas sastāv no runas, mūzikas skaņas un klusuma. Pastāv ļoti liels neskaidrības risks, t.i., komunikācijas neveiksmes, kad auditorija nespēj uztvert informāciju un rodas neskaidrības. Tāpat jāatzīst, ka presē, ja lasītājs nav sapratis iepriekš izlasīto, viņš var atgriezties pie iepriekšējā teikuma un izlasīt vēlreiz, savukārt radio tas nav iespējams.³

Radio ietver vārdus un skaņas un tās klausītājiem liek veicināt iztēli. Radio ir citādāks atšķirībā no televīzijas, jo ir saistīts ar izdomas veicināšanu, jo televīzijā redzams gan attēls, gan dzirdama skaņa, savukārt radio ir tikai skaņa. Radio līdzīgi kā drukātā prese ļauj iztēloties kā attiecīgā lieta izskatās.⁴

Iztēles joma ir neierobežota un katram cilvēkam individuāla, katrs no mums konkrēto situāciju iedomājas citādāk.⁵ Tāpat svarīgs fakts radio ir elastība – klausītājs var klausīties radio un paralēli veikt citas darbības.⁶

Mūsdienās aizvien populārākas kļūst radio stacijas video tiešraides, kad klausītāji internetā var redzēt studijas darbu, gan brīdī, kad radio stacijas vadītājs runā, gan tad, kad tiek atskaņota mūzika. Kā vienu no piemēriem var minēt, Radio 101, kurš šobrīd vairs nav aktīvs, tomēr sniedza iespēju auditorijai viņus redzēt klātienē. Nebija nepieciešams pat internets, jo šī radio stacijas studija atradās uz ielas stūra, kur bija stikla sienas, kas ļāva redzēt visu studijā notiekošo.

² Crisell, A. (2002) *Understanding radio*. New York: Routledge. P 3

³ Turpat, P 5

⁴ Herbert, J. (2000) *Journalism in the digital age: theory and practice for broadcast, print and on-line media* Oxford: Focal Press. P 195

⁵ Crisell, A. (2002) *Understanding radio*. New York: Routledge. P 7

⁶ Turpat, P 11

1.3. Sabiedriskais radio

Latvijā elektronisko plašsaziņas līdzekļu veidi tiek iedalīti sabiedriskajos un komerciālajos medijos.

Sabiedriskie elektroniskie plašsaziņas līdzekļi ir valsts kapitālsabiedrības. Sabiedrisko mediju pamatkapitālu veido valsts jeb sabiedrības maksātie nodokļi valstij. „Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu galvenais uzdevums ir sabiedriskā pasūtījuma programmu veidošana un izplatīšana.”⁷

Pēdējo divu desmitgažu laikā sabiedriskā apraide visā pasaulē piedzīvousi konkurences spiedienu no komerciālajiem medijiem. Sabiedrībai tiek piedāvāti aizvien vairāk un vairāk jauni mediju kanāli. Līdz ar to sabiedriskajiem medijiem ir jāpiedāvā programma, kas apmierinātu lielāko daļu sabiedrības.⁸ No otras puses, atšķirībā no komerciālajiem kanāliem, sabiedriskajām raidorganizācijām jāpiedāvā saturs šaurām nišas mērķauditorijām, kuras neuzrunās komerciālie mediji.

Sabiedrisko mediju funkcijām jābūt balstītām uz septiņiem pamatprincipiem:

- 1.” Kalpot iedzīvotājiem, ne pircējiem
2. Izzināt auditorijas intereses
3. Novērtēt iedzīvotājus un kalpošanu tiem augstāk par uzlēmējdarbību
4. Domāt stratēģiski, izturēties demokrātiski
5. Apzināties savas atbildības nozīmīgumu
6. Drīzāk kalpot nekā vadīt
7. Novērtēt tautu, ne tikai produktivitāti”⁹

Lai gan pēdējos gados sabiedriskā un komerciālā radio atšķirības ir samazinājušās, tomēr tās pastāv. Visām sabiedriskā radio apraidēm pasaulē galvenais uzdevums ir programmas balstīšana uz sabiedrības vēlmēm un vajadzībām, lai tās tiktu apmierinātas.¹⁰

Tomēr tajā pat laikā sabiedriskais radio konkurē ar komerciālajiem radio par reklāmas ieņēmumiem un rentabilitāti. Tāpat jāatzīmē, ka sabiedriskās apraides iestādēs finansiālā neatkarība vienmēr ir bijusi viena no labākajiem veidiem, kā nodrošināt panākumus un stabilitāti sabiedriskajos medijos. Finansiālā neatkarība ir būtiska, lai sabiedriskās raidorganizācijas varētu pieņemt izaicinājumu, nevis orientēties uz komerciālu programmu un

⁷ Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likums. <http://www.likumi.lv/doc.php?id=214039>

⁸ Banerjee, I., Seneviratne, K. (2006) *“Public Service Broadcasting in the Age of Globalization”* Singapore: Booksmith. P 2

⁹ Ludzīte, A. (2011) „Radioklausītāju līdzdalības iespējas „Latvijas radio 1” raidījumu satura veidošanā: ēterā un internetā. Bakalaura darbs: Latvijas universitāte

¹⁰ Keith, M.C. (2010) *The Radio station*. 8th ed. New York: Focal Press

<http://books.google.lv/books?id=gxo1TXwx3gYC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>

atteikties no savas misijas. Ir pierādījies atkal un atkal tas, ka sabiedriskās raidorganizācijas, izmantojot kvalitatīvu programmu, dažkārt darbojas pat labāk nekā viņu komerciālo raidorganizāciju konkurenti.¹¹

Savukārt, komerciālie plašsaziņas līdzekļi ir kā uzņēmējdarbības veicēji. To darbība tiek nodrošināta, balstoties uz uzņēmuma ienākumiem, sponsoriem, reklāmguvumiem u.tml.

Latvijas Radio tiecas apmierināt lielāko daļu sabiedrības, piedāvājot piecas dažādas radiostacijas (Latvijas Radio 1, Latvijas Radio 2, Latvijas Radio 3 – Klasika, Latvijas Radio 4 – Doma laukums, Latvijas Radio 5 – Radio NABA), kurām ir sava programma un saturs. Katra no tām ir virzīta uz konkrētu auditorijas daļu, nišas auditoriju, tādā veidā aptverot lielu daļu sabiedrības.

¹¹ Banerjee, I., Seneviratne, K. (2006) *“Public Service Broadcasting in the Age of Globalization”* Singapore: Booksmith. P 3-4

2. LATVIJAS RADIO

Latvijas Radio ir dibināts 1925. gada 1.novembrī. Tas ir nacionāla mēroga radio uzņēmums, kura galvenie uzdevumi ir informēt, izglītēt un izklaidēt sabiedrību. „Latvijas Radio ir kultūras iestāde un lielākais programmu producentis Latvijā - ar radioteātri un bērnu vokālo grupu. Fonohārvā uzkrāts ap 500 000 ieskaņojumu vienību. No 1993. gada 1. janvāra Latvijas Radio ir Eiropas Raidorganizāciju savienības (EBU) biedrs.”¹²

2.1. Latvijas Radio 3 - Klasika

Latvijas Radio 3 – Klasika ir viena no Latvijas radio piedāvātajām radiostacijām, kuras moto ir : „Mode mainās – Klasika paliek”¹³

Tā ir vienīgā radiostacija Latvijā, kas atskaņo klasisko, džezu un mūsdienu pasaules klasiķu skaņdarbus, izglīto sabiedrību ar dažādu kultūras raidījumu palīdzību, kā arī raida ziņas par to, kas notiek Latvijā. „Dalība Eiropas Raidorganizāciju savienībā (EBU) “Klasikai” garantē izcilus koncertus un tiešraides no pasaules koncertskatuvēm, sniedzot iespēju popularizēt arī mūsu mūziķu sniegumu pasaulē.”¹⁴

Šis radio sniedz ieskatu kultūrā aptverot visu pasauli, sīkāk runājot par Rīgu un Latvijas reģioniem. „Mērķis ir veidot vēl sabalansētāku programmu, atbilstoši dienas ritumam – atraktīvu rīta cēlienu, demokrātisku dienas daļu (lielākoties fona mūzika), aktīvu pēcpusdienu un saturā padziļinātu, kvalitatīvu vakara autorprogrammu. Piedāvāsim arī jaunus izglītojošus un analītiskus raidījumus par dažādām kultūrjomām.”¹⁵

2.2. Mūzikas radio

Ikviens cilvēks savā dzīvē ir dzirdējis mūziku – taktis, izdziedātas frāzes vai kāda instrumenta spēli. Vai tas bijis tad, kad kāds dziedājis klātienē, vai kāds dzirdējis TV, bet visbiežāk iespējams tas dzirdēts radio. Jāatklāj, ka radio ne vienmēr atskaņo tikai mūziku, tās var būt arī sarunas, raidījumi, informatīvas ziņas.

¹² Latvijas Radio Par mums. <http://www.latvijasradio.lv/par-mums.php>

¹³ Turpat.

¹⁴ Turpat.

¹⁵ Konceptija par jauna Latvijas sabiedriskā elektroniskā medija izveidi. <http://www.neplpadome.lv/lv/sakums/sabiedriskie-mediji/sabiedriskais-pasutijums/jaunais-sabiedriskais-elektroniskais-medijs/>

Tomēr radio atskaņotajai mūzikai ir divas galvenās funkcijas, ko tā veic. Tās mērķis ir radīt prieku, jo koncerti un dziesmas ir plašs emocionāls spēks, kas mūzikai ļauj apvienot to ar vārdiem.¹⁶

Mūzikas džingli tiek identificēti pēc radio stacijām – to var paziņot dziesmas sākumā vai beigās, ziņu sākumā vai beigās.¹⁷ Galvenais kods radio ir skaņas, mūzika, klusums.¹⁸ Mūzika ir pietiekami nozīmīga, jo klausītājam jāspēj sevi identificēt ar to, tai ir jāpatīk un jāpiesaista konkrētais cilvēks.¹⁹

Protams, ir zināmi arī citi mūzikas atskaņošanas veidi, kur tos klausīties – CD, kasetes, bet galvenā radio pazīme ir tā, ka tas ir dzīvs, tas sarunājas ar auditoriju un tas nav tik bezpersonisks kā iepriekš minētās mūzikas ierīces. Pat tad, kad mūzika netiek atskaņota, cilvēkam ir nepieciešama identifikācija, jājūt otra cilvēka klātbūtne, biedriskums. Tās ir vārdu skaņas, kas var izteikt laika prognozi, informāciju par satiksmes sastrēgumiem, koncertu norises vietām un datumiem.²⁰

2.3. Klasiskā mūzika

Klasiskais radio auditorijai tika piedāvāts jau 1930. gadā. Mūsdienās klasiskajām radio stacijām ir vislojālākais auditorijas loks atšķirībā no jebkura cita radio formāta.

Klasiskās mūzikas radio stacijas ieņem svarīgu lomu, pat tad, ja šo radio staciju auditorijas apjomi ir mazāki, salīdzinot ar komerciālajām radio stacijām. Klasiskās mūzikas staciju pieeja attiecas uz jēdzienu – kultūra. Lai saglabātu kultūras mantojumu, izglītotu un veicinātu kultūras attīstību sabiedrībā.²¹

Vidējais klasiskā radio auditorijas vecums ir trīsdesmit līdz četrdesmit pieci gadi, tomēr ar aptauju palīdzību ir pierādīts, ka klasiskais radio patīk gan veciem, gan jauniem cilvēkiem. Mūsdienās klasiskā radio klausītāji var atrast sev interesējošo mūziku, kuru viņiem nevar sniegt jebkurš komerciālais radio. Klasiskā radio stacijās skaņdarbi ir gari, kas dažkārt konkurējot ar komerciālajiem radio cenšas šos mūzikas gabalus saīsināt, lai pielāgotos citām radio stacijām.²²

Katrai radio stacijai ir savs stils, kurš pēc iespējas vairāk atšķiras no citām radio stacijām, lai auditorija spētu atšķirt vienu radio staciju no citas, lai katrai no tām būtu kaut kas

¹⁶ Crisell, A. (2002) *Understanding radio*. New York: Routledge. P 242

¹⁷ Turpat, P 50

¹⁸ Turpat, P 53

¹⁹ Turpat, P 64

²⁰ Turpat, P 65

²¹ Krämer, B. (2009) *Four Voices, One Canon? : A comparative Study on the Music Selection of Classical Music Radio Stations*. Sage Publications, P 325-326

²² Keith, M.C. (1991) *Radio Production: Art and Science*. London:Focal Press. P 206

savs – džingls, mūzikas programma u.tml. Lai gan pastāv daudzas radio stacijas ar līdzīgu formātu, tomēr tās cenšas klausītājiem piedāvāt kaut ko atšķirīgu no citām stacijām. Katra radio stacija nosaka džinglu, tā logotipu, jo radio ir ne tikai pakalpojuma piedāvātājs, bet arī vērtību un attieksmju kopums, kas veido savu zīmolu. Radio ir ne tikai informācijas un izklaides forma, tas ir arī produkts, ko patērē auditorija. Līdz ar to radio ir jāatbilst noteiktām pamatprasībām, ko pieprasa patērētāji.²³

Patērētāji izvēlas, ko grib klausīties – lai tā būtu izklaides programma, klasiskā mūzika vai sporta ziņas. Radio produkcija nav tikai izlases vai segmentu izvēle, bet gan rūpīgi nosakot auditorijas prasības, konkrēti izvēlēta un izveidota programma. Lai to izdarītu ir jāatrod savs temps, stils un saturs.²⁴

Tas nozīmē, ka mūzika ir viens no faktoriem, kas nosaka klausītāja izvēli. Tāpēc lielākajā daļā radiostaciju mūzika ieņem vislielāko raidlaiku.

²³ Fleming, C. (2005) *The Radio Handbook*. London: Routledge
<http://books.google.lv/books?id=PYoVjocKbKIC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false> 44

²⁴ Turpat, 45

3. RADIO AUDITORIJA

Radio auditorijai nepieciešams izmantot vienu no cilvēka maņām – dzirdi. Raidījuma vadītājs, ziņu lasītājs, izsakot mutiskus apgalvojumus, cilvēka apziņā raida signālus. Ziņa var būt gara, sarežģīta, bet, kamēr ziņa tiek raidīta līdz personai, tā jau kļūst ekonomiskāka un uztvertās informācijas apjoms ir samazinājies.²⁵

Auditorijas nozīme žurnālistu un pašu mediju vidū ir pieaugusi. Līdz ar to mūsdienās, analizējot konkrētā medija auditoriju, to aptaujas kļūst aizvien sarežģītākas, jo tiek noteiktas konkrētas auditorijas kategorijas – sociālekonomiski grupējumi, dzimums, vecums, pirkspēja u.c. faktori, kas laika gaitā ir kļuvuši vienlīdz svarīgi.²⁶

Auditorijas teorijas pastāvēšanas ilgums ir gandrīz tikpat ilgs cik masu komunikācijas teorijas. Mūsdienās vēl joprojām pētnieki koncentrējas uz vienu jautājumu: Cik spēcīgi ir masu mediji, kas ietekmē auditorijas uzvedību? Jāatzīmē, ka tas ir svarīgs jautājums, tomēr tam ir savas vājās puses. Pirmkārt, tas pieņem to, ka plašsaziņas līdzekļi vienmēr ir bijuši spēcīgi un ietekmē visu auditoriju. Otrkārt, tas tiecas uz viedokli, ka auditorija ir nemainīga, ka tā ir kā nediferencēta vienība.²⁷

Makveils (MCQuail) savā grāmatā atklājis, ka auditorijai ir dažādas definīcijas.

„Auditorija kā saliedēta grupa: pastāv neatkarīgi no medijiem; mediji to neveido, un tā nav atkarīga no medijiem. To var raksturot kā „informēto publiku”. Šī definīcija tiek attiecināta uz sabiedrisko radio, jo tā raksturo sabiedriskā radio īpašības.

„Auditorija kā tirgus: pašreizējie un potenciālie produktu un pakalpojumu patērētāji. Tā nav kāda grupa, kas apzinātos sevi kā atšķiramu veselumu, tajā nepastāv arī iekšējās mijiedarbības, taču tas var būt iedzīvotāju areāls vai sociālā kategorija.” Savukārt, šī definīcija tiek attiecināta uz komerciālo radio iezīmēm.²⁸

Dažādie radio formāti ir radušies laika gaitā, jo mūsdienās pastāv ļoti daudz dažādas radiostacijas, kurām dažkārt ir līdzīgas programmas. Līdz ar to formātu rašanās ir būtisks solis arī reklāmas tirgus attīstībā, jo radiostacijas popularitāti un atpazīstamību nodrošina kādai daļai no tā klausītājiem. Auditorija veidojas pēc tā, kas tai interesē un uzrunā – tās var būt intervijas, ziņas, mūzika, pasniegšanas stils u.tml.²⁹

²⁵ Herbert, J. (2000) *“Journalism in the digital age: theory and practice for broadcast, print and on-line media”* Oxford[ect]:Focal Press. P 195

²⁶ Chapman, J. (2011) *Journalism today: a themed history*. Oxford:Wiley-Blackwell, p 224

²⁷ Bennett, P., Slater, J., Wall, P. (2006) *A2 studies: The Essential Introduction*. New York: Routledge, p 133-134

²⁸ Kruks, S. (2005) *Radiožurnālistika*. Rīga: Valters un Rapa, 123.lpp

²⁹ Turpat, 124

Šajā gadījumā var minēt, ka Latvijas Radio 3 – Klasika klausītājiem ir līdzīgas vēlmes un intereses, tās auditorijai ir daudz kopīgas demogrāfiskas īpašības.

Jāatzīmē, ka pastāv divi radio klausīšanās veidi:

„instrumentālā, mērķtiecīgā klausīšanās nozīmē to, ka cilvēki atlasa interesējošo raidījumu un uzmanīgi tam seko; paradumu klausīšanās nozīmē to, ka radio ir fons, uz kura veic ikdienišķas darbības; uzmanību pievērš fragmentāri”.³⁰

Tas nozīmē, ka dažkārt radio, kuros lielāko daļu no programmas sastāda mūzika, ir kā fona troksnis, kad klausītājs nodarbojas ar citām lietām, kad tam nav jāiedziļinās stāstījuma, sarunas būtībā.

3.1. Mediju funkcijas un auditorijas vajadzības

Lai mediju auditorijas vajadzības tiktu apmierinātas, ir jāsaprot, ko auditorija vēlas iegūt no konkrētā medija. Līdz ar to svarīgas ir gan medija funkcijas, ko tās pilda sabiedrībā, gan auditorijas apmierināšanas funkcijas.

Mediju funkcijas sabiedrībā:

1. Informācija – mediji sniedz informāciju par notikumiem un dažādiem apstākļiem sabiedrībā un visā pasaulē;
2. Kolerācija – paskaidro, interpretē un sniedz notikumu un informācijas nozīmi atklājot to būtību;
3. Socializēšanās - koordinē atsevišķas darbības, veidojot tās uz vienprātības principa, nosakot sabiedrības prioritātes.
4. Nepārtrauktība – nosaka sabiedrības kopējās vērtības, tās izkopj un uztur;
5. Izklaide – izmanto izklaides iespējas, lai mazinātu sociālo spriedzi un nodrošinātu relaksāciju;
6. Mobilizācija – veic dažādas kampaņas par dažādiem sabiedrības mērķiem dažādās jomās.³¹

Tikpat svarīga nozīme, cik mediju funkcijām ir vēlmei noskaidrot, kādi faktori ietekmē klausītāju, izvēloties konkrēto radiostaciju, mediju. Kā viena no svarīgākajām teorijām ir mediju lietojuma un apmierinājuma teorija, ko izmanto arī Anda Rožukalne savā disertācijā. Tā cenšas izskaidrot indivīdu, noteiktu grupu un sabiedrības mediju izmantojumu un funkcijas.”³²

³⁰ Kruks, S. (2005) *Radiožurnālistika*. Rīga: Valters un Rapa, 125.lpp

³¹ Mcquils, D. (2010) „*Mass communication theory*. 6th ed. London: Sage Publication, p 98-99

³² Rožukalne, A. (2009) *Latvijas auditorijas žurnālu lasīšanas paradumi*: Promocijas darbs. Rīga: Rīgas Stradiņa Universitāte.

„Mediju lietojuma un apmierinājuma modelis, ko piedāvāja E. Kacs un attīstīja Dž.Blumlers un M. Gurevičs, ir sekojošs:

1. „Auditorija ir aktīva un tā izmanto medijus mērķtiecīgi;
2. Auditorijas locekļiem ir noteikta veida ekspektācijas par to, kāda veida saturs tiem ir jāpiedāvā un šīs ekspektācijas palīdz viņiem veikt savu mediju izvēli;
3. Mediji konkurē ar citiem vajadzību apmierināšanas avotiem (tādiem kā lasīšana, sarunas ar draugiem, pastaigas, gulēšana).
4. Vajadzības, ko apmierina masu mediji, ir daļa no vispārējām cilvēciskām vajadzībām.
5. Cilvēki pietiekami apzinās savas vajadzības, mediju izvēles un apmierinājumu, ko tie saņem mediju lietošanas procesā un spēj izstāstīt mediju pētniekiem, kādi ir viņu mediju uzvedības motīvi³³”.

Tas nozīmē, ka visbūtiskāk auditorijai ir piedāvāt to, ko tā vēlas, jo tikai tādā veidā tiks apmierinātas tās vēlmes un vajadzības. Katram medijam jāpiedāvā savs saturs, kaut gan mūsdienās tas ir ļoti grūti, jo šobrīd ir ļoti daudz mediju ar līdzīgu saturu, tāpēc tiem jācenšas sevi identificēt auditorijai ar kaut ko atšķirīgu.

³³ Rožukalne, A. (2009) *Latvijas auditorijas žurnālu lasīšanas paradumi: Promocijas darbs*. Rīga: Rīgas Stradiņa Universitāte.

4. KOMUNIKĀCIJAS PROCESA MODEĻI

Pēc otrā pasaules kara sociālie teorētiķi bija ieinteresēti sistēmu jēdziena izskaidrošanā, kurā ir gan mikroskopiskas, gan makroskopiskas parādības. Daži no teorētiķiem nolēma izveidot dažādus noderīgus sociālos procesu modeļus, iekļaujot arī komunikāciju. Netika pievienoti dažādi mainīgie pie viena attiecīgā modeļa, bet gan izstrādājos šos modeļus teorētiķi pievērsās dažādiem avotiem un iespējām.³⁴

Sistēmas teorētiķi 1960. gadā atzina, ka sistēmu attīstību teorijā lielu impulsu deva inženieru izstrādātā kibernetika. Kibernetikā pētītas komunikācijas procesa saites, lai šīs mašīnas varētu veikt sarežģītus uzdevumus un pielāgoties izmaiņām, kas notiek tās ārējā vidē.³⁵

Ziņojumu pārraidei svarīgs faktors ir precizitāte, ja ir nepieciešams, lai sistēma efektīvi darbotos un sasniegtu ilgtermiņa mērķus. Pieļaujot pat nelielas kļūdas, tās var atstāt negatīvas sekas, izraisīt problēmas. Lai risinātu problēmu, izvairoties no negatīvām sekām, inženieri ir izstrādājuši sarežģītu komunikācijas plūsmu no avota uz uztvērēju un otrādi. Plūsma tika dēvēta kā signāls un katrs no šī signāla elementiem bija daļa no sniegtās informācijas.³⁶

4.1. Lineārie komunikācijas procesa modeļi

Komunikācijas modeļi ir veids kā var aprakstīt saziņas procesu. Modelis parasti izveidots grafiskā formā, kā diagramma. Ar komunikācijas modeļu palīdzību ir iespējams atklāt komunikācijas elementus un viņu savstarpējās attiecības. Pastāv dažādi varianti par to, kas veido komunikācijas procesu, tāpēc pastāv arī dažādi komunikācijas modeļi, kas izklāstīti atšķirīgos veidos un atšķirīgās vizuālās diagrammās.³⁷

Komunikācijas procesā tiek izšķirti lineārie un interaktīvie komunikācijas modeļi. Lineārie komunikācijas modeļi balstīti uz stimulējošo uztveri, psiholoģisko reaģēšanu, jo šajā modelī ziņas nodošanas avots skar uztvērēju, kurš saņem un apstrādā informāciju. Tā ir lineāra informācijas nodošana no viena cilvēka otram, attēlojot to kā progresīvu idejas nodošanu.³⁸

³⁴ Baran S.J., Davis, D.K. (2006) *Mass communication theory: foundations, ferment, and future*. Belmont:Wadsworth. P. 209

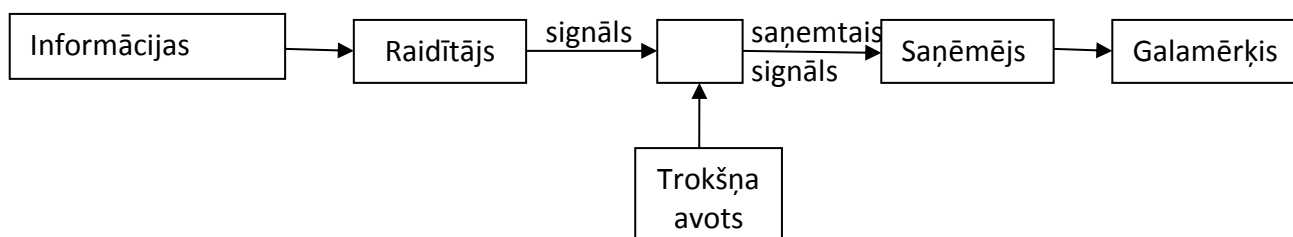
³⁵ Turpat, P. 209

³⁶ Turpat, P. 210

³⁷ Dumbleby, R. Burton, G. (2007) *More than words: an introduction to communication*. New York: Routledge. P. 32

³⁸ Bryant, J. Thompson, S. (2002) *Fundamentals of media effects*. Boston:McGraw-Hill. P. 6

Kā viens no pazīstamākajiem modeļiem lineārajā komunikācijā ir Šenona-Vīvera modelis, kura process aprakstīts telekomunikācijās. 1940. gadā viņi kopā ar Bell Telephone Laboratory izstrādāja modeli, kas attēloja vēstījumu.³⁹



1. attēls. Šenona – Vīvera komunikācijas procesa modelis⁴⁰

Šajā vēstījumā galvenie elementi ir informācijas avots, kas sniedzis informāciju, sniegtā informācija kļūst par signālu un iet caur raidītāju (sk. 1.attēlu). Pastāv arī trokšņa klātesamība, bet signālam sasniedzot uztvērēju, tas to dekodē kā ziņu.⁴¹

4.2. Komunikācijas procesa konteksta modeļi

Konteksta modeļu atšķirība ir tā, ka sarunas konteksts var ietekmēt komunikāciju. Šajā modelī svarīga ir atgriezeniskā saite. Atgriezeniskā saite atgādina, ka saziņa ir divpusējs process. Var apgalvot, ka komunikācijas procesā raidot ziņu, tā svarīgākā nozīme ir apmaiņa ar zīmēm.⁴²

Šenona-Vīvera komunikācijas modelis saziņas procesu atklāj kā vienkāršu lineāru procesu. No šīs vienkāršības citi teorētiķi ir izmantojuši atvasinājumus. Šenons un Vīvers atklāj trīs līmeņu problēmas komunikācijas procesā.

A līmenis (tehniskas problēmas) – cik precīzi tiek sūtīti konkrētie simboli komunikācijas procesā.

B līmenis (semantiskās problēmas) – cik precīzi sūtītie kodi tiek uztverti un kāda ir to nozīme.

C līmenis (efektivitātes problēmas) – cik precīzi sūtītā informācija ietekmē personas rīcību.

Tehniskās problēmas līmenis ir visvienkāršākais un modelis sākotnēji tika izstrādāts, lai saprastu un izskaidrotu. Semantiskās problēmas ir viegli identificēt, bet daudz grūtāk tās ir novērst un atrisināt. Šenons un Vīvers uzskata, ka ziņa ietver kaut kādu nozīmi, tādējādi to

³⁹ Sparks, G.G. (2010) *Media effects research: a basic overview*. Boston: Wadsworth. P. 6

⁴⁰ Fiske, J. (2011) *Introduction to Communication Studies*. New York: Routledge. P. 6

⁴¹ Turpat, P. 6

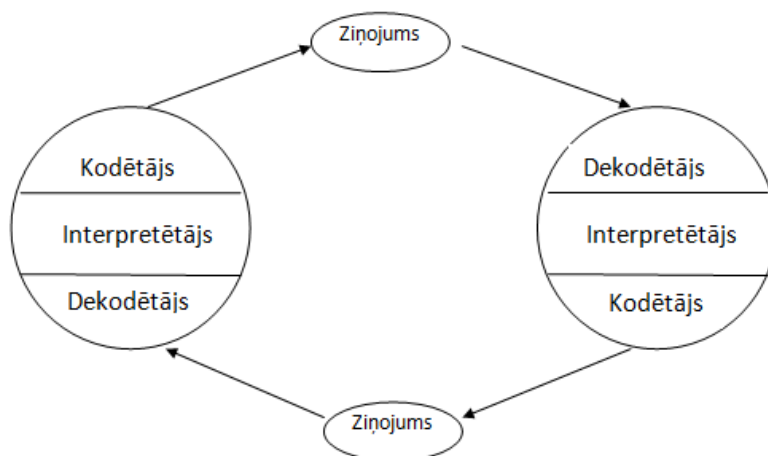
⁴² Dimbleby, R. Burton, G. (2007) *More than words: an introduction to communication*. New York: Routledge. P. 34-35.

noskaidrojot var uzlabot semantisko precizitāti. Efektivitātes problēmas var pirmajā mirklī šķist kā manipulācijas vai propaganda, bet viņi to atklāj kā emociju reakciju uz komunikāciju. Viņi apgalvo, ka šie trīs līmeņi ir savstarpēji saistīti un tajā pat laikā neatkarīgi un darbojas vienlīdz labi uz visiem trīs pieminētajiem līmeņiem (A,B,C).⁴³

Avots, kurš saņem ziņojumu tiek uzskatīts par lēmuma pieņēmēju, jo izlemj, kuru vēstījumu nodot tālāk. Tiek izmantots raidītājs un signāls, kas tiek nosūtīts pa kanālu uztvērējam. Piemēram, telefonsarunā kanāls ir vads, signāls ir elektriskā strāva tajā, bet raidītājs un uztvērējs ir telefona aparāti. Savukārt sarunā, persona ir raidītājs, signāls ir skaņas viļņi, kanāls ir gaiss un otra persona ir uztvērējs.⁴⁴

4.3. Šrama komunikācijas modelis

Vilburs Šrams 1954.gadā attīstīja Šenona - Vīvera izstrādāto komunikācijas modeli. Viņš šo komunikāciju paredzēja kā divvirzienu atgriezenisko saiti. Šenona – Vīvera komunikācijas modelis ir daudz matemātiskās, savukārt Šrams ietver cilvēka uzvedības iezīmes komunikācijas procesā. Papildus Šenona – Vīvera komunikācijas modeļa elementiem, iekļāvis atgriezeniskās saites jēdzienu – informācija, kas nāk no saņēmēja sūtītājam.



2. attēls. Vilbura Šrama komunikācijas modelis

Šrams apliecināja, ka ziņa var būt sarežģīta, ar dažādu nozīmi. Šīs nozīmes var būt apzīmējošas un konotatīvas. Apzīmējošas nozīmes ir kopīgas vairumam cilvēku, konotatīvas nozīmes ir balstītas uz personīgo pieredzi, ir emocionālas un vērtējošas.

Tāpat pastāv arī citas īpašības, kas ietekmē komunikāciju starp divām personām – tā ir mīmika, intonācija, akcents, balss kvalitāte, žesti.

⁴³ Fiske, J. (2011) *Introduction to Communication Studies*. New York: Routledge. P. 5-6.

⁴⁴ Turpat, P. 7

Šrama komunikācijas modelis pieļauj interpretēt saņemto ziņu. Šo procesu var ietekmēt ar savu klātbūtni gan fizisko (telefons, TV), gan semantiskā (vecums, attieksme) trokšņa. Šrams ticēja, ka šie elementi bija sabiedrībā svarīgas komunikācijas funkcijas.⁴⁵

⁴⁵ Šrama komunikācijas modelis .Sk. 2013. 9.

apr.:<http://www.uri.edu/personal/carson/kulveted/wlsmodel.html>

5. ATGRIEZENISKĀ SAITE

Sarežģītās mašīnas jeb kibernetika paļaujas uz atgriezenisko saiti, lai mērķi tiktu realizēti un sasniegti. Atgriezeniskās saite ļauj avotiem uzraudzīt raidīto signālu ietekmi uz uztvērēju. Tikpat svarīgs atgriezeniskās saites faktors ir tas, ka uztvērēji savukārt var ietekmēt avotus. Var gadīties, ka dažkārt raidītā ziņa nav sasniegusi vēlamu rezultātu, tāpēc šādā situācijā avots var raidīt ziņu, kamēr vēlamā atgriezeniskā saite ir iegūta. Sakaru sistēmu galvenais uzdevums ir atvieglot saziņu.⁴⁶

Apmaiņas modeļi atklāj to, ka komunikācijas process ir vismaz divvirzienu process. Tas var likties nepareizi, jo attiecībā uz cilvēku grupu var būt arī vairāk nekā divi virzieni. Šajā modelī atklājas tas, ka ziņa notiek sarunas procesā abos virzienos, tas pauž arī to, ka katrs no tiem ir gan kodētājs, gan dekodētājs.

Katrs cilvēks ziņu var interpretēt citādāk, bet ziņas mēs dzirdam un uztveram katru dienu – no līdzcilvēkiem, medijiem, televīzijas utt. Katra persona ziņu var interpretēt citādāk, jo katram no mums ir sava pieredze, līdz ar to arī citi uzskati un uztvere.⁴⁷

Šenona – Vīvera modelī atgriezeniskā saite nav iekļauta, bet tā atklāj to, ka notiek atgriezeniskā saite no uztvērēja atpakaļ sūtītājam ar noteiktu reakciju. Atgriezeniskā saite ļauj pielāgot sarunu auditorijas vajadzībām saņemot atbildes no tās.⁴⁸

Tā kā mūsdienās ir dažādi komunikācijas kanāli, atgriezeniskās saites iespējamība dažkārt ir apgrūtināta. Radio var veikt atgriezeniskās saites funkciju, jo var tikt izmantoti telefoni. Visvieglāk atgriezenisko saiti saņemt klātienē, sarunājoties ar personu aci pret aci, jo nosūtot ziņu, sūtītājs jau ar acīm var saņemt otras personas reakciju, nesaņemot mutisku atbildi, bet tādā veidā jau ir notikusi atgriezeniskā saite. Visgrūtāk ir mehāniskajiem kanāliem, it īpaši plašsaziņas līdzekļos, jo tiek ierobežota piekļuve kanāliem, līdz ar to ir ierobežota arī atgriezeniskā saite. Atgriezeniskās saites galvenā funkcija ir tā, ka tā palīdz uztvērējam iesaistīties komunikācijā un izteikt savu viedokli. Ziņas sūtītājam jāapzinās tas, ka ir jāņem vērā auditorijas reakcija un nespēja paust savu viedokli un tādēļ var tikt zaudēta ziņas nozīmība.⁴⁹

Interaktīvo komunikācijas modeli piedāvā Vilburs Šramms, kurā viņš ir uzsvēris tādu pat informācijas nodošanu no viena avota uztvērējam, bet lielākā atšķirība ir tajā, ka šī

⁴⁶ Baran S.J., Davis, D.K. (2006) *Mass communication theory: foundations, ferment, and future*. Belmont: Wadsworth. P 209

⁴⁷ Fiske, J. (2011) *Introduction to Communication Studies*. New York: Routledge. P. 33-34.

⁴⁸ Turpat, P. 19-20.

⁴⁹ Fiske, J. (2011) *Introduction to Communication Studies*. New York: Routledge. P. 20

informācija tiek saņemta interaktīvi. Šramma apļveida modelis atklāj komunikatoru savstarpējo informāciju, vienlaicīgi sūtot un saņemot ziņas.⁵⁰

5.1. Latvijas radio 3 atgriezeniskās saites veidi

Aizvien nozīmīgāk radiostacijas programmās ir iekļaut auditorijas iesaisti tā veidošanā, īpaši sabiedriskajā radio, jo auditorijas ietekmei uz sabiedriskajiem medijiem ir ļoti liela nozīme. Katra radiostacija izvēlas savus atgriezeniskās saites veidus.

Latvijas Radio 3 kā viens no pirmajiem atgriezeniskās saites veidiem pastāv vēstuļu rakstīšana, kas attiecas uz radio stacijas programmu. Tās ir vēstules, kas tiek rakstītas ar interneta starpniecību, izmantojot e-pastus, gan izmantojot Latvijas Pastu.

Jāatzīmē, ka vairums radio stacijas ir uzstādījušas telefonu ierakstīšanas iekārtas, piesaistot to pie speciāla telefona numura. Klausītāji tiek mudināti uzgriezt radio stacijas telefona numuru un izteikt savu viedokli un skatījumu uz konkrēto jautājumu. Kā arī šī iespēja ļauj piedalīties Latvijas Radio 3 izsludinātajos konkursos. Šie komentāri var tikt raidīti konkrētā programmā, savukārt dažkārt klausītājiem tiek dota iespēja izteikties arī tiešraidē.⁵¹

Latvijas radio 3 programmā ir dažādi raidījumi, kur tiek iesaistīta auditorija. Kā galvenos no raidījumiem var minēt „Atspere”. Šis raidījums tiek translēts sestdienās plkst. 9:00. Tajā iekļauts „Nedēļas grāmata” ar Liegu Piešīņu, kurā tiek runāts par labāko nedēļas grāmatu un iesaistot klausītājus tiek izspēlēts konkurss, kur galvenā balva ir arī aplūkotā grāmata. „Rīta intervija,” kur tiek izspēlēts konkurss un balvā uzvarētājs saņem ieejas kartes uz koncertu vai CD. Kā arī „trīskāršā „Klasikas” mīkla ar sastāvdaļām "Muzikālā mīkla", "Balss mīkla", "Lielā mīkla””⁵²

„Rīta regtaims” kas notiek darbadienās no plkst. 7:00-9:00, tajā arī tiek piedāvāts konkurss klausītājiem par kādu notikumu, personību u.tml. Kā arī darbadienās atgriezenisko saiti ar auditoriju uztur raidījums „Viens no diviem.” „Programmas vadītājs piedāvā klausītājam izvēlēties sev tīkamu mūziku vai atskaņotājmākslinieku no divām konkrētām iespējām. Tas no skaņdarbiem, kas 10 minūšu ilgā telefona un internetbalsojuma laikā saņem klausītāju lielāku atsaucību, tiek atskaņots ēterā.”⁵³

Latvijas Radio 3 atgriezeniskā saite notiek divos sociālajos tīklos, t.i., twitter.com, kā arī facebook.com, kur darbinieki ievieto aktuālāko informāciju un atbild uz klausītāju

⁵⁰ Bryant, J. Thompson, S.(2002) *Fundamentals of media effects*. Boston:McGraw-Hill. P.8

⁵¹ Dominick, J.R. (1994) *The Dynamics of mass communication*. New York: McGraw-Hill. P. 490

⁵²Latvijas Radio 3 raidījumi. <http://klasika.latvijasradio.lv/raid.htm>

⁵³ Turpat.

interesējošajiem jautājumiem. Šajos tīklos LR3 darbinieki var iepazīties ar klausītāju atsauksmēm un ierosinājumiem par LR3 raidījumiem un programmu kopumā.

LR3 klausītāji pašlaik nevar izmantot komentēšanas iespēju Latvijas Radio 3 mājas lapā, jo mājas lapas jaunā versija gaidāma tikai rudenī. Līdz ar to pagaidām nav izveidojušās arī diskusijas par dažādiem jautājumiem, raidījumiem, intervijām u.tml.

6. SOCIĀLAIS TĪKLS TWITTER.COM

Pēdējo gadu desmitu laikā sociālo tīklu analīze kļuvusi aizvien populārāka un ieņēmusi lielu nozīmi. Daudzi pētnieki atzinuši, ka sociālo tīklu izmantošana paver jaunas iespējas, lai pētītu auditorijas uzvedību par to, kā mediji komunicē ar auditoriju un otrādi.⁵⁴

Ir dažādu veidu sociālie tīkli, kurus var izmantot mediji, tajā skaitā arī Latvijas radio 3 izmanto sociālo tīklu piedāvātās iespējas. Kā vispopulārākie sociālie tīkli Latvijā kļuvuši www.twitter.com; www.facebook.com, kā arī www.draugiem.lv. Katrs no tīkliem piedāvā savas iespējas. Tomēr jāatzīmē, ka LR3 visaktīvāk izmanto www.twitter.com un www.facebook.com. To var skaidrot ar to, ka šajos sociālajos tīklos tam ir izveidoti atsevišķi konti, kas nav apvienoti kopā ar pārējām Latvijas Radio stacijām. Savukārt, www.draugiem.lv ir vienota lapa, kurās tiek publicētas ziņas un jaunumi par visām radioprogrammām, ko ietver LR.

Sociālais tīkli – www.twitter.com jeb mikroblogošanas platforma ir miniatūristiska dienasgrāmata, kur katrs tā lietotājs var veikt ierakstus 140 simbolu garumā. Šo internetplatformu izmanto ne tikai fiziskas, bet arī juridiskas personas, kā nozīmīgu mārketinga instrumentu un atgriezeniskās saites veicinātāju. Tāpat šis tīkls kalpo kā jaunumu izplatīšanas vieta.⁵⁵

Konkrētos ierakstus var adresēt konkrētam lietotājam, šajā gadījumā tas ir LR3. (@LR3) Ierakstos var iekļaut bildes, video un mūzikas failus un citus ziņojumus.

Tāpat ar tā palīdzību tas ļauj lietotājiem tiešsaistē sazināties uzreiz, ierakstot ziņojumus 140 zīmju apjomā vai nosūtīt konkrētas ziņas konkrētiem tīkla lietotājiem, izmantojot „direct message,” ko varēs izlasīt tikai lietotājs, kam informācija adresēta.

Lai noskaidrotu un izpētītu komunikatora un auditorijas grupu vērtējumu par Latvijas Radio 3 atgriezenisko saiti, autore veiks intervijas, sociālā tīkla twitter.com ierakstu kontentanalīzi, kā arī objektīvo rādītāju analīzi.

⁵⁴ Wasserman, S. (1994) *Social Networks Analysis: Methods and Applications*. USA: Cambridge University <http://books.google.lv/books?id=CAm2DpIqRUIC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>

⁵⁵Kas ir twitter? <http://twitter.lv/kas-ir-twitter/>

7. METODOLOĢIJA

Lai varētu izanalizēt Latvijas Radio 3 Klasika auditoriju un tās atgriezenisko saiti sociālajos tīklos, autore pētījumā izmantos divas pētniecības metodes – kontentanalīzi, ar kuras palīdzību tiks analizēts sociālais tīkls twitter.com, pēc noteiktām kategorijām, nosakot atgriezeniskās saites esamību vai neesamību. Savukārt, lai noskaidrotu darbinieku un auditorijas pārstāvju viedokli par atgriezenisko saiti un tās nepieciešamību sociālajos tīklos, autore ar daļēji strukturētās intervijas palīdzību intervēs LR3 darbiniekus un klausītājus.

Jāatzīmē, ka tiks analizēti Google Analytics piedāvātie dati par interneta radio auditoriju, tās īpašībām un apjomu. Tāpat, lai noskaidrotu objektīvos datus, autore izmantos TNS Latvia piedāvātos reitingus par Latvijas Radio 3 auditorijas apjomu, demogrāfiskos rādījumus.

7.1. Izmantoto pētniecības metožu raksturojums

Kontentanalīze ir satura analīze, kas tiek izmantota, lai noteiktu mediju ziņu atribūtus, lai izanalizētu, kā konkrētā lieta tiek realizēta starp auditoriju.⁵⁶

Satura analīze ir izstrādāta, lai iegūtu objektīvus, izmērāmus, pārbaudāmus vērā ņemamus satura ziņojumus. Tā analizē zīmju kārtību. Kontentanalīze tiek pielietota, lai pētītu lielu daudzumu materiāla. Tā darbojas, jo tiek identificētas vienības, ko izmanto, analizējot konkrēto materiālu – tekstu, attēlus u.tml. tiek skaitītas konkrētās vienības, kas var būt jebkas – galvenais, lai šīs vienības būtu viegli identificējamas un, lai konkrētās vienības ir pietiekami bieži, lai apkopojot datus šīs metodes analīze būtu derīga.⁵⁷

Satura analīzē tiek izmantoti visdažādākie teksti – grāmatas, dienasgrāmatas, runas, laikrakstu un žurnālu teksti, filmas u.tml. Zinātnieki mēdz lūgt cilvēkiem radīt materiālus, ko pēc tam varētu izmantot satura analīzes pētniecībai, tomēr galvenokārt tā nodarbojas jau ar iepriekš rakstītiem materiāliem.⁵⁸

Patiesībā, ikviens cilvēks veic daļēju satura analīzi noskatoties filmu, izlasot rakstu vai grāmatu, jo viņš mēģina identificēt tā saturu. Tāpēc arī literatūras un kino kritika savā ziņā ir satura analīzes forma. Tomēr, kontentanalīzē interpretācijas var būt īpatnējas, atšķirīgas katram cilvēkam individuāli, jo tiek analizēts caur katra cilvēka konkrēto pieredzi, uztveri,

⁵⁶ Bryant, J. Thompson, S. (2002) *Fundamentals of media effects*. Boston: McGraw-Hill. P. 17

⁵⁷ Fiske, J. (2011) *Introduction to Communication Studies*. New York: Routledge. P. 129

⁵⁸ Jones, R.A. (1996) *Research methods in the social and behavioral sciences*. Sunderland: Sinauer Associates. P. 104

viedokli. Bet, lai analīze būtu objektīva, tiek izdalītas vairākas kategorijas, pēc kurām tiek meklēta konkrētā informācija.

Kontentanalīze var tikt uzskatīta par objektīvu, ja cits autors veicot tādu pašu analīzi nonāks pie tādiem pašiem secinājumiem, kā iepriekšējais. Ar šīs metodes palīdzību teksts vai attēls tiek sistemātiski identificēts.⁵⁹ Šrēders un viņa kolēģi ir izveidojuši kategoriju kopu, kas sastāv no diviem jēdzieniem – diferenciacija un integrācija. Diferenciacija attiecas uz spēju noteikt dažādus problēmu aspektus, izdalot vairākus cēloņus. Integrāciju, savukārt Šrēders skaidro kā uztveri starp problēmu aspektiem.⁶⁰

Ar kontentanalīzes palīdzību tiks analizēti sociālo tīklu ieraksti – twitter.com, lai noteiktu tā saturu, līdz ar to noteiktu īpašības ar kādām tiek uzrunāta auditorija.

Lai noskaidrotu atgriezeniskās saites nepieciešamību un pārbaudītu vai tā pastāv starp LR3 un tās klausītājiem, autore izveidoja divas atsevišķas kontentanalīzes, ar dažādām kategorijām, pēc kurām tiks noteikts LR3 ierakstu saturs, atbilžu sniegšana auditorijai, kā arī LR3 auditorijas ierakstu saturs, LR3 vērtējums, kā arī LR3 pārpublicēto ierakstu saturs.

Tika izdalītas vairākas kategorijas, analizējot www.twitter.com ierakstus.

Autore atsevišķi izdalīja ierakstus – Latvijas Radio 3 publicētās ziņas, kā arī auditorijas publicētās ziņas par LR3 un LR3 pārpublicētās ziņas no citiem avotiem, piemēram, Latvijas Nacionālās operas u.tml.

LR3 publicēto ierakstu kontentanalīzes kategorijas:

1. Tēma
 - 1.1. Tiešraide
 - 1.2. Mūzika/Koncerts
 - 1.3. Saruna/Intervija
 - 1.4. Raidījums
 - 1.5. Programma
 - 1.6. Diskusija
 - 1.7. Informatīvas ziņas
2. Pašreklāma
 - 2.1. Operatīvā Pašreklāma
 - 2.2. Neoperatīvā pašreklāma
3. Atbildes auditorijai.

⁵⁹ Turpat, P 121-122.

⁶⁰ Turpat, P 124-125.

Katra kategorija izdalīta balstoties uz ierakstu saturu. Autore analizēja sociālā tīkla ierakstus no 2010.gada, kad Latvijas Radio 3 uzsāka darbību un izveidoja kontu sociālajā tīklā twitter.com līdz 2013.gada 31. martam.

Pirmā kategorija iekļauj tēmu, zem kuras pakārtotas septiņas apakškategorijas, kas ļauj noteikt to, par kādām tēmām visbiežāk LR3 informē klausītājus sociālajā tīklā www.twitter.com. Programma kā apakškategorija atklājas tad, kad ieraksta saturs vēsta par to, kas paredzēts, nenorādot laiku. Savukārt, informatīvas ziņas iekļauj informēšanu par dažādiem pasākumiem operās, teātros, arī LR3 studijā, kur notiks koncerta ieraksts, ko publicē LR3 u.tml.

Otrā kategorija ir pašreklāma, jo šajos ierakstos LR3 reklamē savus raidījumus, tiešraides, intervijas u.tml. Autore izdalīja operatīvo un neoperatīvo pašreklāmu. Operatīvā pašreklāma tika pieņemta kā raidījuma, tiešraides u.c. reklamēšana pirms tā atskaņošanas ēterā, savukārt neoperatīvā pēc – kad tiek norādīta vietne ar ierakstu, došanās uz arhīvu u.tml. Trešā kategorija – atbildes auditorijai, kur LR3 atbildēja uz klausītāju interesējošiem jautājumiem.

Analizējot auditorijas publicētos ierakstus, kas adresēti LR3, tika izdalītas šādas kategorijas:

1. Vērtējums

1.1. Pozitīvs

- 1.1.1. Tiešraide
- 1.1.2. Mūzika/Koncerts
- 1.1.3. Saruna/Intervija
- 1.1.4. Raidījums
- 1.1.5. Programma
- 1.1.6. Diskusija
- 1.1.7. Radio stacija

1.2. Negatīvs

- 1.2.1. Tiešraide
- 1.2.2. Mūzika/Koncerts
- 1.2.3. Saruna/intervija
- 1.2.4. Raidījums
- 1.2.5. Programma
- 1.2.6. Diskusija
- 1.2.7. Radio stacija

2. Informācija no cita avota

2.1. Par LR3

2.2.Par citu iestādi (opera, teātris)

3.Dzimums

3.1.Sieviete

3.2.Vīrietis

Autore kā pirmo kontentanalīzes kategoriju izvēlējās vērtējumu, zem kura pakārtotas divas apakšnodaļas, t.i., pozitīvs vērtējums un negatīvs vērtējums. Pozitīvs vērtējums iekļauj septiņas apakšnodaļas, tāpat kā kontentanalīzes 1.2. kategorija (negatīvs vērtējums). Pēc šīm kategorijām autore noteiks to, kā auditorija vērtē to, kas skanējis Latvijas radio 3 ēterā – vai tā bijusi tiešraide, koncerts, intervija u.tml. Autore ar šo kategoriju palīdzību noteiks vai auditorija izsakās pozitīvi vai negatīvi, vai viņi ir pateicīgi vai kritiski. Tā kā mērķis ir noteikt LR3 atgriezeniskās saites esamību un nepieciešamību, autore analizēs tikai tos LR3 ierakstus, kas redzami viņu twitter.com kontā, jo arī pārpublicētie ieraksti ir kā atbildes reakcija uz auditorijas izteikto vērtējumu.

Otrā kategorija ir informācija no cita avota, kad LR3 ir pārpublicējusi informāciju, ko publicējis cits konts – opera, koris u.tml. Kā trešā kategorija ir dzimums – vīrietis, sieviete.

Kontentanalīzes rezultātā autore analizēja atsevišķi gadus, lai salīdzinātu atgriezeniskās saites esamību laikā, kad LR3 uzsāka darbu pie kontaktēšanās ar klausītājiem izmantojot www.twitter.com un uz doto brīdi, kā atgriezeniskā saite tiek realizēta.

Lai uzzinātu auditorijas un darbinieku vērtējumu par Latvijas Radio 3 atgriezenisko saiti, autore veica intervijas.

Intervija ir pētniecības metode, kas cenšas aptvert gan faktu, gan nozīmju līmeni. Intervija cenšas aprakstīt centrālās tēmas un tās galvenais uzdevums ir saprast, ko intervējamais saka. intervijās ir svarīgi saprast, ka ir jāformulē darba tēma. Lai intervija noritētu labāk, tai ir jāsaprotas. Ir jāveic materiālu analīze. Analīzē nepieciešams izlemt, kāda būs tematika un jānoskaidro, vai nepieciešamā informācija ir ievākta, pamatojoties uz izpētes mērķiem. Intervijas respondentu skaits ir vajadzīgs tik daudz, lai noskaidrotu visu nepieciešamo, kas paredzēts pētījumā. Līdz ar to svarīgi ir intervijas veikt ar katru cilvēku individuāli, lai viņi nevarētu viens otru ietekmēt.⁶¹

Intervija ir vienkārša, sociāla mijiedarbība starp diviem cilvēkiem, no kuriem vismaz viens vēlas iegūt informāciju. Lai to izdarītu, viņš uzdod jautājumus. Tas nozīmē, ka intervijai jau ir mērķis – saņemt atbildes. Vai intervijas ir telefoniskas, vai aci pret aci, tās būtiski atšķiras no aptaujām, arī tad, ja jautājumi ir pilnīgi identiski.⁶² Intervijas ir mērķtiecīga

⁶¹ Kvale, S. (1996) *Interviews: An Introduction to Qualitative Research Interviewing*. Thousand Oaks California: Sage Publications, P. 88

⁶² Turpat, P 139

saruna. Intervētājs vienmēr ir daļa no intervijas. Intervijas var veikt individuāli vai grupās, izmantojot strukturētās intervijas, daļēji strukturētās vai nestrukturētās. Intervijas nodrošina iespējas reaģēt uz sniegtajām atbildēm. Tā kā tās ir mutiskas, tās var būt ilgākas, līdz ar to var iegūt daudz labākas atbildes, nekā rakstveida.⁶³

Lai noskaidrotu cik nozīmīga un vai nepieciešama auditorijai ir atgriezeniskā saite, autore intervēs klausītājus pēc reprezentatīvas izlases. Ar daļēji strukturētās intervijas palīdzību autore intervēs Latvijas Radio 3 Klasika klausītājus, atklājot to, vai klausītāji izjūt atgriezenisko saiti, to izmanto un tā viņus apmierina, (skat. 1.pielikumu), savukārt intervējot Latvijas Radio 3 Klasika darbiniekus – žurnālisti un producenti Ingu Saksoni, sociālo tīklu un mājas lapu uzraudzītājus – Ilzi Medni un Edgaru Raginski, kas tiešā veidā komunicē ar auditoriju, autore uzzinās viņu domas par atgriezenisko saiti, (skat. 2.pielikumu) tās nepieciešamību u.tml. Autore izveidoja auditorijas izlases shēmu, kas aplūkojama 3.pielikumā.

Autore izdalīja atsevišķi sociālo tīklu lietotājus un sociālo tīklu nelietotāji. Sociālo tīklu lietotājus autore izdalīja kā auditorijas pārstāvjus, kas lieto twitter.com, savukārt, sociālo tīklu nelietotāji ir tie, kas nav reģistrējušies twitter.com. Autore izveidoja atsevišķas iedaļas twitter.com lietotājiem, jo pastāvēja iespēja, ka twitter.com lietotāji ir gan aktīvi, gan pasīvi. Aktīvie twitter.com lietotāji tika uzskatīti par tādiem, ja tie publicē ierakstus, pārpublicē tos, ievieto bildes u.tml. Kā pasīvie lietotāji tika izdalīti tie auditorijas pārstāvji, kas nepublicē ierakstus, bet lasa citu cilvēku, iestāžu publicētos ierakstus.

Lai varētu salīdzināt dažāda vecuma auditorijas pārstāvju vērtējumu par Latvijas Radio 3 atgriezenisko saiti, autore izšķīra gadus vecākus respondentus, kas bija virs 30 gadiem, un gadus jaunākus. Tāpat svarīgi bija saprast, kā atgriezenisko saiti vērtē sievietes un vīrieši, vai viņu viedoklis atšķiras.

Internetplatforma – Google Analytics ļauj izanalizēt un novērtēt konkrētās mājas lapas, šajā gadījumā latvijasradio3.lv reklāmguvumu un pārdošanas apjomu. Google Analytics piedāvā dažādus analīzes rīkus, ar kuru palīdzību var noskaidrot apmeklējumu daudzumu gadā, mēnesī, dienā un pat stundā. Ar satura analīzes palīdzību tiek atklātas populārākās lapas vietnes. Tāpat tas ļauj izvērtēt komunikācijas panākumus.⁶⁴

Autore ar Google Analytics palīdzību noskaidros cik liela ir interneta auditorija, kāds ir teritoriālais sadalījums. Jāatzīmē, ka šī datu vietne neļauj uzzināt vecumu un dzimumu, bet

⁶³ Berthard, I., Hughes, P. (2005) Media research methods: audiences, institutions, texts. New York: Palgrave Macmillan. P. 197

⁶⁴ Goggle analytics. https://www.google.com/intl/lv_ALL/analytics/features/index.html

atklāj citu informāciju – informācijas novirzītājus, t.i., no kādām interneta vietnēm auditorija atrod, uzslēdz Latvijas Radio 3 mājas lapu, kādi atslēgas vārdi tiek izmantoti, lai atrastu Latvijas Radio 3.

8. EMPĪRISKĀ DAĻA

8.1. Empīriskās daļas plāns

Bakalaura darba pētījums sastāv no pieciem etapiem: Latvijas Radio 3 auditorijas profils, twitter.com kontentanalīze, Google Analytics datu analīze, interviju veikšana ar Latvijas Radio 3 auditorijas pārstāvjiem, interviju veikšana ar Latvijas Radio 3 darbiniekiem.

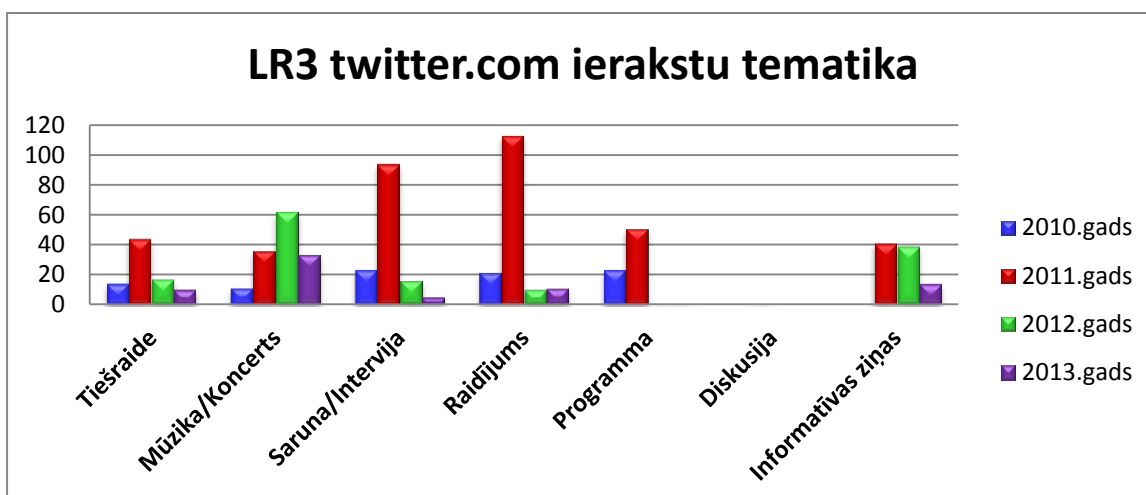
8.2. Latvijas Radio 3 auditorijas profils

TNS Latvia auditorijas pētījuma dati par Latvijas radio 3 liecina, ka 2012./2013. gada pētījumā auditorijas sadalījums pa dzimumiem ir: sievietes 59%, vīrieši 41% (skat. 4.pielikumu). Tāpat TNS dati liecina, ka visvairāk Latvijas Radio 3 klausās cilvēki, kas ir vecuma grupā no 55-74 gadiem, kā arī no 35-54 gadiem, kas atklāj to, ka Latvijas Radio 3 klausās vecāka gada gājuma cilvēki. (skat. 5.pielikumu). Lielākā daļa auditorijas klausītāju ir ieguvuši vidējo izglītību (52%), savukārt otru lielāko daļu sastāda auditorija ar augstāko izglītību (42%) (skat. 6. pielikumu). Kā liecina TNS Latvia dati, iedalot auditoriju pēc teritorijas, atsevišķi izdalot Rīgu, visvairāk klausās Rīgā un Vidzemē. Salīdzinot ar 2010./2011.gada TNS pētījuma datiem nav būtisku izmaiņu. Auditorijas profils aizvien ir saglabājies gandrīz tāds pats.

Savukārt, analizējot laika posmus par to, kad auditorijas pārstāvji klausās LR3, t.i., piemēram, laika posmā no 14:00-15:00 u.tml., var secināt, ka 2010./2011. gadā klausītāju apjomi bijuši lielāki.

8.3. LR3 sociālā tīkla twitter.com ierakstu kontentanalīze

Sākotnēji autore analizēja LR3 ierakstus par programmas saturu, ko raidīs ēterā. Autore atsevišķi analizēja 2010., 2011., 2012., kā arī 2013.gadu. to ieskats kontentanalīzes tabulā no 7 līdz 10 pielikumam. Analīzes rezultātā autore ieguva datus par to, cik daudz ieraksti bija par mūzikas, koncertu norisi, intervijām, tiešraidēm utt.



3. attēls LR3 twitter.com ierakstu tematika

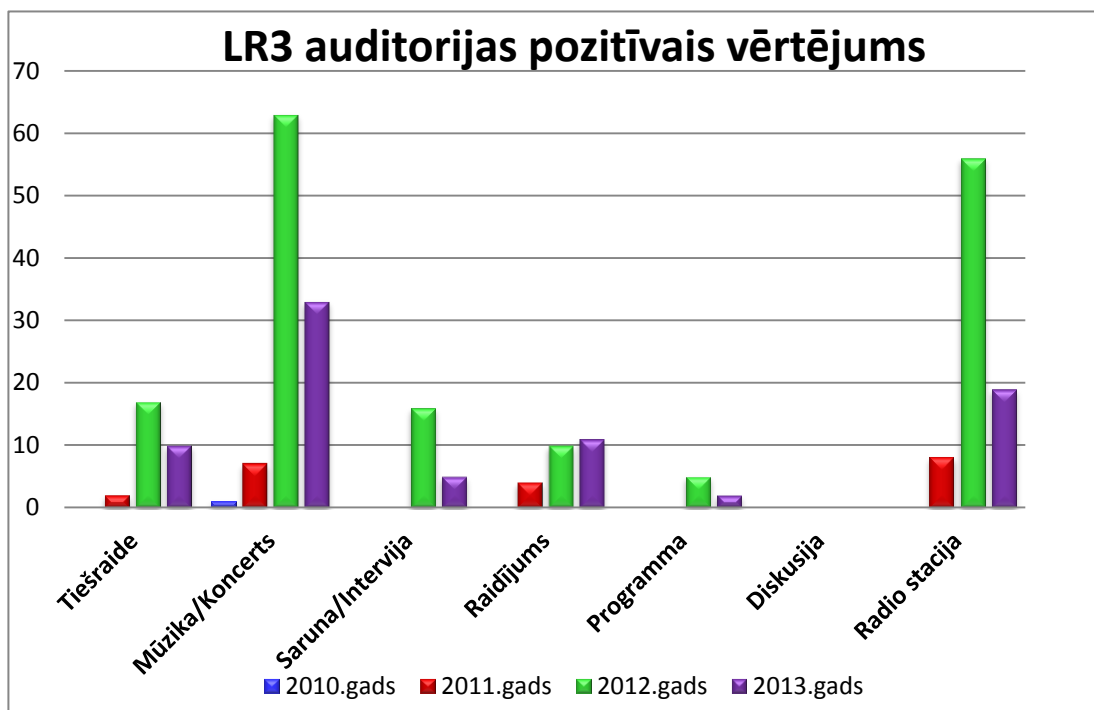
Autore analizējot Latvijas Radio 3 sociālā tīkla www.twitter.com ierakstus, veica salīdzinājumu starp izvēlētajiem gadiem, t.i., 2010. gada, kad LR3 uzsāka publicēt ziņas šajā vietnē līdz 2013. gada 31. martam. Kā redzams, 3. Attēlā, salīdzinoši ar pārējiem gadiem Latvijas Radio 3 veicis visvairāk ierakstus 2011.gadā, kuros tika publicēta informācija par raidījumiem („Atspere,” „Benefice” u.c.). nedaudz mazāk ieraksti publicēti par sarunām/intervijām, programmu saturu. Dažkārt vienā LR3 ierakstā tika publicēta informācija par vairākiem notikumiem – intervijas, tiešraides, raidījums, ko autore izdalīja kategorijā – programma. Tā kā LR3 ēterā reti parādās diskusijas, par tām nav neviens ieraksts.

Autore izsaka pieņēmumu, ka 2011. gadā bija visvairāk ieraksti, jo 2010. gadā atbildīgās personas par Latvijas Radio 3 publicitāti sociālajos tīklos sāka tikai apgūt pamatus un ierakstu publicēšanas nozīmi saprata tikai nākamajā gadā.



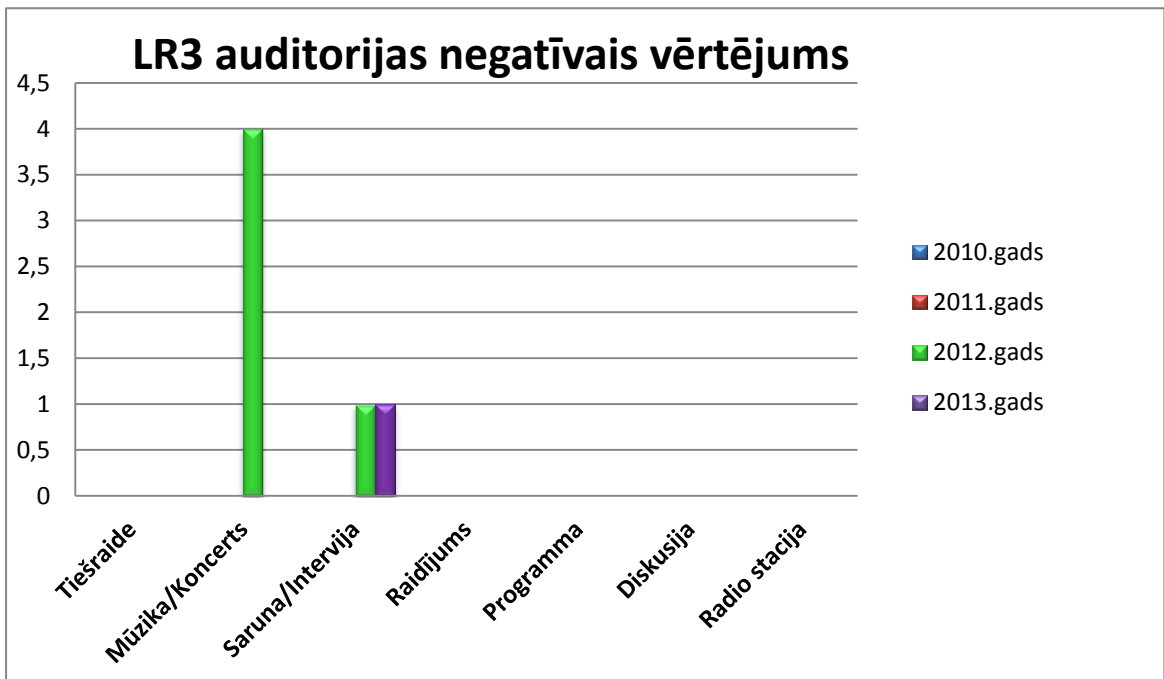
4. attēls LR3 atbildēšana auditorijai

Kā var aplūkot 4. attēlā, laika periodā no 2010. gada līdz 2013. gada 31. martam LR3 2010. gadā npublicēja nevienu ierakstu, kas bija adresēts konkrētam auditorijas pārstāvim. Līdzīga situācija ir arī 2011. gadā, kur salīdzinoši ar pēdējiem diviem gadiem atbilžu sniegšana ir daudz mazāka. Šajā gadījumā autore izvirza pieņēmumu, ka iespējams daļa auditorijas nebija informēta par Latvijas Radio 3 izveidoto kontu twitter.com. Tāpat jāatzīmē, ka iespējams LR3 atbildīgie darbinieki par sociālajiem tīkliem bija mazāk zinoši, līdz ar to nezināja, kā sniegt atbildi uz jautājumiem vai nebija informēti kā pārpublicēt auditorijas adresētos ierakstus LR3. Visaktīvāk LR3 sāka atbildēt auditorijai un auditorija vēltīt ierakstus LR3 2012.gadā, tomēr jau 2013. gadā trijos mēnešos atbilžu sniegšana auditorijai ir tikpat cik 2012. gadā visā tā garumā.



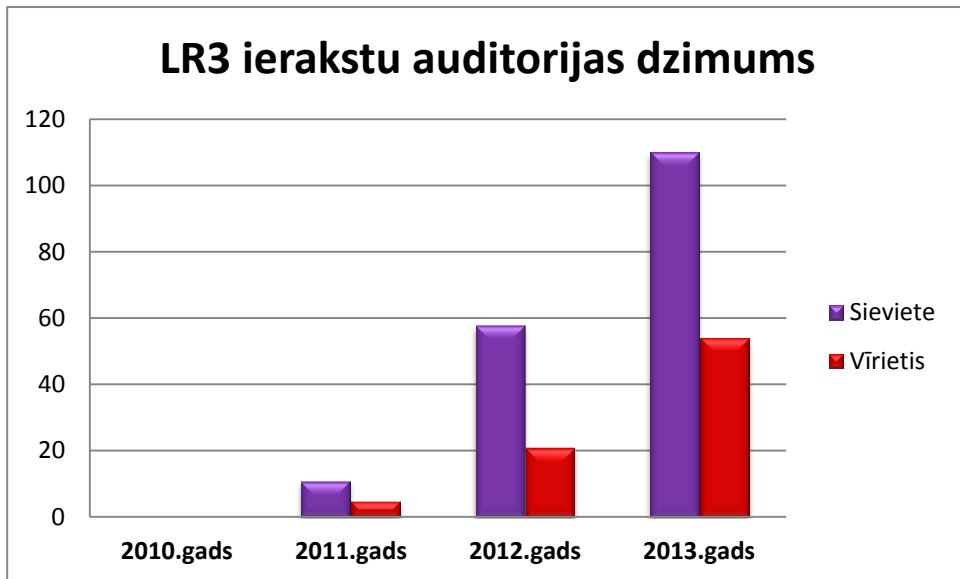
5. attēls LR3 auditorijas pozitīvais vērtējums

Savukārt, analizējot ierakstus, ko publicējuši auditorijas pārstāvji, var redzēt, ka pozitīvā vērtējuma rezultāti sadalās sekojoši: gadu gaitā palielinājies ierakstu skaits, kuros izteikta pateicība, pozitīvs vērtējums. Tas nozīmē, ka arī LR3 darbinieki atgriezeniskās saites veidošanā ir kļuvuši aktīvāki un pārpublicējot ziņojumus, reaģē uz auditorijas izteikumiem un ieteikumiem. Publicētie ieraksti ir gan par koncertiem, gan tiešraidēm, raidījumiem, intervijām, kā arī par radio staciju kopumā. Šajos ierakstos visbiežāk izskan frāze „paldies,” ko autore uzskatīja kā vienu no pozitīva vērtējuma izteikuma kritērijiem.



6. attēls LR3 auditorijas negatīvais vērtējums

Negatīvie vērtējumi visu trīs gadu garumā ir tikai seši, kas salīdzinot ar pozitīvo vērtējumu izteikumiem ir ļoti mazs skaits. No sešiem negatīvajiem ierakstiem, pieci publicēti 2012. gadā, viens 2013. gadā. Četri no tiem ir publicēti par mūziku, koncertiem, pārējie divi par intervijām.



7. attēls LR3 ierakstu auditorijas dzimums

Tā kā 2010. gadā nebija neviens auditorijas pārstāvju ieraksts, līdz ar to dzimums nav izdalāms. Savukārt, analizējot pārējos gadus, autore analīzes rezultātā ieguva informāciju par to, ka vairāk ierakstus publicē sievietes, nekā vīrieši un to skaits gadu gaitā palielinās. Salīdzinot iegūtos datus ar TNS Latvia pētījuma datiem, tie neatšķiras, jo arī sociālajos tīklos vairāk figurē sievietes nekā vīrieši.

Veicot twitter.com ierakstu kontentanalīzi autore nonāca pie secinājumiem, ka 2010. gadā uzsākot publicēt ierakstus sociālajā tīklā twitter.com atgriezeniskā saite sociālajos tīklos bija vairāk vienvirziena, jo netika pārpublicēti ieraksti, ko bija adresējuši LR3 klausītāji, kā arī vairāk tika publicēti ziņojumi par to, kas konkrētajā brīdī skan ēterā. Laikam ejot uz priekšu LR3 darbinieki sāka veidot divvirzienu atgriezenisko saiti, atbildot uz konkrētiem jautājumiem, ko uzdevuši auditorijas pārstāvji. Pārpublicējot auditorijas pozitīvās atsauksmes veidojās divvirzienu atgriezeniskā saite un ar kontentanalīzes palīdzību autore noskaidroja, ka visvairāk pozitīvas atsauksmes ir par dzirdēto mūziku, koncertu, kā arī par visu Latvijas Radio 3 staciju kopumā.

8.4. Google Analytics datu analīze

Lai noskaidrotu interneta auditorijas apjomu autore analizēja pieejamos datus par Latvijas radio 3 ar Google Analytics palīdzību. Tie atklāj, ka 2010.gadā tiešsaistē Latvijas Radio 3 klausījās vairāk kā 23 tūkstoši klausītāji, savukārt jau 2011. gadā sasniedza gandrīz 50 tūkstošus. Atsaucoties uz iepriekš veiktās kontentanalīzes datiem, jāatzīmē, ka 2011.gadā LR3 publicēja visvairāk ierakstus twitter.com, kas, iespējams, bija kā iemesls auditorijas pieaugumam tiešsaistē. 2012. gadā internetā LR3 klausījās vairāk kā 43 tūkstoši, savukārt 2013.gada janvārī - martā tie ir vairāk nekā trīs tūkstoši.

Auditorijas pārstāvji, lai atrastu Latvijas Radio 3 mājas lapu, izmanto mājas lapas – google.lv, bing, yahoo u.c., izmantojot tādus atslēgas vārdus kā „radio klasika, Latvijas radio3 u.c.”

Sociālie tīkli darbojas kā novirzītāji, t.i., pastāv sociālie tīkli, kuros tiek publicēta informācija, lai to noklausītos vai izlasītu, auditorijas pārstāvji izmanto mājas lapu publicētās adreses, kas nozīmē, ka tādā veidā sociālajos tīklos publicētā informācija viņus novirza uz citu mājas lapu, šajā gadījumā uz www.latvijaradio3.lv.

2010. gadā ne twitter.com, ne arī facebook.com neietekmēja to vai auditorija izlasīs ziņu, sāks klausīties tiešraidī internetā. Savukārt, jau 2011. Gadā pirmajās trīs vietās ir Facebook.com, twitter.com un draugiem.lv, kas, kā jau iepriekš autore minēja, ir populārākie sociālie tīkli Latvijā. 2012. gadā un 2013. gadā aizvien pirmajā vietā ir facebook.com un otrajā twitter.com. Kopumā pa šiem gadiem sociālie tīkli piesaistījuši aptuveni 10 tūkstošus LR3 auditorijas pārstāvjus.

Svarīgs aspekts atgriezeniskās saites veidošanā atklājas facebook.com, jo tas visus gadus ieņem pirmo vietu. Tas nozīmē, ka sociālo tīklu izmantojums aizvien vairāk palielinās, tāpēc ir svarīgi būt aktīviem un iesaistīties - tādā veidā "būt tuvāk klausītājiem."

Visvairāk Latvijas Radio 3 Klasiku klausās en-us English(United States). Amerikas Savienotajās Valstīs, kas ir 72 tūkstoši apmeklētāju - savukārt Latvijā tie ir 35 tūkstoši, kas ir gandrīz uz pusi mazāk, nekā ārzemēs. Visaktīvākā valsts apmeklējumu ziņā bez šaubām ir Latvija, otrajā vietā ir ASV, Lielbritānija.

Latvijas mērogā – visaktīvāk LR3 klausās tādās pilsētās kā - Rīga, Madona, Liepāja, no ārzemēm - aktīvākā ir Berlīne un Londona.

Lai iegūtu kopskatu par klausītākajiem raidījumiem, autore izvēlējās ar Google Analytics palīdzību izanalizēt 2012. Gadu, noskaidrojot klausītākos raidījumus. Lai to varētu salīdzināt ar auditorijas respondentu atbildēm.

Tā kā no katra mēneša tika analizēta viena nedēļa – tika iegūts kopskats par klausītākajiem raidījumiem. Katru mēnesi darbadienās lielākoties figurē raidījums „Viens no diviem,” ko ikdienu internetā klausās vidēji četrdesmit cilvēki. Kā nākamais raidījums ir „Promināde,” kā arī „Neakadēmiski” un „Odiseja,””Pasticcio.”

Maija mēnesī aktuāls bijis Dailes teātra 90. Jubileja, kad tika veidots raidījums par komponistu portretiem. Ja konkrētajā nedēļā bijusi kāda tiešraide vai pirmatskaņojums, tas ieguvis pirmo vietu attiecīgajā dienā, kā piemēru var minēt par 16. jūnija tiešraidi no Vīnes valsts operas, kā arī 15. oktobra Birimingemas simfoniskā orķestra un diriģenta Andra Nelsona koncerta tiešraide no Latvijas Nacionālās operas.

Jāatzīst, ka klausītāji iecienījuši arī „skaistāko melodiju lokā,” „Pasaules festivālos un koncertos,” kā arī raidījuma „Mana mūzika,” kur risinās saruna starp dažādiem cilvēkiem.

Pēc Google Analytics datu analīzes autore nonāca pie secinājumiem, ka sociālie tīklu izmantošana laika gaitā LR3 darbībā ieņem aizvien lielāku lomu. Tajos publicētā informācija piesaista konkrētas auditorijas daļu, t.i., tie, kas izmanto sociālos tīklus. Tādā veidā veidojas atgriezeniskā saite, kad LR3 publicē ziņojumus, savukārt auditorija reaģē uz tiem un apmeklē norādītās adreses u.tml.

8.5. Interviju analīze ar Latvijas Radio 3 klausītājiem

Lai gūtu priekšstatu par to, kā Latvijas Radio 3 auditorijas dalībnieki vērtē atgriezeniskās saites nepieciešamību un kvalitāti, autore veica intervijas ar auditorijas pārstāvjiem pēc reprezentatīvas izlases.

8.5.1. Intervija ar Annu Emsiņu

A.Emsiņa (gados jauna, aktīva sociālo tīklu lietotāja) intervijā par Latvijas Radio 3 pastāstīja, ka to klausās mājās datorā. Savukārt, vispopulārākie radio ir Latvijas Kristīgais Radio, Radio 101 u.c. Viņa atzina, ka LR3 klausās, jo tajā ir saturiska muzikālā programma, tā ir izglītojoša un ar interviju palīdzību iepazīstina auditoriju ar dažādiem mūziķiem. Tikpat svarīgi viņai šķiet arī koncertu un operu atskaņojumi. A. Emsiņa labprāt dzirdētu kaut ko līdzīgu, ko atskaņo ārzemju radio – Whisperings, kur ir skolo piano mūzika.

Par atgriezenisko saiti A. Emsiņa izteicās, ka publicē ierakstus, kas domāti LR3. Viņa uzskata, ka tie ir domāti, lai LR3 zinātu, kāds ir klausītāja pieprasījums un, kas viņus vairāk uzrunā. Visbiežāk viņa pateicas radio par to, kas bijis raidīts ēterā. Viņa pastāstīja, ka „*reiz es saņēmu atbildes reakciju no @LR3, kad biju notvītojusi, ka patika kāda mūzika un viņi jautāja, kurā laikā es to esmu klausījusies.*” Tādā veidā viņi varēja viņu informēt par to, kas attiecīgajā laikā skanēja, jo A. Emsiņa nav dzirdējusi autoru. Līdz ar to viņa atklāja, ka atbildes saņemšana no LR3 ir svarīga, jo šī reakcija parāda attieksmi pret stacijas klausītājiem – ieinteresētību un vēlmi palīdzēt.

8.5.2. Intervija ar Emīlu Brikavu

Intervijā E.Birkavs (gados jaunsm aktīvs sociālo tīklu lietotājs) pastāstīja, ka Latvijas Radio 3 regulāri klausās, braucot automašīnā, kā arī strādājot pie kāda projekta, t.i., darbā. Šo radiostaciju E.Birkavs izvēlas, jo LR3 mūzika ir harmoniska un piedāvā nepieciešamo tempu darbam vai atpūtai. Viņš atzina, ka dažkārt klausās arī Rīga Radio un Radio Baltkom, kur viņš var vairāk dzirdēt džeza mūziku. Tāpat viņš pastāstīja, ka LR3 programma ir daudzpusīga, kas nozīmē, ka tajā var dzirdēt dažādu mūziku, tai nav viens noteikts žanrs.

Par atgriezenisko saiti ar LR3 viņš stāsta, ka seko tam, ko LR3 publicē sociālajā tīklā twitter.com, kas palīdz iegūt jaunāko informāciju par tuvākajiem koncertiem u.tml. Visnepieciešamākais viņaprāt ir saņemt konkrētas atbildes uz konkrētiem jautājumiem, piemēram, kas skanēja ap plkst.17:00 22.05.2013. vai tml.

Analizējot sociālo tīklu lietotāju aktīvo klausītāju intervijas autore nonāca pie secinājumiem, ka atšķiras vieta, kur LR3 klausās. Sieviete klausās mājās (netradicionāls veids), vīrietis automašīnā, kas darba gaitā skaitās pie tradicionālajiem klausīšanās veidiem. Abi intervējamie atzina, ka LR3 klausās patīkamās un harmoniskās mūzikas dēļ, ko var salīdzināt arī ar kontentanalīzē iegūtajiem datiem. Jo visbiežāk pozitīvs vērtējums tika izteikts par mūziku, kas tiek atskaņota. Tāpat abi respondenti atzina, ka atgriezeniskā saite viņiem

šķiet svarīga. Viņi atzīmēja, ka ir saņēmuši konkrētas atbildes uz viņu interesējošajiem jautājumiem, kas nozīmē, ka LR3 ir ieinteresēts veidot atgriezenisko saiti.

8.5.3. Intervija ar Daigu Baranovsku

Daiga Baranovska (gados vecāka, aktīvas sociālo tīklu lietotāja) visbiežāk LR3 klausās braucot automašīnā, retas reizes mājās. LR3 D. Baranovska klausās aptuveni desmit gadus, pirms tam viņa klausījās SWH.

Latvijas Radio 3 viņa izvēlas, jo jau no bērnības viņai patikusi mūzika, īpaši klasiskā, kā arī tā ir iespēja dzirdēt koncertu tiešraides, ko laika trūkuma dēļ nevar vērot klātienē. D. Baranovska atzīst, ka vēlētos vairāk mūzikas LR3 programma, bet piekrīt arī tam, ka intervijas un raidījumi arī ir ļoti uzrunājoši un interesanti. Klausītājam nav viena noteikta laika, kad viņa klausās LR3, līdz ar to arī nav konkrēti raidījumi, kuri uzrunā.

Par atgriezenisko saiti ar LR3 viņa atklāj, ka twitter.com viņa izmanto kā personīgo socializācijas vietu. Visbiežāk viņa veic ierakstus, kas adresēti Latvijas Radio 3 sakarā ar dzirdēto, piemēram, iespēja dzirdēt tiešraidi, koncerta ierakstu u.tml. Viņa pastāstīja, ka viņai ir prieks, ja kāds (LR3) apliecina, ka ir pamanījis, ko viņa ir publicējusi, kaut vai ja tas tiek pārpublicēts.

Jāatzīmē, ka pārpublicēšana arī ir atgriezeniskā saite, jo auditorija sniedz ziņas LR3, kuras viņi pārpublicē, tādā veidā reaģējot un veidojot atgriezenisko saiti.

8.5.4. Intervija ar Mareku Romanovski

Mareks Romanovskis (gados vecāks, aktīvs sociālo tīklu lietotājs) ir flautas skolotājs, kurš Latvijas Radio 3 klausās visvairāk rīta pusē, kad viņš atrodas mājās. Viņš pastāstīja, ka kopš radio var klausīties internetā viņa radio staciju izvēle ir ļoti dažāda. Latvijas Radio 3 atskaņotā mūzika viņam ir ļoti tuva, tieši tāpēc viņš klausās šo radio. Atskaņotā mūzika viņam nav sveša, tāpēc labprāt to arī klausās. M. Romanovskis pastāstīja, ka no raidījumiem vistuvākie viņam ir „Benefice,” „Atspere,” arī „Mākslinieka Darbistabā,” jo atklāja, ka dažkārt ir interesanti paklausīties īpaši tos raidījumus, kad tajos viesis ir kāds viņam pazīstams cilvēks. Viņš pastāstīja, ka labprāt dzirdētu studijā citus cilvēkus, lai arī tie cilvēki, kas tur ir ļoti zinoši un pārzina savu darbības sfēru, tomēr viņam šķiet, ka balss intonācija un runas stils izklausās „arhaisks.”

Atgriezeniskos saiti LR3 M. Romanovskis uztver pozitīvi. Viņš atzina, ka zvanīšana un vēstuļu rakstīšana ir domāta tiem, kuriem tam pietiek laiks, savukārt viņš labāk iegūst jaunāko informāciju lietojot sociālo tīklu twitter.com.

Analizējot aktīvo sociālo tīklu lietotāju intervijas autore saprata, ka būtiskas atšķirības starp gados jaunākiem klausītājiem, un klausītājiem virs 30 nav. Lai arī viņi ir gados vecāki, viņi labprāt radio klausās internetā, arī automašīnā. Viņi atzina, ka atgriezeniskā saite ir nepieciešama un vērtējama pozitīvi, jo ir saņemta reakcija uz publicētajiem ierakstiem, kā arī sociālo tīklu izmantošana ir daudz ērtāks veids, nekā vēstuļu rakstīšana vai zvanīšana uz redakciju.

8.5.5. Intervija ar Latvīti Cirsi

Latvijas Radio 3 klausītāja Latvīte Cirse (gados jauna, pasīva sociālo tīklu lietotāja) intervijā pastāstīja, ka visbiežāk radio klausās mājās. Šobrīd LR3 ir vienīgā radiostacija, kuru viņa klausās. LR3 viņu uzrunā ar programmas saturu, jo viņa atzīst, ka tas ir jēgpilns un kvalitatīvs. Vienīgais, ko L. Cirse vēlētos vairāk klausīties LR3 ēterā intervijas ar ārzemju māksliniekiem., pieminot, ka tādas ir dzirdējusi. Viņa cenšas izbaudīt visu, ko sniedz LR3 programma, jo viņai ir maz brīvā laika.

Savukārt runājot par atgriezenisko saiti un viņas vērtējumu par to, viņa atzīst, ka sociālais tīkls twitter.com ir kā publiskā dienasgrāmata. Viņai šis sociālais tīkls šķiet labs tādēļ, ka viņai nav, piemēram, mājas lapā jālasa arī citu cilvēku komentāri, kuri dažkārt ir ļoti kritiski.

8.5.6. Intervija ar Rihardu Briģi

Rihards Briģis (gados jauns, pasīvs sociālo tīklu lietotājs) pastāstīja, ka LR3 klausās aptuveni četras stundas braucot ar automašīnu. Ārpus šīm četrām stundām, R. Briģis labprāt klausās arī Radio SWH, savukārt, ja ir pie datora klausās ClassicFm. LR3 viņš klausās, jo tā ir iespēja dzirdēt pašmāju akadēmiskās mūzikas māksliniekus, kā arī dzirdēt sarunas ar Latvijas māksliniekiem, viņu viedokli un jaunumus. Kopumā ar programmu viņš ir apmierināts, tomēr minēja, ka labprāt dzirdētu arī mūsdienu filmu mūziku, kā piemērus, viņš minēja Danna, Zimmer u.tml.

Viņš pastāstīja, ka izmanto zvanīšanas iespēju uz redakciju, bet tikai tad, kad vēlas piedalīties konkursos. Viņš uzskata, ka vēstuļu sūtīšana uz e-pastu vai ar Latvijas Pasta starpniecību nav nepieciešama, daudz vienkāršāk ir izmantot twitter.com. Viņš to nelieto aktīvi, bet dažkārt pārlasa LR3 ierakstus.

Atgriezeniskos saiti, tieši par sociālo tīklu twitter.com, R. Briģis uztver pozitīvi un pastāstīja, ka LR3 radiostacijā ir jūtama kvalitatīva atgriezeniskā saite. Viņš to salīdzināja ar Radio 101, paskaidrojot, ka LR3 nav tik liela auditorija twitter.com, līdz ar to ir daudz mazāk ieraksti par to un katru no tiem var izlasīt darbinieki, pārpublicēt un arī atbildēt.

Pasīvie sociālo tīklu lietotāji intervijās atklāja, ka LR3 klausās mūzikas dēļ, jēgpilnās un saturiskās programmas dēļ. Tomēr šeit parādās vēl viens atgriezeniskās saites izmantošanas veids – zvanīšana uz ēteru, lai piedalītos konkursos. Atgriezenisko saiti viņi vērtē kā kvalitatīvu, jo ikdienā nav jālasa negatīvi komentāri, ko bieži var izlasīt mājas lapās komentāru sadaļā. Tāpat viņus apmierina tas, ka LR3 ir salīdzinoši maza auditorija un LR3 darbiniekiem vienas stundas laikā nenākas pārpublicēt vairākus desmitus ierakstu.

8.5.7. Intervija ar Māru Treibergu

Intervijā Māra Treiberga (gados vecāka, pasīva sociālo tīklu lietotāja) pastāstīja, ka Latvijas Radio 3 klausās tīmekļa tiešraidē. Šo radio viņa izvēlas mūzikas dēļ, jo tā viņu uzrunā visvairāk. Tomēr vēl iecienīti radio ir – Latvijas Folka Radio OIRA, kā arī Radio NABA, ko M. Treiberga labprāt izvēlas klausīties īpašos gadījumos, kad ir interesantas tiešraides vai intervijas. Visvairāk M. Treibergu LR3 ēterā uzrunā operu pirmizrādes, koncertu tiešraides, jo, dzīvojot laukos, tā ir vienīgā iespēja sekot līdzi procesiem. Tādā veidā LR3 sniedz iespēju klausīties arī tiešraides no operām. Viņa labprāt vēlētos, lai LR3 savā programmā iekļautu vairāk latviešu koru mūziku, latviešu solo dziesmas.

M. Treiberga ir sociālo tīklu lietotāja, bet nav aktīva. Viņa seko līdzi LR3 sociālajā tīklā twitter.com, kur viņa iegūst informāciju par jaunākajiem raidījumiem u.tml. Atgriezeniskā saite M. Treibergai šķiet svarīga, jo viņai patīk, ka LR3 viņu informē par jaunumiem, tajās ir daudz vērtīgas lietas – sniedz iespēju apskatīt arhīvu, tādā veidā sniedzot iespēju atrast kaut ko nokavētu, tieši tāpēc M. Treiberga ir sociālajā tīklā twitter.com.

8.5.8. Intervija ar Dzintaru Eglīti

Dzintars Eglītis (gados vecāks, pasīvs sociālo tīklu lietotājs) intervijā pastāstīja, ka radio klausās mājās, tomēr viņa izvēle nav tikai viena, t.i., ka viņš labprāt klausās ar SWH Rock. Visvairāk šajā radio stacijā viņam patīk mūzika, kā arī korektā ziņu sadaļa. Dažkārt Dz. Eglīti neapmierina mūzika vai raidījums, kuru viņš ātri nomaina pret citu mūziku. Viņš vairāk pievēršas ziņu sadaļai, tomēr dažkārt, ja radio dzirdētā tēma liekas saistoša un interesanta viņš labprāt to klausās. Viņš paskaidroja, ka tas gadās reti.

Viņš pastāstīja, ka sociālā tīklā twitter.com viņš nav aktīvs, jo visbiežāk to lasa tālrunī. Kā arī pieminēja, ka LR3 ieraksti viņu sasniedz reti. Tāpat viņš nav ieinteresēts sūtīt vēstules, zvanīt uz redakciju. Dz. Eglītis atzina, ka atgriezeniskā saite viņam nav svarīga. Viņš atzina, ka iespējams viņu nav uzrunājis aicinājums komunicēt ar LR3.

Analizējot intervijas no pasīvajiem, gados vecākiem respondentiem, autore ieguva secinājumus par to, ka atšķiras sievietes un vīrieša uzskati par atgriezeniskās saites nepieciešamību. Sieviete uzskata, ka publicētie ieraksti informē un atgādina, piemēram, par aizmirstiem pasākumiem, savukārt, vīrietis atzīst, ka ieraksti viņu sasniedz reti un atgriezeniskā saite viņam nav būtiska, to pašu viņš atklāja par zvaniem uz ēteru un vēstuļu sūtīšanu uz redakciju.

8.5.9. Intervija ar Dārtu Tisenkopfu

Dārta Tisenkopfa (gados jauna, sociālos tīklus neizmanto) ir skolniece. Viņa intervijā pastāstīja, ka LR3 klausās ceļā uz un no skolas savā mobilajā tālrunī. Viņa atzina, ka LR3 klausās, jo tā ir vienīgā radiostacija Latvijā, kas sniedz iespēju klausīties klasisko mūziku. Viņa pastāstīja, ka studijā vienmēr ir intelligenti cilvēki, kuri sniedz jaunu informāciju un ir jēgpilns, kā arī piedāvā iemācīties kaut ko jaunu. D. Tisenkopfa atzina, ka klausoties atskaņoto mūziku vienmēr apzināti pievērš uzmanību atskaņotajai mūzikai un aktualitātēm, jo tādā veidā viņa tiek informēta par mūzikas dzīvi Latvijā. Viņa pastāstīja, ka viņu apmierina Latvijas Radio 3 programma un, ka viņa labprāt klausās svētdienas rītos „Nošu domino,” kuros piedalās Latvijas mūzikas skolu audzēkņi. Viņai patīk raidījums „Mākslinieks Darbistabā,” jo tajā var atklāt jaunas, īpašas personas un viņu ikdienu.

Atgriezeniskā saite viņai nav būtiska, kā arī viņa nelieto sociālo tīklu twitter.com, bet apsver iespēju to sākt izmantot, jo ir dzirdējusi, ka tā var uzzināt jaunāko informāciju ātri un vienkārši.

8.5.10. Intervija ar Māru Griezi

Vecmāte un lektore Māra Grieze (gados vecāka, sociālos tīklus neizmanto) intervijā pastāstīja, ka Latvijas Radio 3 klausās gan mājās, gan automašīnā. No iemīļotajām radio stacijām viņai ir arī Radio Skonto, Star FM un citi, taču Latvijas Radio 3 izvēlējusies, jo viņai patīk klasiskā mūzika. Tāpat viņa atzīmēja, ka viņai ir daudz draugi, kas papildina viņas zināšanas par klasisko mūziku, jo pārzina šo jomu – gan par koncertiem, gan intervijām un dažādiem faktiem. Viņa pastāstīja, ka dažkārt ir reizes, kad viņai nepatīk konkrētais mūzikas skaņdarbs vai intervija, viņa radiostaciju pārslēdz.

Māra ir neaktīva sociālajos tīklos. Viņa atzina, ka nesūta vēstules un e-pastus uz redakciju, jo saziņa ar to nav pašmērķis, galvenais ir klausīties skaistu mūziku. Tomēr viņa atklāja, ka viņai dažkārt pietrūkst raidījumi ar īstiem profesionāļiem, kas sniedz citādāku skatu uz klasisko mūziku, nekā ikdienā Latvijas Radio 3 strādājošie darbinieki.

8.5.11. Intervija ar Jāni Veckrāci

Valodnieks Jānis Veckrācis (gados vecāks, sociālos tīklus neizmanto) intervijā pastāstīja, ka LR3 klausās no rītiem savā automašīnā, lai iegūtu iedvesmu grūtos brīžos. LR3 viņu uzrunā ar kvalitatīvu mūziku, kvalitatīviem raidījumiem par māksliniekiem, kā arī kultūras jaunumi kopumā. Viņš vēlētos dzirdēt vairāk sarunas, apvienojot mūziku ar kultūru, kā piemēru viņš minēja mūziku apvienot ar dzeju, kā arī labprāt dzirdētu sarunas ar rakstniekiem.

Viņš pastāstīja, ka atgriezeniskā saite ar Latvijas Radio 3 viņam nav svarīga, svarīgāk ir klausīties mūziku un iegūt jaunu informāciju par dažādiem notikumiem kultūras dzīvē, tieši tāpēc viņš nelieto sociālo tīklu twitter.com. Atgriezenisko saiti viņš vērtē labi.

Analizējot intervijas ar sociālo tīklu nelietotājiem autore nonāca pie secinājumiem, ka atgriezeniskā saite viņiem nav svarīga un būtiska, galvenais ir klausīties klasisko mūziku, uzzināt jaunumus un iegūt jaunāko informāciju.

Interviju iegūto datu analīze

Pēc interviju sniegšanas par atgriezenisko saiti un auditorijas vērtējumu Latvijas Radio 3, autore nonāca pie secinājumiem. Autore izsaka pieņēmumu, ka iespējams auditorijas atbildes atšķirtos, ja būtu krasāka vecumu atšķirība, tomēr atzina, ka pētījuma laikā iegūt atbildes no 70 gadus vecām sievietēm un vīriešiem, kas izmanto sociālos tīklus nebija viegli.

Autore izanalizējot respondentu intervijas, nonāca pie secinājumiem, ka Latvijas Radio 3 klausās klasiskās mūzikas dēļ. Tāpat viņus uzrunā intervijas, mazāk raidījumi un koncerti. No intervētajiem tradicionālā veidā Latvijas radio klausās pieci no respondentiem, savukārt internetā septiņi no respondentiem.

Sociālā twitter.com aktīvie lietotāji atzina, ka to lieto, lai sekotu līdz LR3 informatīvajiem ziņojumiem, kā arī lai saņemtu atbildes uz uzdotajiem jautājumiem. Tāpat publicētu ierakstus, kas adresēti LR3, lai šī radiostacija saprastu un uzzinātu kāds ir auditorijas pieprasījums, tas ko viņi vēlas dzirdēt. Aktīvie sociālo tīklu lietotāji LR3 atgriezenisko saiti vērtē pozitīvi, kā arī kā ļoti svarīgu aspektu tā darbībā, jo saņemot atbildes reakciju no LR3, klausītāji saprot, ka viņi vēlas palīdzēt un ieklausīties viņu viedoklī.

Savukārt, respondenti, kas bija vecumā virs 30 gadiem, to izmanto informācijas iegūšanai un arī atgriezenisko saiti vērtē pozitīvi. Tāpat viņi atzīmēja, ka viņiem patīk, ja izteiktos komentārus pārpublicē, jo arī reakcija uz konkrētajiem ierakstiem veido atgriezenisko saiti.

Pasīvie sociālo tīklu lietotāji nav aktīvi ierakstu publicētāji, bet gan labprāt zvana uz studiju, lai piedalītos konkursos, kā arī atgriezenisko saiti vērtē kā kvalitatīvu, jo auditorijas apjomi nav pārāk lieli. Tas nozīmē, ka tas ļauj citiem LR3 klausītājiem izvairīties no negatīviem komentāriem, kas parasti lasāmi mājas lapu adresēs.

Savukārt, respondenti virs 30, kas arī pasīvi izmanto sociālo tīklu twitter.com seko LR3 kontam, iegūstot jaunāko informāciju. Atgriezenisko saiti viņi uztver kā ļoti svarīgu, jo publicētie ieraksti informē auditoriju par dažādām tēmām, ieskaitot arhīvu materiālus, kas sniedz iespēju iegūt informāciju, kas pirms tam tika nepamanīta.

Kopumā intervētie auditorijas pārstāvji atzina, ka Latvijas Radio 3 atgriezeniskā saite ir vērtējama kā kvalitatīva, lai arī četriem no divpadsmit respondentiem atgriezeniskā saite ar LR3 nav nepieciešama, kas pierāda arī to, ka sociālajos tīklos neliela daļa auditorijas saņem atgriezenisko saiti no LR3.

8.6. Interviju analīze ar Latvijas Radio 3 darbiniekiem

Lai noskaidrotu, ko LR3 komunikatori domā par atgriezenisko saiti, tās nepieciešamību un nozīmīgumu, autore intervēja producenti Ingu Saksoni, programmu vadītājus un sociālo tīklu uzturētājus – Ilzi Medni un Edgaru Raginski.

8.6.1. Intervija ar Ingu Saksoni, producente, žurnāliste

Inga Saksone intervijā pastāstīja (skat.11. pielikumu), ka kontaktēšanās ar klausītājiem ir svarīga. Kā saskarsmi ar klausītājiem viņa minēja zvanus ēterā, kad auditorija var piedalīties konkursos. Kā galveno saikni ar auditoriju viņa minēja sociālos tīklus twitter.com, facebook.com, kurā cilvēki komunicē ar auditoriju, informējot viņus par to, kas skan vai skanēs ēterā.

Kā atgriezeniskā saite tiek izmantoti arī e-pasti, kuros visbiežāk klausītāji pastāsta, kas patīcis, ko varētu papildināt, kā arī klausītāji labprāt iesaistās diskusijās. I. Saksone atzina, ka klausītāju viedoklis nereti tiek ņemts vērā. Viņa pastāstīja, ka vēl aizvien, kaut gan daudz mazākos apjomos, tiek saņemtas vēstules ar Latvijas Pasta starpniecību, un LR3 nāca pretī klausītājiem par jautājumu, ka vienā laikā notiek raidījumi, kurus vēlētos dzirdēt, līdz ar to LR3 pārcēla raidījuma laiku uz citu, lai klausītāji varētu dzirdēt raidījumu „Kultūras Rondo.”

Viņa pastāstīja, ka visbiežāk savas doma sklausītāji izsaka par mūziku, kas snak. Tā kā Latvijas Radio 3 mājas lapā vēl nav iespējams apskatīt, kas dotajā brīdī skan, klausītāji bieži vien uzdod šādus jautājumus uz kuriem LR3 darbinieki mēģina laicīgi atbildēt un informēt klausītājus.

8.6.2. Intervija ar Edgaru Raginski, programmu vadītājs

Edgars Raginskis intervijā pastāstīja (skat. 12. Pielikumu), ka viens no viņa tiešajiem darba pienākumiem ir aktuālākās informācijas ievietošana mājas lapā, informācijas ievietošana twitter.com, sazināšanās ar cilvēkiem, atbildot uz viņu interesējošajiem jautājumiem.

Viņš pastāstīja, ka viņam ļoti svarīga šķiet atgriezeniskā saite, kas palīdz apmierināt auditorijas vēlmes un vajadzības. Viņš atzina, ka, ja nebūtu atgriezeniskā saite, visticamāk viņš šajā medijā nestrādātu un izteica cerību, ka atgriezeniskā saite ar laiku kļūs vēl izteiktāka un vairosies.

E. Raginskis pastāstīja, ka LR3 atgriezeniskajai saitei ir jābūt divvirzienu, nevar būt tā, ka LR3 radiostacija neatbild saviem klausītājiem, bet pieminēja, ka twitter.com formāts nav piemērotākais veids.

Viņš pastāstīja, ka tiešākā un nekavējošākā atgriezeniskā saite ir zvani uz LR3. Viņš atzina, ka vēl aizvien ir neliela daļa auditorijas, kas sūta vēstules. No rakstītās atgriezeniskās saites viņš minēja e-pastus uz redakciju, divu sociālo tīklu izmantošanu twitter.com un facebook.com, kā arī pastāv verbālā komunikācija ar klausītājiem koncertos, arī uz ielas.

8.6.3. Intervija ar Ilzi Medni, programmu vadītāja

Intervijā Ilze Medne pastāstīja (skat. 13. Pielikumu), ka aktīvi darbojas sociālajos tīklos twitter.com, facebook.com. viņa atklāja, ka visvairāk viņa darbojas facebook.com, liekot tur arhīvu materiālus, lai pārliecinātos un redzētu, kas visvairāk klausītājiem patīcis. I. Medne pastāstīja, ka kādu laiku bija iespēja balsot twitter.com, bet atzina, ka iespējams publiska balsošana nav tā, kas uzrunā klausītājus, līdz ar to šāda atgriezeniskā saite tika izmēģināta, bet nebija jūtams klausītāju atbalsts.

Par to, kāpēc autore analizētajā materiālā 2010.gadā nav jūtama atgriezeniskā saite, I. Medne atzina, ka iespējams uzsākot publicēties sociālajā tīklā twitter.com viņa nebija pārāk zinoša, kā arī sākotnēji neticēja šim sociālajam tīklam, jo domāja: *„ja sekotāji bija 50, tad šķita, ka labākajā gadījumā ierakstu redzēs desmit cilvēki, savukārt uz šo brīdi zinu, ka jau 1000 sekotāji ir cipars un, ka tam ir jēga.”*

Viņa izteicās, ka sociālie tīkli ļauj piesaistīt jaunāko paaudzi, jo viņi nezvana uz ēteru, kā arī neraksta vēstules, savukārt twitter.com sniedz iespēju uzrunāt viņus. I. Medne atzina, ka viņai labāk patiktu vienvirziena komunikācija, kad LR3 nebūtu jāatbild uz klausītāju uzdotajiem jautājumiem par to, kas skan vai ir skanējis. Vienīgais ko viņa vēlētos no auditorijas, uzzināt viņu viedokli par konkrētu raidījumu, ko viņi varētu publicēt mājas lapā zem raidījumiem, kas diemžēl šobrīd vēl nav pieejams.

Viņa sacīja, ka twitter.com neuzticas, tieši tāpēc tajā neliek mājas lapu adreses uz lieliem raidījumiem, jo uzskata, ka twitter.com ir sociālais tīkls, kurā tā lietotāji ātri izskata ierakstus, tajos neiedziļinoties. Tā kā kontentanalīzes rezultātā autore noskaidroja, ka ir ļoti maz negatīvo komentāru par LR3, I. Medne atzina, ka nepārpublicē visus negatīvo komentāru sniedzējus, savukārt pozitīvos mēģina atrast dažādos veidos.

Pēc interviju analīzes autore secināja, ka darbinieku vērtējumi par atgriezenisko saiti atšķiras. Inga Saksone kā galvenos atgriezeniskās saites kanālus minēja sociālos tīklus, ko izmanto Latvijas Radio 3 – twitter.com un facebook.com. Savukārt, Edgars Raginskis kā vislabāko atgriezeniskās saites veidu minēja verbālo komunikāciju ar klausītājiem. Šādas situācijas vērojamas koncertos vai pat uz ielas. Ilze Medne atzina, ka sociālais tīkls

twitter.com nav nozīmīgākais atgriezeniskās saites veidotājs, tas sniedz iespēju tikai uzrunāt jaunāko paaudzi. Viņa drīzāk vēlētos, lai LR3 mājas lapā būtu iespēja komentēt raidījumus.

Ilze Medne un Edgars Raginskis dala pienākumus sakarā ar sociālajos tīklos izvietoto informāciju, viņu viedoklis par atgriezenisko saiti atšķiras. Ilze Medne atklāja to, ka labprāt vēlētos, lai atgriezeniskā saite būtu tikai vienvirziena, kas ļautu izvairīties no atbildēšanas auditorijai par to, kas skanējis konkrētajā laika sprīdī. Savukārt, Edgars Raginskis Latvijas Radio 3 nevar iedomāties bez atgriezeniskās saites un labprāt vēlētos, lai tā paliek divvirzienu, jo tas palīdz apmierināt auditorijas vēlmes un vajadzības.

Atsaucoties uz teorētisko daļu, kur autore runāja par radio kā fona troksni, kad cilvēki klausās to un paralēli veic citas darbības. Viena no auditorijas respondentiem atzina, ka Latvijas Radio 3 klausās gatavojot pusdienas vai vakariņas. Savukārt, Inga Saksone paskaidroja, ka klasisko mūziku var klausīties kā fonu, tad ja tu neesi klasiskās mūzikas speciālists. Viņa to skaidroja ar to, ka ja cilvēks ir klasiskās mūzikas pārzinātājs viņš nespēj norobežoties no mūzikas iztīrīšanas.

Salīdzinot iegūtos datus Google Analytics un ar respondentu atbildēm par klausītākajiem un iecienītākajiem raidījumiem autore secināja, ka tā kā, lai arī respondenti lieto sociālos tīklus un ir vai nu aktīvi, vai pasīvi, tas nenozīmē, ka viņi LR3 klausās internetā. Daļa no tiem to klausās arī darbā vai automašīnā, kas nozīmē, ka arī šie dati var atšķirties. Respondenti minēja, ka iecienītākie raidījumi ir „Benefice,” kā arī „Mākslinieka Darbistabā,” kas atšķiras no Google Analytics iegūtajiem datiem, jo tajā klausītākie raidījumi 2012. gadā bija „Promenāde,” „Viens no diviem.”

Salīdzinot visu trīs darbinieku teikto par Latvijas Radio 3 klausītāju profilu, autore secināja, ka arī šajā jautājumā viņu viedoklis atšķiras. Piemēram, I. Saksone pastāstīja, ka viņasprāt, *„Gadi ir uz otru pusi. Diez vai jaunieši vispār klausās LR3. Domāju, ka pārsvarā visi jaunieši klausās to internetā. Tomēr jaunieši ir tie, kas arī piedalās. Noteikti tie ir intelligenti cilvēki ar augstāko izglītību. Viņiem ir pietiekami daudz brīvā laika.”*

Šis piemērs pretējs Ilzes Mednes viedoklim par to, ka Latvijas Radio 3 Klasiku klausās dažāda vecuma, dažādu gaumju cilvēki, līdz ar to var teikt, ka darbiniekiem būtu jāstrādā ar atgriezeniskās saites veidošanu, jo tādā veidā var izprast auditoriju kopumā. Jo šajā gadījumā sanāk, ka uzskati balstās uz stereotipiem, ka klasisko mūziku klausās tikai vecākā gada gājuma cilvēki. Tomēr tas pētījuma laikā nepierādās.

NOBEIGUMS

Bakalaura darbā tika izvirzīta pētnieciskā problēma: Latvijas Radio 3 izmantojot sociālos tīklus, veicina atgriezenisko saiti ar nelielu daļu auditorijas. Balstoties uz pētījuma rezultātiem darba autore secina, ka pētnieciskā problēma ir apstiprinājusies.

To pierāda izanalizētie materiāli un respondentu atbildes uz uzdotajiem jautājumiem. Tikai viens no respondentiem, kurš lietoja sociālos tīklus atzina, ka viņa atgriezeniskā saite nav būtiska, tomēr pārēji atzina, ka ir patīkami saņemt atbildes no LR3 uz uzdotajiem jautājumiem, veiksmīga tiek uzskatīta arī ierakstu pārpublicēšana kā atbildes reakcija uz publicēto auditorijas ierakstu. Līdz ar to var secināt, ka tā nelielā daļa, kas izmanto sociālo tīklu twitter.com ir apmierināti ar atgriezeniskās saites kvalitāti un vērtē to pozitīvi.

Darba sākumā tika izvirzīts mērķis: noskaidrot, kādus atgriezeniskās saites veidus sociālajos tīklos izmanto Latvijas Radio 3, kā arī noskaidrot, vai Latvijas Radio 3 darbinieki atgriezeniskās saites nepieciešamību un kvalitāti vērtē tāpat, kā šī radio klausītāji.

Analizējot komunikatora un auditorijas grupu vērtējumus par Latvijas Radio 3 atgriezenisko saiti autore nonāca pie secinājumiem, ka, lai informētu nelielu daļu auditorijas, kas izmanto sociālos tīklus Latvijas Radio 3 izmanto vienvirziena komunikāciju, publicējot ierakstus twitter.com par to, kas skanēs tuvākajā laikā.

Tomēr, laika gaitā viss mainījās un Latvijas Radio 3 aizvien aktīvāk sāk izmantot twitter.com piedāvātās iespējas arī citu iestāžu publicēto ziņu pārpublicēšanā. tāpat auditorijas pārstāvju publicēto ierakstu pārpublicēšanu, kā arī atbilžu sniegšanu uz konkrētiem jautājumiem, kas attīsta jau divvirzienu atgriezenisko saiti, kad nepārtraukti LR3 saņem ziņojums un reaģē uz tiem.

Savukārt, analizējot atgriezeniskās saites vērtējumu no auditorijas un no darbinieku viedokļa, autore secināja, ka auditorijas pārstāvju un LR3 darbinieku viedokļi par atgriezenisko saiti atšķiras.

auditorijas un LR3 darbinieku uzskati un atgriezeniskās saites vērtējums atšķiras. Tas ir tādēļ, ka lielas atšķirības vērojamas arī LR3 darbinieku uzskatos. Līdz ar to neliela daļa respondentu atbalsta darbinieku viedokli par vienvirziena komunikāciju, savukārt otra auditorijas daļa, kas ir nedaudz lielāka, akceptē darbinieku izteikto viedokli par divvirzienu komunikācijas nepieciešamību.

Līdz ar to salīdzinot LR3 auditorijas un LR3 darbinieku atbildes, autore nonāca pie secinājumiem, ka atgriezeniskās saites vērtējums atšķiras. Tāpat salīdzinot iegūtos kontentanalīzes datus, ar darbinieku saņemtajām atbildēm, autore secināja, ka twitter.com

ierakstos par Latvijas Radio 3 bija maz negatīvu komentāru, kas skaidrojams ar to, ka darbinieki nepārpublicē visus LR3 auditorijas ierakstus, kas ir ar negatīvu nokrāsu.

Tāpat salīdzinot kontentanalīzes laikā iegūtos datus, ar darbinieku intervijās sacīto, neoperatīvā pašreklāma ir izmantota daudz mazāk, nekā operatīvā. tas skaidrojams ar to, ka darbinieki necenšas publicēt ierakstus ar norādi uz arhīvu materiāliem, gariem raidījumiem u.tml.

Salīdzinot iegūtos datus no LR3 darbinieku intervijām, ar Google Analytics, autore norāda, ka twitter.com ierindojas otrajā vietā kā auditorijas novirzītājs uz Latvijas Radio 3 mājas lapu, līdz ar to šim sociālajam tīklam arī ir ietekme atgriezeniskās saites veidošanā.

Autore pēc analīzes izsaka ieteikumus LR3:

1. Uzticēties twitter.com kā atgriezeniskās saites veicinātājam, jo tas ieņem otro vietu pēc facebook.com, kas ir kā virzītājs noklausīties konkrēto raidījumu, tiešraidi u.tml.;
2. Pieturēties pie divvirzienu atgriezeniskās saites, jo auditorija jūtas labāk, ja uz viņu publicētajiem ziņojumiem reaģē, kaut vai ja viņu ieraksti sociālajos tīklos, tiek pārpublicēti.

Analīzes rezultāta pierādās izvirzītās pētnieciskās problēmas patiesums, ka sociālajos tīklos tikai nelielu daļu auditorijas uzrunā Latvijas Radio 3 atgriezeniskā saite. Analizējot pieejamos datus, autore darba gaitā secināja, ka mērķi, kas tika izvirzīti pētījuma sākumā ir sasniegti. Ir noskaidroti atgriezeniskās saites veidi, ko Latvijas radio 3 izmanto sociālajā tīklā twitter.com. tāpat sasniegts mērķis, noskaidrojot vai LR3 komunikatoru vērtējums sakrīt ar auditorijas vērtējumu. Šajā situācijā vērtējumi atšķiras gan komunikatoru starpā, gan auditorijas pārstāvju starpā.

IZMANTOTĀ LITERATŪRA

1. Banerjee, I., Seneviratne, K. (2006) *“Public Service Broadcasting in the Age of Globalization”* Singapore: Booksmith.
2. Baran S.J., Davis, D.K. (2006) *Mass communication theory: foundations, ferment, and future*. Belmont: Wadsworth.
3. Bennett, P., Slater, J., Wall, P. (2006) *A2 studies: The Essential Introduction*. New York: Routledge.
4. Berthard, I., Hughes, P. (2005) *Media research methods: audiences, institutions, texts*. New York: Palgrave Macmillan.
5. Bryant, J. Thompson, S. (2002) *Fundamentals of media effects*. Boston: McGraw-Hill.
6. Chapman, J. (2011) *Journalism today: a themed history*. Oxford: Wiley-Blackwell.
7. Crisell, A. (2002) *Understanding radio*. New York: Routledge.
8. Dimbleby, R. Burton, G. (2007) *More than words: an introduction to communication*. New York: Routledge.
9. Dominick, J.R. (1994) *The Dynamics of mass communication*. New York: McGraw-Hill.
10. Fleming, C. (2005) *The Radio Handbook*. London: Routledge
Skat. 2013. 15. feb.
<http://books.google.lv/books?id=PYoVjocKbKIC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
11. Fiske, J. (2011) *Introduction to Communication Studies*. New York: Routledge.
12. Herbert, J. (2000) *“Journalism in the digital age: theory and practice for broadcast, print and on-line media”* Oxford: Focal Press.
13. Jones, R.A. (1996) *Research methods in the social and behavioral sciences*. Sunderland: Sinauer Associates.
14. Keith, M.C. (2010) *The Radio station*. 8th ed. New York: Focal Press
skat.: 2013. 25.mar.
<http://books.google.lv/books?id=gxo1TXwx3gYC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
15. Krämer, B. (2009) *Four Voices, One Canon? : A comparative Study on the Music Selection of Classical Music Radio Stations*. Sage Publications, P 325-326
16. Kruks, S. (2005) *Radiožurnālistika*. Rīga: Valters un Rapa.
17. Kvale, S. (1996) *Interviews: An Introduction to Qualitative Research Interviewing*. Thousand Oaks California: Sage Publications.

18. Ludzīte, A. (2011) „Radioklausītāju līdzdalības iespējas „Latvijas radio 1” raidījumu satura veidošanā: ēterā un internetā. Bakalaura darbs: Latvijas Universitāte
19. Lusted M.A., (2011) *Social Networking:myspace, facebook, &twitter*. USA: ABD Publishing. Skat.: 2013. 2. Mar.
<http://books.google.lv/books?id=Iq9KqQ2mwDQC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
20. McQail,D. (2010) „*Mass communication theory*. 6th ed. London:Sage Publication.
21. Rožukalne, A. (2009) *Latvijas auditorijas žurnālu lasīšanas paradumi*: Promocijas darbs. Rīga: Rīgas Stradiņa Universitāte.
22. Sparks, G.G. (2010) *Media effects research: a basic overview*. Boston: Wadsworth.
23. Wasserman, S. (1994) *Social Networks Analysis: Methods and Applications*. USA: Cambridge University. Skat.:2013. 7.mar.
<http://books.google.lv/books?id=CAM2DpIqRUIC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
24. Latvijas Radio 3 raidījumi. <http://klasika.latvijasradio.lv/raid.htm>
25. Kas ir twitter? <http://twitter.lv/kas-ir-twitter/>
26. Goggle analytics. https://www.google.com/intl/lv_ALL/analytics/features/index.html
27. Latvijas Radio info. Skat.: 2013. 20. feb. <http://www.facebook.com/LatvijasRadio/info>
28. Latvijas Radio Par mums. Skat.: 2013. 20.feb. <http://www.latvijasradio.lv/par-mums.php>
29. Konceptija par jauna Latvijas sabiedriskā elektroniskā medija izveidi. Skat.: 2013. 11.mar. <http://www.nepIpadome.lv/lv/sakums/sabiedriskie-mediji/sabiedriskais-pasutijums/jaunais-sabiedriskais-elektroniskais-medijs/>
30. Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likums. <http://www.likumi.lv/doc.php?id=214039>
31. Šrama komunikācijas modelis. Sk. 2013. 9.apr.:
<http://www.uri.edu/personal/carson/kulveted/wlsmodel.html>

PIELIKUMI

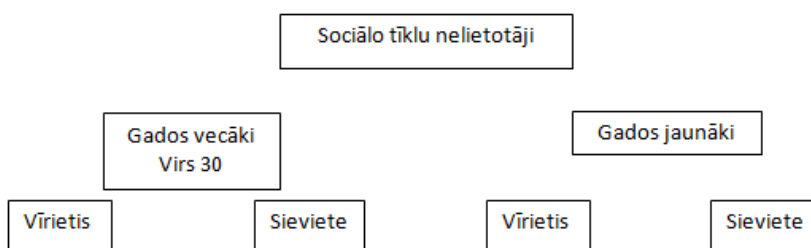
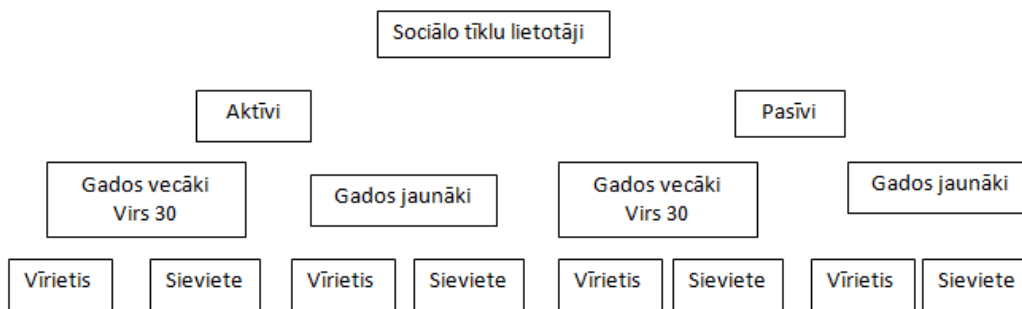
Interviju jautājumi LR3 klausītājiem

1. Vārds Uzvārds
2. Profesija, vecums
3. Kur jūs parasti klausāties LR3?
4. Tā ir vienīgā radio stacija, kuru jūs klausāties? (Ja nē, tad kuras vēl)
5. Kāpēc jūs klausāties LR3? Kas Jūs uzrunā?
6. Vai esat apmierināta ar LR3 programmu?
7. Ko vairāk vēlētos dzirdēt LR3 ēterā?
8. Kuri raidījumi jums visvairāk patīk/uzrunā?
9. Vai jūs publicējat ierakstus www.twitter.com, kas attiecas uz LR3 (@LR3)?
10. Ja jā, kādēļ jūs publicējat šāda satura ziņas? Ko tas jums sniedz? Vai uz tiem esat saņēmusi atbildes reakciju no LR3? Vai atbildes saņemšana no LR3 jums ir svarīga? Kādēļ tā ir svarīga?
11. Vai jūs rakstāt e-pastus, vēstules uz redakciju, vai zvanāt uz redakciju?
12. Ja jā, kāpēc to darāt?
13. Ja nē, kāpēc to nedarāt?
14. Kā jūs vērtējat LR3 komunikāciju ar auditoriju?

Interviju jautājumi LR3 darbiniekiem

1. Tiešie darba pienākumi?
2. Kādu un cik nozīmīgu vietu jūsu darbā ieņēmt kontaktēšanās ar klausītājiem?
3. Par ko klausītāji visbiežāk raksta?
4. Vai klausītāju ieteikumi ir ņemti vērā?
5. Vai jūsprāt LR3 nepieciešama atgriezeniskā saite? Kāpēc?
6. Kādi ir auditorijas atgriezeniskās saites iespējas?
7. LR3 ir pieejami zvani uz ēteru. Vai jūs kaut kādā veidā ietekmējat to, kuram zvanītājam pacelt, kuram ne?
8. Kādus atgriezeniskās saites veidus izmanto LR3? Kurus izmanto visvairāk?
9. Cik lielu nozīmi ieņēmt interneta vietnes, atgriezeniskās saites veidošanā?
10. Raksturojiet, lūdzu, kāds ir LR3 tradicionālais un kāds interneta klausītājs?
11. Kā jūs vērtējat to, ka LR3 Klasika palīdz cilvēkiem darbu rakstīšanā/veikšanā?
12. Par kādām tēmām klausītāji visbiežāk kontaktējas? Vai viņi vērtē programmu saturu?
13. Kāda satura (pozitīva/negatīva) komentāri tie ir?
14. Kādas sazināšanās iespējas pastāv raidījumos? Kuros raidījumos var sazināties ar LR3?

LR3 auditorijas respondentu izlases shēma



TNS Latvia dati par LR3 auditorijas dzimumu

		2012/2013			2010/2011		
		Reach	TSL	TSL Dly	Reach	TSL	TSL Dly
Latvijas Radio 3	Total	41,77	342	172	66,8	418	188
	Gender						
	male	17,25	355	190	23,51	397	180
	female	24,52	333	161	43,29	429	192

TNS Latvia dati par LR3 auditorijas vecumu

		2012/2013			2010/2011		
		Reach	TSL	TSL Dly	Reach	TSL	TSL Dly
Latvijas Radio 3 Age (5)	Total	41,77	342	172	66,8	418	188
	12-17	0,43	45	45	3,08	222	139
	18-24	1,15	333	115	3,34	439	165
	25-34	5,46	204	128	6,94	378	198
	35-54	14,93	393	224	18,41	359	158
	55-74	19,8	348	156	35,02	472	207

TNS Latvia dati par LR3 auditorijas izglītību

		2012/2013			2010/2011		
		Reach	TSL	TSL Dly	Reach	TSL	TSL Dly
Latvijas Radio 3 Education	Total	41,77	342	172	66,8	418	188
	basic	2,77	233	233	13,11	201	143
	secondary	21,53	268	164	30,85	371	180
	higher	17,14	457	177	21,41	617	218

2010. gada kontentanalīzes rezultāti

	1.								2.			3.
		1.1.	1.2.	1.3.	1.4.	1.5.	1.6.	1.7.		2.1.	2.2.	
LR3 Klasika @Klasika_LR3 16 Sep 10 Šovakar 21:00 Mocarta mūzikas vakars Briseles Palais des Beaux-Arts, kur "Concerto Koln" kopā ar daiļbalsi Kermesu un klavierieku Ļubimovu!			x							x		
21:00 ieraksts no Andra Nelsona un Birmingemas orķ. koncerta Veimārā. Būs saruna ar ministru un klarnetistu Dālteri, kurš spēlēja orķestrī			x	x						x		
21:30 tiešraide no festivāla BBC Proms Gala koncerta ar solistiem - daiļo gudrinieci Renē Flemingu un neatvairāmo altistu Maksimu Risanovu!		x								x		
Tiešraidē no Parīzes Elizejas lauku teātra - Francijas NS orķestris ar vācu mūziku itāļa Daniēles Gati vadībā. Pl 21:00. http://ej.uz/sai		x								x		
LR3 Klasika @Klasika_LR3 17 Sep 10												
Sestdien 9:30 mūzikla par Leo Kokli tapšanas norises intervijā Gundai un Orestam atklās režisore Ināra Slucka un komponists Raimonds Pauls				x						x		
LR3 Klasika @Klasika_LR3 22 Sep 10												
Amsterdāmā un Ņujorkā skolojies perkusionists Kaspars Kurdeko ar džeza kvartetu "Deko motion" 23.IX Spīķeros un šodien 17:30 intervijā LR 3				x						x		
LR3 Klasika @Klasika_LR3 22 Sep 10												
Ceturtdienas rītā 9:05 "Klasikas" viesis būs dzejnieks Knuts Skujenieks. Dzejas dienas turpinās!				x						x		
LR3 Klasika @Klasika_LR3 25 Sep 10												
Šovakar 21:05 tiešraidē no Ūzedomas-Baiba Skride un Baltijas jauniešu orķestris. Programmā - arī Jāzeps Vītols un P. Vasks. http://ej.uz/sai		x								x		
LR3 Klasika @Klasika_LR3 29 Sep 10												
Šodien 17:30 intervija ar komponistu Pēteri Vasku - par redzēto un dzirdēto Ūzedomas festivālā Vācijā un darbu atskaņojumiem šonedēļ Rīgā!				x						x		
LR3 Klasika @Klasika_LR3 29 Sep 10												
Pēc stundas Inese Zandere raidījumā "Dzejolis ar stāstu". Par pirmajiem Kurzemes dziesmu svētkiem Dobelē, latvietību, Bīlenšteinu un vēsturi					x					x		
LR3 Klasika @Klasika_LR3 2 Oct 10												
Laipni lūgtum šovakar uz Vīnes Valsts operu! Pl. 21:00 Gaetano Doniceti operas "Lukrēcija Bordža" tiešraide ar Editu Gruberovu titullomā.		x								x		
LR3 Klasika @Klasika_LR3 6 Oct 10												
19:05 Smiļģa kolēģim un skaistu melodiju autoram Burhardam Sosāram veltīts raidījums no Dailes teātra 90.dzd. pārraižu pūra http://ej.uz/sai					x					x		
LR3 Klasika @Klasika_LR3 7 Oct 10												
17:30 intervija ar vācu diriģentu Lucu Kēleru, kurš 8. oktobrī diriģēs Mūzikas akadēmijas s/o jaunās sezonas atklāšanas koncertā				x						x		
LR3 Klasika @Klasika_LR3 8 Oct 10												
Populāras un līdz šim nedzirdētas melodijas Ulda Stabulnieka 65. dzimšanas dienai veltītajā raidījumā pl. 12:00. http://ej.uz/sai					x					x		
LR3 Klasika @Klasika_LR3 8 Oct 10												
Labrīt!Rīta "Atspere" ar mīklu minēšanu jau pēc 15 min, bet 9:30 studijā iesoļos Kaspars Putniņš, kam daudz stāstāmā par Radio kora tālceļiem					x					x		
LR3 Klasika @Klasika_LR3 8 Oct 10												
10:30 Oresta Silabrieža saruna ar neparasto franču režisoru, "Arsenāla" viesi EŽĒNU GRĪNU! par fado, baroka dzeju, latviešu tdz. u.t.t.				x						x		
		14	11	23	21	23	0	0		65	3	0

	1.																	2.			3.			
		1.1.																	2.1.	2.2.		3.1.	3.2.	
			1.1.1.	1.1.2.	1.1.3.	1.1.4.	1.1.5.	1.1.6.	1.1.7.	1.2.		1.2.1.	1.2.2.	1.2.3.	1.2.4.	1.2.5.	1.2.6.	1.2.7.						
MuzikasSaule @MuzikasSaule 16 Sep 10																								
"MS" čivināšanu sāk ar priecīgu ziņu, ka iznācis žurnāla rudens laidniens ar skaistām tāfelklavieru stīgām uz vāka un labām lietām iekšā!																					X			
MuzikasSaule @MuzikasSaule 24 Sep 10																								
Svaiga recenzija - Andris Dzenītis vērtē "Rudens kameramūzikas festivāla" atklāšanas koncertu, kurā "Kremerata", Rubiķis uc http://ej.uz/x7j																					X			
Jazepa Vītola LMA @JVLMA 29 Sep 10																								
Pie mums šovakar vēl nebijis koncerts - Eiropas Jaunie mūziķi. Aicināti visi interesenti! Paldies LR3 Klasika :)				X																				
MuzikasSaule @MuzikasSaule 6 Oct 10																								
Uzzini, kādēļ šarmantā perkusioniste Elīna Endzele sava kolēģa Guntara Freiberga koncertu recenzijā vērtē ar 5 zvaigznītēm http://ej.uz/13o																						X		
MuzikasSaule @MuzikasSaule 6 Oct 10																								
Izsludinām jauno džeza mūzikas aprakstnieku konkursu! http://ej.uz/wbb																						X		
Nacionālā opera @Nacionala_opera 10 Oct 10																								
Šodien Metropolitanā operā Ņujorkā "Borisa Godunova" pirmizrādē dziedās Aleksandrs Antoņenko. Turēsim īkšķus!																						X		
Gramophone @GramophoneMag 11 Oct 10																								
Breaking news: Dame Joan Sutherland has died - one of the great sopranos of our time http://bit.ly/arKZQy																						X		
MuzikasSaule @MuzikasSaule 12 Oct 10																								
Svaiga recenzija - Ieva Rozentāle priecājas par muzikālo salātu p/o "Rīga" sezonas atklāšanā un Andra Dzeniša jaundarbu http://ej.uz/qba																						X		
Dailes teātris @Dailesteatris 18 Oct 10																								
Viss par Latvijas Radio 3 "Klasika" īpašajiem Dailes teātra 90 gadu jubilejai veltītajiem raidījumiem - http://bit.ly/9rISPk																X					X			
MuzikasSaule @MuzikasSaule 22 Oct 10																								
Mājas lapā jauna recenzija par J.Mediņa mūzikas liekoncertu operā: īpašas uzslavas gan Andrim Veismanim, gan Reinim Zariņam http://ej.uz/1d6																						X		
LatvianRadioChoir @radiokoris 25 Oct 10																								
Quo vadis? Vakara sarunas par tēmu Ceļš ar J.Rubeni un U.Bērziņu rīt, 20:00 Jāņa baznīcā un LR3 Klasika. Vērtīgi dzirdēt: http://ej.uz/eka																						X		
LatvianRadioChoir @radiokoris 27 Oct 10																								
Radio kora balsis + vērtīgas sarunas ar J.Rubeni un U.Bērziņu šodien 20:00 Jāņa baznīcā un LR3 Klasika viļņos: http://ej.uz/kpj Tēma-Ceļš.				X	X																	X		
MuzikasSaule @MuzikasSaule 28 Oct 10																								
Dzejniece Ingmāra Balode ar uzslāvām, arī pamatotām iebildēm vērtē Sakses pasaku vakaru Spiķeros (Āboliņš, Pūce, Krenberga) http://ej.uz/uk9																							X	
Nacionālā opera @Nacionala_opera 29 Oct 10																								
Saruna ar Arturu Maskatu par viņa baletu BISTAMAJIE SAKARI Poznaņā šodien LR Klasikā plkst.17.30																						X		
Musica Baltica @musicabaltica 29 Oct 10																								
Eriks Esenvalds "Légende de la Femme Emmurée" is nominated for 2010 British Composer Awards). www.britishcomposerawards.com																							X	
Dailes teātris @Dailesteatris 31 Oct 10																								
Pēc stundas LR3 Klasikā nākamā jubilejai un DT mūzikai veltītā stunda. Šoreiz sarunu un mūzikas centrā - Arturs Maskats.																						X		
MuzikasSaule @MuzikasSaule 31 Oct 10																								
Mūsu mājas lapā iebirušas 3 jaunas recenzijas: par Šekspīru baletā, Radio kori ar "Ziemeļu balsīm" un Egīla Šēfera klarneti http://ej.uz/mn7																							X	
	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6	35	0	0	0	0

2011. gada kontentanalīzes rezultāti

	1.								2.			3.
		1.1.	1.2.	1.3.	1.4.	1.5.	1.6.	1.7.		2.1.	2.2.	
LR3 Klasika @Klasika LR3 2 Jan 11												
Plkst. 11:05 aicinām uz stundu ar DŽONA LENONA mūziku, balsi un stāstiem par viņa dzīvi			x							x		
LR3 Klasika @Klasika LR3 6 Jan 11												
19:00 Lielajā ģildē sāksies mūsu 15 gadu jubilejas koncerts! Esat mīļi gaidīti kā reāli, tā arī virtuālā tiešraidē: http://ej.uz/u51j			x							x		
LR3 Klasika @Klasika LR3 14 Jan 11												
"Atspere" piedāvā sarunu ar p/o "Rīga" galveno diriģentu MĀRTIŅU OZOLIŅU (jau tagad), bet pus 11 - rezultāti LNSO mūziķu īpašai aptaujai				x	x					x		
LR3 Klasika @Klasika LR3 15 Jan 11												
Plkst. 9:30 saruna ar vijolnieci BAIBU SKRIDI - par mūziku, koncertiem, vijoli un ģimeni				x						x		
LR3 Klasika @Klasika LR3 16 Jan 11												
ARKĀDIJS ŠILKLOPERS ir fenomēns-akadēmiski skolots mežradznieks, kurš spēlē arī dzezu un etnodzezu. Arī ar alpu ragu.10:30-intervija ar viņu				x		x				x		
LR3 Klasika @Klasika LR3 21 Jan 11												
Tūlīt studijā sāksies diskusija par latviešu mūziku: galda vienā pusē Gunda un Orests, bet otrā - komponisti Pēteris Vasks un Rihards Zaļupe							x			x		
LR3 Klasika @Klasika LR3 21 Jan 11												
Plkst. 12:00 raidījumā "Mana mūzika" - Fausts, Karamazovs, Rūdis un ķengurs no Nacionālā teātra - JĀNIS VIMBA!					x					x		
LR3 Klasika @Klasika LR3 28 Jan 11												
Plkst. 17:30 "Klasikā" saruna ar pianistu VESTARDU ŠIMKUS, kurš pašlaik Franča Lista varā				x						x		
LR3 Klasika @Klasika LR3 29 Jan 11												
Svētdienas rīta sarunā 9:30 Latvijas Radio kora diriģents SIGVARDS KĻAVA ar stāstiem par koncertiem Amsterdamā, Utrehtā, Lisabonā un Rīgā				x						x		
LR3 Klasika @Klasika LR3 4 Feb 11												
Tūlīt studijā būs viesi, kas stāstīs par gaidāmajiem saxofonmūzikas svētkiem - festivālu Saxophonia, - ARTIS SĪMANIS UN DENISS PAŠKEVIČS						x				x		
LR3 Klasika @Klasika LR3 7 Feb 11												
Plkst. 19:00 raidījums "Mana mūzika". Mākslinieks, filozofs, ekumēnisma kustības aizsācējs SANDRS RĪGA būs viesis.					x					x		
LR3 Klasika @Klasika LR3 12 Feb 11												
Sākas tiešraide no Ņujorkas Metropoles operas - nepalaidiet garām iespēju reto iespēju dzirdēt DŽONA ADAMSA operu NIKSONS ĶĪNĀ!!		x								x		
LR3 Klasika @Klasika LR3 13 Feb 11												
Plkst. 10:30 - aicinām uz Dailes teātri, lai raidījumā "Mākslinieka darbistabā" tiktos ar aktrisi MIRDZU MARTINSONI!				x		x				x		
LR3 Klasika @Klasika LR3 18 Feb 11												
Sākas tiešraide no Lielās ģildes - Čaikovska kaislības un Mocarta harmonija - LNSO, Šišons un četri meistarīgi pušaminstrumentālisti!		x	x							x		
LR3 Klasika @Klasika LR3 18 Feb 11												
Jau pēc dažām minūtēm - saruna ar čellisti KRISTĪNI BLAUMANI. Par čellu ziemā, dzīvi un darbu Londonā, koncertiem Latvijā				x						x		
LR3 Klasika @Klasika LR3 20 Feb 11												
Plkst. 20:30 no pirmās līdz pēdējai taktij izskanēs VESTARDA ŠIMKUS Lista mūzikas vakars 1.februārī Lielā ģildē. Laipni lūgtum!			x							x		
		44	36	94	113	51	1	41		274	5	1

2012. gada kontentanalīzes rezultāti

	1.								2.			3.
		1.1.	1.2.	1.3.	1.4.	1.5.	1.6.	1.7.		1.1.	1.2.	
LR3 Klasika @Klasika LR3 1 Jan 12												
Šovakar 21:00 klausieties atjaunoto Latvijas Radio bigbendu kopā ar amerikāņu džeza zvaigzni Kurtu Ellingu! Enerģija dzirkstīt dzirkstīs!			x							x		
LR3 Klasika @Klasika LR3 1 Jan 12												
Plkst. 12:15 tiešraide no Vīnes "Musikverein" Jaungada koncerta - Vīnes filharmonīki un Velzers-Mests. Pirms tam - Gundas Vaivodes apsveikums		x								x		
LR3 Klasika @Klasika LR3 2 Jan 12												
Aizvadītā gada mūzikas notikumu TOP 10 - spilgtākie notikumi un izcilākie mūziķi:								x				
LR3 Klasika @Klasika LR3 2 Jan 12												
"Klasikas" studijā klāt arī otrs "Neatliekamas sarunas" viesis - @jrt lv aktieris Kaspars Znotiņš!				x						x		
LR3 Klasika @Klasika LR3 2 Jan 12												
Plkst. 17:30 gaidām viesiņu studijā - Ilzi Strengu no LTV ar stāstiem par Imantam Ziedonim veltīto koncertu "Atsaušanās 2013" 6. janvārī				x						x		
LR3 Klasika @Klasika LR3 3 Jan 12												
Šovakar 21:10 pirmatskaņosim @radiokoris jaunāko veikumu - Sergeja Rahaņinova lieldarbu "Vesperes". Gaidīsim jūsu iespaidus par šo ierakstu!			x							x		
LR3 Klasika @Klasika LR3 3 Jan 12												
@KulturasDiena Šoreiz netranslēsim, bet 13. janvāra izrādi ierakstīsim un 19. janvārī plkst.20:06 raidīsim!						x				x		
LR3 Klasika @Klasika LR3 5 Jan 12												
Plkst 12:00 raidījāmā "Mana mūzika" - Gundas Vaivodes saruna ar arhitektu un dizaineri ANDREJU LEGZDIŅU. @apgadsNeputns izdevis viņa grāmatu					x					x		
LR3 Klasika @Klasika LR3 6 Jan 12												
@IevaViitinja Paldies par ideju! Turpmāk tā lūkosim darīt!												
LR3 Klasika @Klasika LR3 10 Jan 12												
Ieraksti no @muzikasbalva veltītās preses konferences skanēs pl.17:30. Apsveicam nominantus,kā arī Laimu Andersoni-Silāri un Arnoldu Klotiņu						x				x		
LR3 Klasika @Klasika LR3 11 Jan 12												
Sestdien 12:00 sākam svinēt Marisa Jansona 70. dzimšanas dienu! Gundas Vaivodes veidotā pārraidē par viņu stāstīs diriģenti, komponisti uc					x					x		
LR3 Klasika @Klasika LR3 12 Jan 12												
Svētdienas rītā solām sarunu ar tenoru Aleksandru Antoņenko, kas @Nacionala_opera 13.janvārī otrreiz dziedās Radamesa lomu. Jāmostas uz 9:30				x						x		
LR3 Klasika @Klasika LR3 12 Jan 12												
Sestdienas vakarā 19:00 - latviešu mūzika tiešraidē no Lielās gildes ar @LNSO, @Nacionala_opera, @Liepajasymphony un @JVLMA orķestriem		x	x							x		
LR3 Klasika @Klasika LR3 12 Jan 12												
Saruna ar britu komponistu Gabrielu Džeksonu @gjackson3, kura mūziku nule izdotā				x						x		
LR3 Klasika @Klasika LR3 12 Jan 12												
Plkst. 12:00 sākas diriģenta Marisa Jansona 70. dzimšanas dienai veltīts raidījums!					x					x		
LR3 Klasika @Klasika LR3 14 Jan 12												
Diriģenta Marisa Jansona 70. dzimšanas dienas vakarā piedāvājam maestro veltīto īpašu pārraidi: http://klasika.latvijaradio.lv/zinas/09805.htm					x						x	
LR3 Klasika @Klasika LR3 14 Jan 12												
Pl. 20:20 pirmoreiz raidīsim dziedoņa Egila Siliņa un Helmūta Deiča jauno Cd ar Šūberta un Štrausa dziesmām, ko izdevis @baltaisfligelis			x							x		
LR3 Klasika @Klasika LR3 14 Jan 12												
Vienā kategorijā ar Opolais un Nelsonu uz "BBC Music Magazine" balvu pretendē arī Egils Siliņš kā Votāns Vāgnera operas "Valkīras" CD!								x				
		16	14	18	19	4	0	14		64	1	14

2013. gada janvāra-marta kontentanalīzes rezultāti

	1.								2.			3.
		1.1.	1.2.	1.3.	1.4.	1.5.	1.6.	1.7.		1.1.	1.2.	
LR3_Klasika @Klasika_LR3 1 Jan 13												
Šovakar 21:00 klausieties atjaunoto Latvijas Radio bigbendu kopā ar amerikāņu džeza zvaigzni Kurtu Ellingu! Enerģija dzirkstīt dzirkstīs!			X							X		
LR3_Klasika @Klasika_LR3 1 Jan 13												
Plkst. 12:15 tiešraide no Vīnes "Musikverein" Jaungada koncerta -Vīnes filharmoniķi un Velzers-Mests. Pirms tam - Gundas Vaivodes apsveikums		X								X		
LR3_Klasika @Klasika_LR3 2 Jan 13												
Aizvadītā gada mūzikas notikumu TOP 10 - spīgtākie notikumi un izcilākie mūziķi:								X				
LR3_Klasika @Klasika_LR3 2 Jan 13												
"Klasikas" studijā klāt arī otrs "Neatliekamas sarunas" viesis - @jrt_lv aktieris Kaspars Znotiņš!				X						X		
LR3_Klasika @Klasika_LR3 2 Jan 13												
Plkst. 17:30 gaidām viesiņu studijā - Ilzi Strengu no LTV ar stāstiem par Imantam Ziedonim veltīto koncertu "Atsauksmās 2013" 6. janvārī				X						X		
LR3_Klasika @Klasika_LR3 3 Jan 13												
Šovakar 21:10 pirmatskaņosim @radiokoris jaunāko veikumu - Sergeja Raħmaņinova lieldarbu "Vesperes".Gaidīsim jūsu iespaidus par šo ierakstu!			X							X		
LR3_Klasika @Klasika_LR3 3 Jan 13												
@KulturasDiena Šoreiz netranslēsim, bet 13.janvāra izrādi ierakstīsim un 19.janvārī plkst.20:06 raidīsim!						X				X		
LR3_Klasika @Klasika_LR3 5 Jan 13												
Plkst 12:00 raidījāmā "Mana mūzika" - Gundas Vaivodes saruna ar arhitektu un dizaineri ANDREJU LEGZDIŅU. @apgadsNeputns izdevis viņa grāmatu					X					X		
LR3_Klasika @Klasika_LR3 6 Jan 13												
@IevaViitinja Paldies par ideju! Turpmāk tā lūkosim darīt!												
LR3_Klasika @Klasika_LR3 10 Jan 13												
Ieraksti no @muzikasbalva veltītās preses konferences skanēs pl.17:30. Apsveicam nominantus,kā arī Laimu Andersoni-Silāri un Arnoldu Klotiņu						X				X		
LR3_Klasika @Klasika_LR3 11 Jan 13												
Sestdien 12:00 sākam svinēt Marisa Jansona 70. dzimšanas dienu! Gundas Vaivodes veidotā pārraidē par viņu stāstīs diriģenti, komponisti uc					X					X		
		16	14	18	19	4	0	14		64	1	14

LR3 darbinieku interviju atšifiršana

Intervija ar Ingu Saksoni, producente, žurnāliste

1. Tiešie darba pienākumi?

Mani tiešie darba pienākumi ir ētera viesu uzaicināšana, studiju koordinācija, intervētāju koordinācija, visas konkursu balvu sagādāšanas un sadalīšana, kas nav mazietilpīgs laiks. Piedalīšanās programmu mērķu stratēģijas izveidošanā, ētera vadīšana.

2. Kādu un cik nozīmīgu vietu jūsu darbā ieņem kontaktēšanās ar klausītājiem?

Nē, nu, protams, tas ir nozīmīgi. Viens ir zvani ēterā, ētera konkursa dalībnieki, tie ir klausītāji, kas piedalās stundā „Viens no diviem”. Galvenā saikne ir internetā - facebook, twitter, kurā mēs komunicējam, liekam tas, kas drīzumā skanēs, vai pēc tam būs.

3. Par ko klausītāji visbiežāk raksta?

Visbiežāk viņi stāsta, ka paticis, tas ko dzirdēja. Iesaistās diskusijās un sniedz savus ieteikumus par to, ko varētu papildināt. Viņi iesaka cilvēkus, kurus varētu intervēt, lai tie atbilstu programmas saturam un raidījumiem.

4. Vai klausītāju ieteikumi ir ņemti vērā?

Gada beigās mēs apkopojam muzikāli labākos, tur ir desmit kategorijas, kur vienā no kategorijas veidotājiem ir klausītāji, viņi balsojot nosaka muzikāli labākos koncertus, mūziku.

5. Vai jūsprāt LR3 nepieciešama atgriezeniskā saite? Kāpēc?

Tā ir ļoti nepieciešama un svarīga. Ņemam vērā klausītāju viedokļus. Pat esam mainījuši raidījumu laikus, piemēram, lai kāds raidījuma laiks nepārklātos ar citu interesējošu raidījumu citā Latvijas Radio. Līdz ar to, tad klausītāji var dzirdēt gan vienu, gan otru.

6. Kādi ir auditorijas atgriezeniskās saites iespējas?

Ir aktīvs konkurss „Odiseja”. Tas ir piektdienās. Tajā pusgada garumā klausītāji atbild uz pieciem diezgan sarežģītiem jautājumiem par pasaules mūziku. Beigās ir loterija, kur izlozē ceļojumu. Ir bijuši ceļojumi uz Gruziju, šogad būs uz Sanktpēterburgu.

7. LR3 ir pieejami zvani uz ēteru. Vai jūs kaut kādā veidā ietekmējat to, kuram zvanītājam pacelt, kuram ne?

- Ja uz ēteru zvana viens cilvēks vairākas reizes, vairākas dienas pēc kārtas, mēs atceļam viņu un ļaujam kādam citam atbildēt, jo tas nebūtu interesanti, ja visu laiku viens tikai uzvarētu.
8. Kādus atgriezeniskās saites veidus izmanto LR3? Kurus izmanto visvairāk?
Aizvien vēl ir klausītāji, ka sūta vēstules ar Latvijas Pasta starpniecību. Tās visvairāk saņemam uz Jauno gadu, Ziemassvētkiem, kur tiek teikti labi vārdi, dažkārt dziļas pārdomas par visu gadu kopumā un tamlīdzīgi. Tomēr visvairāk ir parastie e-pasti. Tāpat viņi var balsot internetā radījumam „Viens no diviem” tur dažkārt ir aktīvāka auditorija, nekā zvanot.
9. Cik lielu nozīmi ieņem interneta vietnes, atgriezeniskās saites veidošanā?
Vienlīdz nozīmīgi. Cik vien varam pievērst uzmanību.
10. Raksturojiet, lūdzu, kāds ir LR3 tradicionālais un kāds interneta klausītājs?
Gadi ir uz otru pusi. Diez vai jaunieši vispār klausās LR3. Domāju, ka pārsvarā visi jaunieši klausās to internetā. Tomēr jaunieši ir tie, kas arī piedalās.
Noteikti tie ir inteligenti cilvēki ar augstāko izglītību. Viņiem ir pietiekami daudz brīvā laika.
11. Kā jūs vērtējat to, ka LR3 Klasika palīdz cilvēkiem darbu rakstīšanā/veikšanā?
Klasiskajai mūzikai ir sakārtotība un struktūra, kurā sakārtojas domas. Ta sir pierādīts daudzos eksperimentos. Ja klausītājs to var klausīties kā fonu, tad tā it kā saka priekšā ko darīt. Tas viss iedarbojas uz zemapziņu. Ja atrod to atslēgu, lai tā būtu fona mūzika, tad pēc tam tas filtrs arī palīdz strādāt. Ir zināmi radošie cilvēki, kas strādā tieši pie klasiskās mūzikas.
12. Par kādām tēmām klausītāji visbiežāk kontaktējas? Vai viņi vērtē programmu saturu? Vai kaut kas tiek ņemts vērā? Piemēram?
Visbiežāk par mūziku, kas skan. Par to, kas skanēja konkrētajā laika posmā. Šādos gadījumos mēs uzreiz meklējam un atbildam. Ja ir bijušas diskusijas, dažkārt nāk e-pasti par to, kas dzirdēts diskusijā. Viņi izsaka savu viedokli.
13. Kāda satura (pozitīva/negatīva) komentāri tie ir?
Parasti man tos atsūta. Pagaidām esmu redzējusi tikai pozitīvos, nezinu, varbūt man tikai pozitīvos rāda.
14. Kādas sazināšanās iespējas pastāv raidījumos? Kuros raidījumos var sazināties ar LR3?
„Atspere”, „Viens no diviem” (aizkadra saruna); „Odiseja”, „Top 10” (ierunāšana automātiskajā atbildētājā).

Intervija ar Edgaru Raginski

1. Tiešie darba pienākumi?

Mani tiešie darba pienākumi ētera stundu sagatavošana, visdažādāko stundu laiku mūzikas izvēle, kultūras notikumu afišas veidošana, šīs informācijas nodošana ;eterā. Tāpat dažādu kultūras cilvēku intervēšana, montāža, to kombinēšana ar mūziku, koncertu noformēšana fonotēkai. Pienākumos ietilpst arī mūsu mājas lapas uzturēšana – aktuālākās informācijas ievietošana tajā. Ar otru darbinieci mums ir sadalīti pienākumi. Reizēm mēdzu ievietot informāciju arī mūsu twitter kontā, sazinos ar cilvēkiem, kas lūdz palīdzību. Ja kāds atraksta uz e-pastu, par kokrēti viņam interesējošo jautājumu, iespēju robežās mēģinu palīdzēt.

Tiešraides, koncertu vadīšana, tiešraīžu vadīšana ar citu valstu piedāvātajiem koncertiem, piemēram, Tokijas un tamlīdzīgi. Tajos es izmantoju atsūtītus skriptus, kaut gan mums būtu jātulko tas, ko stāsta ārzemju koncerta vadītājs, tomēr interesantāk ir uzmeklēt interesantu informāciju pašam.

2. Kādu un cik nozīmīgu vietu jūsu darbā ieņem kontaktēšanās ar klausītājiem?

Teiksim tā, klausītāju viedoklis ir ļoti būtisks, jo es strādāju pēc tā, lai apmierinātu auditorijas vajadzības un vēlmes. Visi auditorijas pārstāvji nav mūziķi, tāpēc es izmantoju informāciju, piemēram, konkursiem, kas nav saistīti tiešā veidā ar mūziku. Visvairāk atgriezenisko saiti izjūtu, kad vadu koncertus – tiek izteikti pozitīvi viedokļi, sniegta pozitīva informācija

3. Vai jūsprāt LR3 nepieciešama atgriezeniskā saite? Kāpēc?

Absolūti noteikti, visticamāk es nestrādātu šajā organizācijā, ja tās nebūtu. Un es ceru, ka tā vairošies.

4. Kādai vajadzētu būt atgriezeniskajai saite?

Lielākoties cenšos izmantot divvirzienu modeli, jo nav jēgas, ja no mums ir klusums. Pirmkārt, ir jāatbild klausītājam, jo tas ir garants, ka komunicējam ar auditoriju. Par komunikāciju twitterī esmu domājis, 140 zīmju ietvars bieži vien nešķiet piemērotākais veids, pat ne piemērotākais veids.

5. Kādus atgriezeniskās saites veidus izmanto LR3? Kurus izmanto visvairāk?

Viens bija telefonsarunas, ja cilvēks un piezvanījis, mēs uzreiz viņam atbildam – tā ir tiešāka un nekavējošāka komunikācija. Vēl aizvien ir nedaudz daļa klausītāju, kas sūta vēstules ar Latvijas Pasta starpniecību, tie, protams, ir vecāka gada gājuma cilvēki. Vēl no rakstītā vārda tas ir e-pasts, darbība sociālajos tīklos mēs darbojamies divos

tīklos – facebook un twitter. Šobrīd sāku to vērtēt, lai saprastu cik ilgi tas vēl būs aktuāls. un ir arī verbālā komunikācija, kad cilvēki uzrunā koncertos vai uz ielas.

6. Cik lielu nozīmi ieņem interneta vietnes, atgriezeniskās saites veidošanā?

Kamēr mums nav jaunais mājas lapas modelis, kur viņš var ierakstot komentārus, tikmēr mēs nevaram gaidīt atgriezenisko saiti. Tas viss mainīsies, tad kad mums bus jauna mājas lapa.

7. Kā jūs vērtējat twitter.com izmantošanas nepieciešamību? Vai LR3 jūsuprāt izmanto visas piedāvātās twitter.com iespējas?

8. Raksturojiet, lūdzu, kāds ir LR3 tradicionālais klausītājs?

Viens no cilvēku tipiem ir ekonomiski aktīvs, augstu līmeni ieguvīš, kurš noguris no tradicionālajām plāpām un bieži vien no nekvalitatīvā mūzikas piedāvājuma komerciālajās radiostacijās, tādēļ viņš meklē alternatīvu.

Vai kaut kas tiek ņemts vērā? Piemēram?

Kontaktējas par mūzikas izvēli, kuru esam veikuši ēterā, lai sniegtu savu viedokli par to, pasaka vai ir paticis, par aktuālu kultūras informāciju – lūdzot precīzu informāciju par to, kur izrāde notiks, kad tā notiks u.tml. tāpat dažkārt izsaka viedokli – komplimentu, kritiku ētera balsij.

Intervija ar Ilzi Medni

1. Kādi ir jūsu tiešie darba pienākumi?

Tie ir ļoti daudz. Pirmkārt, programmu vadīšana, dzīvais ēters, tiešraižu vadīšana, recenziju apskatu raidījumi, „Orfeja auss,” kur nāk eksperti, mūziķi, arī diskusiju raidījumi, kā arī raidījumi par interpretācijām. Tāpat darbojos mājas lapā, Edgars liek aktuālo informāciju, es vairāk darbojos ar arhīvu. Tāpat darbojos ar visu, kas saistīts ar koncertu tierakstu noformēšanu un organizēšanu. Protams, arī interneta sociālie tīkli – twiteris, facebook.

2. Kādu un cik nozīmīgu vietu jūsu darbā ieņem kontaktēšanās ar klausītājiem?

Tas ir svarīgi. Tāpēc Facebooka lieku, visu kas salikts arhīva, ar visu skanu.

Tādā veidā tu redzi, kas cilvēkiem ir paticis, kas ar laiku tiek atbalstīts, kas netiek. Piemēram, Orfeja ausij – tika piedāvāta iespēja balsot twitterī , tomēr šī piedāvātā iespēja „neaizgāja”. Publiska izvēle nav strādājusi. Iespējams, ja būtu iespēja balsot anonīmi , tas iespējams tas būtu izdevies.

3. Kādēļ 2010.gadā ir tik maz auditorijas vērtējumi?

Iespējams tāpēc, ka sākumā man nebija iemaņas, nezināju vēl kā tas īsti darbojās. Nebiju pārliecināta vai tas aizies. Sākumā nelikās tas nopietni, jo ja sekotāji bija 50, tad šķita, ka labākajā gadījumā ierakstu redzēs desmit cilvēki, savukārt uz šo brīdi zinu, ka jau 1000 sekotāji ir cipars un, ka tam ir jēga.

4. Vai jūsuprāt LR3 nepieciešama atgriezeniskā saite? Kāpēc?

Noteikti. Tādēļ, ka tā ir iespēja komunicēt ar jaunāko paaudzi. Viņi nezvana un neizmanto vēstules, bet sociālie tīkli ir laba iespēja iesaistīt jauniešus, parādīt to, kas viņus varētu interesēt. Viņi domāju, ir aktīvākie sociālajos tīklos, kas kaut ko pauž, šādās reizēs tu redzi, ka auditorija ir plašāka nekā tu biji domājis.

5. Kādai vajadzētu būt atgriezeniskajai saitei?

Man labāk patiktu, ja tā būtu vienvirziena. Tas ir milzīgs laika patēriņš komunicēt ar auditoriju. Ja ideāli darbotos mājas lapā, ja atkristu komunikācija par to, kas skan vai ir skanējis, tas būtu liels ieguvums. Protams, vienīgas, ko varētu vēlēties no auditorijas, lai viņi izsakās plašāk par raidījumiem, tos komentējot, izsakot viedokli. Tāpēc būtu labi, ja mājas lapā zem katra raidījuma klausītāji varētu kaut ko ierakstīt, lai sāktu veidoties diskusijas.

6. Kādus atgriezeniskās saites veidus izmanto LR3? Kurus visvairāk?

Vēstules ir gandrīz sarukušas, izmanto e-pastus, mājas lapā viņiem ir iespēja uzrakstīt, ko viņi vēlas dzirdēt. Protams, facebook un twitteris.

7. Kādēļ ir tik maz kritizējošu ierakstu par LR3?

Lieta tāda, ja tie galīgi negatīvi, kas ir tādi klaji nesolīdi, tos es neretvītoju [nepārpublicēju]. Ja ir kāda normāla, solīda kritika, normāls aizrādījums, tad jā. Bet es neredzu vajadzību, ja kāds uzbrēc, piemēram, par ārprātu, kas tur skan. Piedod, bet tev vienmēr ir izslēgšanas iespēja. Ja tas ir sabiedrībā pazīstams cilvēks, tad protams uzreiz komunicējam ar viņu, lai noskaidrotu, kas ir par vainu.

8. Vai LR3 izmanto visas piedāvātās twitter.com iespējas?

Es domāju, ka neizmanto, bet nedaudz es neuzticos tviterim. Jo, ja tu trāpi, ziņa tad aiziet. Man liekas, ka tviterim ir mazāka ietekme nekā facebookam. Twitteris ir kaut kāda ziņa, kas ne vienmēr nostrādā.

Teiksim tā, es twitterī nelieku linkus uz lieliem raidījumiem, jo uzksatu, ka twitterī neviens ilgstoši nesēž, bet tikai pārskrien pāri, savukārt facebookā ir svarīgāk, jo klausītājs pats tur kaut ko dara, meklē un līdz ar to ir lielāka iespēja, ka nokluašies arī lielāku raidījumu.

9. Raksturojiet, lūdzu, kāds varētu būt tradicionālais klausītājs?

Ļoti dažāda, dažāda vecuma, dažādas gaumes, kas atradusi kaut ko sev. Muziķi nav lielākā daļa no klausītāja. Sākot ar 22-23 gadiem, izglītots cilvēks – vidējs klasiska koncerta klausītājs.

10. Raksturojiet, lūdzu, kāds ir LR3 interneta klausītājs?

Te ir cerība, ka tas ir jaunāks cilvēks, kurš neklausās vairāk tiešraides, bet dzīvojas par arhīvu, viņš paņem to, ko vēlas, nevis to, ko tūlītēji piedāvā. Daudzkārt viņi priecājas par bagātīgo arhīvu, lai atrastu to, ko gribi un cik gribi.

11. Par kādām tēmām klausītāji visbiežāk kontaktējas? Vai viņi vērtē programmu saturu?

Visbiežāk viņi jautā par saturu, kas skan, kur to atrast. Praktiski viņi nevērtē programmu saturu, līdz ar to nav bijusi nepieciešamība kaut ko mainīt, izņemot vienu raidījumu, kas sakrita ar „Kultūras Rondo.” Vecāka gadu gājuma cilvēki lūdz mainīt raidlaiku, ko arī izdarījām.

12. Vai norit komunikācija ar auditoriju arī LR3 mājas lapā? Kāda?

Minimāli, jo paris mēnešus ir iespēja uzrakstīt vēstuli. Bet es uzskatu, ka nav jēgas reklamēt to, jo tūlīt mainīsies mājas lapa.

Bakalaura darbs „Atgriezeniskā saite Latvijas Radio 3: komunikatora un auditorijas grupu vērtējumi” izstrādāts LU Sociālo zinātņu fakultātē.

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

Darba apjoms (neskaitot izmantotos informācijas avotus un pielikumus) ir 90256 rakstuzīmes (ieskaitot intervālus).

Autors: Evija Liepa ()

Rekomendēju/nerekomendēju darbu aizstāvēšanai

Vadītāja: pētnieks M. soc. zin. Ilze Šulmane () 03.06.2013.

Recenzents: pasniedzējs M. soc. zin. Ieva Beitika

Darbs iesniegts Komunikācijas studiju nodaļā 03.06.2013.

Dekāna pilnvarotā persona: metodiķe Sanita Burķīte / metodiķe Dace Priedīte
()

Darbs aizstāvēts bakalaura gala pārbaudījuma komisijas sēdē

11.06.2013. prot. Nr. _____

Komisijas sekretāre: pētniece Ilze Šulmane ()