

LATVIJAS UNIVERSITĀTE
SOCIĀLO ZINĀTŅU FAKULTĀTE
KOMUNIKĀCIJAS STUDIJU NODAĻA

JĀŅA STREIČA MĀKSLAS FILMU POPULARITĀTES
FENOMENS: AUDITORIJAS GAIDAS UN TO APMIERINĀŠANA

BAKALaura DARBS

Autore: **Zane Kuške**

Stud.apl. zk06003

Darba vadītāja: lektore Olga Proskurova- Timofejeva

RĪGA 2010

Anotācija

Bakalaura darba tēma ir „Jāņa Streiča mākslas filmu popularitātes fenomens: auditorijas gaidas un to apmierināšana”. Pētnieciskā darba mērķis ir mākslas filmās iekļautās veiksmes formulas atklāšana. Tēmas aktualitāti raksturo fakts, ka līdz šim nav bijuši līdzvērtīgi pētījumi par J.Streiča radošo profesionālo darbību.

Teorētiskajā daļā aplūkotas populārās kultūras teorētiskās nostādnes un mākslas filmas kā šīs kultūras sfēras sastāvdaļa. Kino un auditorijas attiecības raksturo gan teorija par ietekmes līmeņiem uz mediju saturu, gan teorija par auditorijas vēlmju apmierināšanu.

Metodoloģijas daļā izmantotas divas kvalitatīvās aptaujas metodes: naratīva analīze un daļēji strukturēta intervija. Abas metodes izvēlētas kā atbilstošas izvirzītā pētnieciskā mērķa sasniegšanai, tās arī papildina vienu otru.

Pētnieciskajā daļā tuvāk aplūkotas un analizētas trīs populārākās un plašākai auditorijai zināmākās J.Streiča spēlfilmas: „Limuzīns Jāņu nakts krāsā”, „Cilvēka bērns”, un „Rūdolfā mantojums”. Pētījums veikts balstoties uz iepriekšminētajām metodēm. Daļēji strukturētajās intervijās aptaujāti divpadsmit respondenti, kuri pārstāv visus nepieciešamos segmentus un kuriem ir savs skatītāja viedoklis par šīm filmām.

Noslēdzot šo pētījumu, darba autore secina, ka J.Streiča veidotās mākslas filmas atbilst populārās kultūras nosacījumiem, apmierina auditorijas gaidas un vēlmes. Katrā viņa filmā ir iekļauta kāda aktualitāte, kura vitāla pašam režisoram un sabiedrībai kopumā, kā arī tās risinājums atbilstoši laikmetam. J.Streiča filmās iekļautas latviešu mentalitātei tuvas un saprotamas vērtības, tās ir neatņemama mūsu kultūras sastāvdaļa.

Atslēgas vārdi: populārā kultūra, kino, mākslas filmas, režisors J.Streičs

Annotation

The subject of the diploma work is „The phenomenon of the popularity of the movies of Janis Streics: expectations of the audience and satisfaction of those expectations”. Target of the research work is to discover the success formula. Topicality of the subject can be described by the fact that there are no similar researches made so far on the creative work by Janis Streics.

The theoretical part describes popular theories on culture and art movies as a part of that. The relationship between movies and audience is characterized by theory on the influence levels on media content, as well as theory on the satisfaction of the audience wishes. The methodology part includes two quality poll methods: narrative analysis and semi-structured interview. Both methods had been chosen to supplement each other and to reach the target.

The investigative part approaches and analyses three the most popular movies by Janis Streics: „Limuzīns Jāņu nakts krāsā”, „Cilvēka bērns”, and „Rūdolfa mantojums”. The investigation has been made based on two mentioned methods. Twelve people had been interviewed having their own opinion about the movies.

The conclusions of the research are that the movies by J. Streics coincides the condition of the popular culture, satisfies the audience expectations and wishes. Every movie describes current events, which are important to the author himself and society in general, and the solution is up to the century. Movies by J. Streics include values that are understandable for the Latvian mentality, and they are an important part of our culture.

Key words: popular culture, movies, art movies, director J. Streics.

Saturs

Ievads.....	1.lpp
1. Teorētiskā daļa.....	2.lpp
1.1. Populārā kultūra.....	2.lpp
1.2. Mākslas filmas kā populārās kultūras produkts.....	3.lpp
1.3. Teorija par ietekmes līmeņiem uz medija saturu.....	6.lpp
1.4. Teorija par auditorijas vēlmju apmierināšanu.....	7.lpp
1.5. Mākslinieciskā kultūra kā informācijas sistēma.....	9.lpp
1.6. Kino mākslas kultūras sistēmā.....	11.lpp
2. Metodoloģiskā daļa.....	12.lpp
2.1. Naratīva analīzes teorija.....	12.lpp
2.2. Intervija.....	19.lpp
2.2.1. Intervijas definīcija.....	19.lpp
2.2.2. Interviju veidi.....	19.lpp
2.2.3. Daļēji strukturēta intervija.....	20.lpp
2.2.4. Daļēji strukturētas intervijas norises gaita.....	22.lpp
2.2.5. Interviju ietekmējošie interpersonālie faktori.....	22.lpp
2.2.6. Respondentu atlase.....	23.lpp
2.2.7. Respondentu motivācija.....	24.lpp
2.2.8. Intervijas vieta.....	25.lpp
2.2.9. Ieteicamie jautājumu veidi.....	26.lpp
2.2.10. Datu apstrāde un pielietojums.....	26.lpp
3. Pētnieciskā daļa.....	28.lpp
3.1. J. Streiča mākslas filmas.....	28.lpp
3.2. Izvēlēto J.Streiča mākslas filmu klasifikācija.....	30.lpp
3.3. J.Streiča mākslas filmu naratīva analīze.....	32.lpp
3.3.1. Analīzē iekļauto mākslas filmu naratīva laiks.....	32.lpp
3.3.2. Analīzē iekļauto mākslas filmu narators.....	33.lpp
3.3.3. Analīzē iekļauto mākslas filmu muzikālā kvalitāte.....	33.lpp

3.3.4.	Analīzē iekļauto mākslas filmu vizuālā kvalitāte.....	34.lpp
3.3.5.	J.Streiča mākslas filmu tēli- to raksturojums.....	34.lpp
3.4.	J.Streiča mākslas filmu popularitātes fenomens.....	37.lpp
3.5.	Režisora atsauksmes par saviem darbiem.....	39.lpp
3.6.	J.Streiča filmas citu radošo personību vērtējumā.....	40.lpp
3.7.	J.Streiča mākslas filmu ietekme uz auditoriju.....	41.lpp
3.8.	J.Streiča mākslas filmas auditorijas gaidu un apmierinājuma aspektā.....	42.lpp
3.9.	Auditorijas gaidu un apmierinājuma analīze.....	42.lpp
3.9.1.	Analīzē iekļauto J.Streiča mākslas filmu izvēle.....	42.lpp
3.9.2.	J.Streiča mākslas filmu analīzei nepieciešamo respondentu atlase.....	43.lpp
3.9.3.	J.Streiča mākslas filmu auditorijas gaidu un apmierinājuma interpretācija.....	45.lpp
4.	Analītiskā daļa.....	54.lpp
	Secinājumi.....	61.lpp
	Avotu un literatūras saraksts.....	62.lpp
	Pielikumi.....	65.lpp
	1.Pielikums.	
	2.Pielikums.	
	3.Pielikums.	
	4.Pielikums.	

Ievads

Bakalaura darba tēma ir saistīta ar auditorijas iemīļotākajām režisora un scenārista J.Streiča mākslas filmām. J.Streiča filmas ļauj skatītājam vilkt paralēles starp ekrāna varoņu dzīves stāstiem un realitāti, kas satuvina auditoriju ar viņa veidotajām spēlfilmām. Režisora jaunākais projekts- spēlfilma „Rūdolfā mantojums” rosināja sākotnējās pārdomas par auditorijas vēlmēm un gaidām. Pārdomu rezultātā izvēlēta bakalaura darba tēma ir „Jāņa Streiča mākslas filmu popularitātes fenomens: auditorijas gaidas un to apmierināšana”.

Izvēlētais bakalaura darba temats ir aktuāls, jo līdz šim nav tapuši līdzīga satura pētījumi par šī latviešu režisora profesionālās karjeras fenomeniem. J.Streičs ir ne tikai veiksmīgs režisors, bet arī atpazīstama latviešu mākslas un kultūras radošā personība. Iepriekšminētais rada papildus motivāciju iedziļināties viņa veidoto mākslas filmu saturā, stilā un naratīvos.

Pētījumu teorētiski pamato populārās kultūras, filmu un kultūras studiju teorētiskās nostādnes. Tas tiek papildināts ar mākslas filmu satura un kino kā medija ietekmes līmeņa noteikšanu attiecībā uz auditoriju indivīda līmenī. Populārās kultūras produktu-šajā gadījumā mākslas filmu un to patērētāju attiecības teorētiski skaidro ar auditorijas lietošanas un vēlmju apmierināšanas teoriju, kurā noteicošais ir patērētāja faktors- auditorijas vajadzības un vēlmes, nevis pats vēstījuma saturs. Kino saglabā informāciju nākamajām paaudzēm gan par laiku, kurā veidota attiecīgā filma, gan par laiku, kurš ietverts kino kadros, tādēļ māksliniecisko kultūru pamatoti var aplūkot informācijas sistēmas ietvaros

Metodoloģiskajā daļā pētījuma veikšanai izvēlētas divas metodes: naratīva analīze un daļēji strukturēta intervija, kuras ļauj iegūt nepieciešamo informāciju izvirzītā pētījuma uzdevuma un secinājumu iegūšanai.

Pētījuma objekts ir trīs populārākās un plašā auditorijas daļā atpazīstamākās J.Streiča filmas: „Limuzīns Jāņu nakts krāsā”, „Cilvēka bērns” un „Rūdolfā mantojums”. Bakalaura darba galvenais izvirzītais mērķis un uzdevums ir noskaidrot J.Streiča veidoto mākslas filmu popularitātes jeb veiksmes formulu.

Pētnieciskajā daļā iekļauta informācija, kura iegūta praktiskā pētījuma gaitā, izmantojot abas metodoloģijas minētās datu un informācijas iegūšanas metodes.

Analītiskajā daļā seko teorētisko nostādņu un praktiski iegūtas informācijas salīdzinājums.

Noslēgumā seko secinājumi, kuros darba autore konstatē, ka J.Streiča veidotās mākslas filmas atbilst populārās kultūras nosacījumiem, apmierina auditorijas gaidas un vēlmes.

1. Teorētiskā daļa

1.1. Populārā kultūra

Kultūra pati par sevi ir plaši definējams jēdziens ar vairākām nozīmēm. Kā zināms no kultūras teorijas vēstures, kultūra tiek iedalīta elitārajā, populārajā jeb masu, tradicionālajā tautas, klasiskā modernisma, postmodernisma un pseidomodernisma elektroniskajā kultūrā. Ar populāro kultūru parasti tiek saprasti plašām auditorijas masām paredzētus izklaides industrijas produktus. Šo produktu izveidē izmanto mūsdienīgas komunikācijas tehnoloģijas. Angļu populārās kultūras pētnieks D.Strinati (*D. Strinati*) norāda, ka „populāro kultūru var definēt kā plašu aprakstošu artefaktu tīklu, kurš veidojies ilgākā laika periodā. Daudzas no populārās kultūras teorijām sasaucas ar komunikācijas zinātnei radniecīgas sfēras teorijām, piemēram, socioloģijas un psiholoģijas”. Savukārt Dž.Storijs (*J.Storey*) raksta, ka „populārā kultūra ir savā veidā īpašs dzīves veids, kas saistās ar dažādu svētku svinēšanu ieražām vai jaunām subkultūrām, kā specifiskiem kultūras piemēriem. Ja kultūru aplūko kā vēstījumu praksi, tā saistās ar popmūziku, komiksiem, ziepju operām”. „Populārajai kultūrai var būt nepastāvīga forma, tā var mainīt dislokācijas vietu, pieņemt jaunas identitātes, jaunus uzdevumus un funkcijas”. Tas nozīmē, ka tās lietotāji jeb mēs kā tās pārstāvji varam par šo tēmu domāt fleksibili, pieļaujot izmaiņas un jaunas identitātes definēšanu. Lielākā daļa mūsu ikdienas dzīves ir saistīta ar populāro kultūru. Populārā kultūra nesaistās tikai ar atsevišķiem kursiem universitātē, „tā ir sabiedrības dzīves veids, noteiktas prasmes, kuras saistās ar ikdienas rituāliem, darbu, reliģiju, sportu un arī savstarpējām partnerattiecībām”. Populāro kultūru var uztvert arī kā „cīņas un grūtību pārvarēšanas arēnu, kurā satiekas dominējošo sabiedrības grupu pārstāvju un subkultūru pārstāvju intereses”.

Populārā kultūra ir masu kultūra, ja to salīdzina ar elitāro kultūru, tā atrodas pakāpi zemāk. Šo atšķirību uzskatāmi parāda, piemēram, „populārās un kvalitatīvās preses, populārā un mākslas kino vai populārās un mākslas kultūras attiecības”. Masu kultūra saistās ar

komerciālu aspektu. Tā ir populāra, saprotama un pieņemama, jo ir tautas kultūra, tās kopējā sociālā procesā un iedarbībā radīta.

Svarīgs populārās kultūras studiju jēdziens ir ideoloģijas koncepcija. Ideoloģiju var definēt kā „sistemātisku ideju kopumu, ko sabiedriskajā informācijas telpā virza un realizē noteikta cilvēku grupa”. Ideoloģiju izmanto, lai norādītu kā kultūras teksti un prakse attēlo realitāti. Šo koncepciju var aplūkot no varas aspekta, tā saistās arī ar popularitātes fenomenu.

Jēdziens „popularitāte” saistās ar tādiem aspektiem kā patikšana daudziem cilvēkiem, novērtējumu-vērtīgs vai nevērtīgs, kārojams vai vienaldzīgs jebkurā jomā vai sfērā, bet „pats vārds „populārs” apzīmē visu, kas ir pieprasīts”.

Daudziem pirmās asociācijas ar populārās kultūras jēdzienu saistās ar izklaidi, kuru producē komerciālie mediji-piemēram, televīzija, filmas un mūzikas industrija. „Komerciālajiem medijiem ir plašas iespējas gan ekonomiskajā, gan tehnoloģiskajā ziņā, lai sasniegu demogrāfiski atšķirīgu un ģeogrāfiski izkliedētu auditoriju. Popularitāti zināmā mērā var izmērīt vai noteikt, iegūstot informāciju par to, ko lielākā daļa cilvēku pērk un patērē, klausoties, skatoties un lietojot”. Tā ir antropoloģiska definīcija ikdienas prakses ietvaros.

Lai arī populārās kultūras auditorija aktīvi reaģē uz masu kultūras produktiem, M.Šadsons (*M.Schudson*) atzīmē, ka „ir spēkā novērojums, ka auditorija neabsorbē kultūru pilnībā, tā var būt uzmanīga, domājoša vai radoša pret kultūru. Populāra auditorija ir vienmēr radoša vai kritiska savā kultūras novērtējumā. Šajā gadījumā nozīme ir gan mainīgajam, gan atkarīgajam sociālajā kontekstā saistībā ar semiotikas kodiem”.

Izvērtējot no kritiskas pieejas, var teikt, ka „masu jeb populārā kultūra ir iluzora ticība vērtībām un līdzekļiem, lai novirzītu cilvēka uzvedību no reālajiem dzīves procesiem”.

1.2.Mākslas filmas kā populārās kultūras produkts

„Filmu devums komunikācijas procesā ir informācijas un ideju pienesums, tās parāda mums dažādas pasaules vietas un dažādus dzīvesveidus, par kuriem mums nebija sava personīgā novērojuma. Filmas piedāvā dažādus veidus kā skatīties un sajūst, lai gūtu gandarījumu no redzētā. Filmu studiju teorētiķi D.Bordvels (*D.Bordwell*) un K.Tompsons(*K.Thompson*) uzsver filmu lomu pieredzes veidošanā, jo filmās ietvertie stāsti ar personāžu likteņiem var būt kaut kas ļoti tuvs un pazīstams auditorijai vai tieši otrādi aizvest eksotiskā ceļojumā. Filmu stāstos ietvertās idejas tiek attīstītas vizuālajā un skaņas kvalitātē, lai saistītu mūsu domas un emocijas”.

Filmas mērķis ir atstāt iespaidu uz tās skatītāju. Nav viegli izprast, kā auditorija uztver filmas, jo šī izpratne nesaistās tikai ar filmu sižetu vai veidu. Kultūras teorijas saistās ar mediju vēsturi, feminismu, televīzijas un kultūras studijām. „Filmu un kultūras studiju iekļaušana augstākajā izglītībā palīdz atgādināt mums, ka šis mūsu rīcībā esošais kultūras mantojums var izteikt, kā pieaugusi kādas atsevišķas tā formas nozīme intelektuālajā jomā. Piemēram, filmu loma masu kultūrā”.

Visstraujāko progresu 20.gs populārās kultūras sfērā sasniedza kino uzplaukums; it sevišķi Rietumu kino. Kā norāda A.Rubenis, rakstot par kino attīstības posmiem, „jaunajā vizuālajā medijā viens otru savstarpēji bagātināja avangards un masu kultūra”.

Storijs norāda televīziju kā atzītāko un pieprasītāko 21.gs populārās kultūras formu, it sevišķi attiecībā uz brīvā laika piepildījumu. Tomēr „dažāda dzimuma un vecuma cilvēki izvēlas televīzijas produktus dažādu iemeslu dēļ. Viņi atšķirīgi uztver informāciju, lomu spēlē ne tikai ietvertais ziņojums, bet atšķirīgā tā interpretācija”. Lai arī par kino un televīziju var runāt kā par daļēji savstarpēji konkurējošiem medijiem, kino stabili ieņem savu vietu izklaides sfērā.

„Kustīgi attēli ir lielākā mūsu dzīves daļa un ir grūti iedomāties pasauli bez tiem. Mēs gūstam prieku no tiem teātrī, mājās, darba vietā vai pat jebkurā satiksmes līdzeklī, jo šādas iespējas dod modernās tehnoloģijas”.

Filmu studiju teorētiķis B.Nikolss (*B. Nichols*) raksta, ka „jebkurā filmā var ietvert stāstu vai aprakstu, kurš raisa diskusiju, ļaujot pasauli ieraudzīt no jauna. Tehnoloģiskās iespēja reproducēt attēlu, liek mums uzskatīt, ka atveidotā realitāte ir patstāvīgs lielums, kamēr stāsts piedāvā atšķirīgu realitātes aplūkošanas veidu”. Viņš uzskata, ka jebkura filma savā veidā ir dokumentāls projekts, jo katra no tām satur stāstu, tikai tas tiek pasniegts atšķirīgā veidā-„dokumentārās filmas reprezentē sociālo realitāti, bet dokumentālās filmas ir pilnas vēlmju pavedienu”. Arī spēlfilmas var uzskatīt par sava veidu vēlmju pavedienu apkopojumiem-gan režisora, gan auditorijas vēlmju piepildījumu. „Šīs filmas ļauj taustāmā veidā izpausties mūsu vēlmēm, sapņiem, nakts murgiem un šausmām. Tā ir iespēja radīt vizuālu un audiālu materiālu. Tās rada realitātes sajūtu, kuru mēs vēlamies vai baidāmies, ka tā tāda varētu būt. Šādas filmas var atainot realitāti, ja mēs tā izlemjam, kuru mēs iespējams varam pieņemt, kā īstu realitāti nevis tikai kā tās atveidojumu”.

„Kultūras un filmu studijas teorētiskajā aspektā skar ne tikai filmu tekstus un procesus, kuri filmu industriju padara par atsevišķu mediju, bet arī atsevišķos gadījumos aplūko kultūras kontekstu, kas saistās ar filmu patēriņu līdzīgi kā industriālo kontekstu un producēšanu”.

Kino it īpaši pēdējos piecdesmit gados mēdz piedēvēt īpaša medija lomu ideoloģijas un sabiedriskas struktūras veidošanas ziņā. Kino produkcijas apjoma un kvalitātes pieaugums, kā arī pieejamība raisa dažādas atgriezeniskās saites reakcijas ar dažādiem efektiem.

Taču kritiskās pieejas teorētiķi „neakceptē kino kā nopietnu kultūras formu, piemēram, viņi iebilst pret A. Hičkoka (*A.Hitchcock*) devumu kultūras mantojumā, kaut šis režisors ir Holivudas filmu industrijā uzņēmis neskaitāmas komerciāli veiksmīgas filmas un pats ticis atzīts par oriģinālu un ģeniālu autoru”.

„Viens no visnepareizākajiem pieņēmumiem attiecībā uz filmu industriju ir, kad rodas šaubas par to, kā notiek izšķiršanās par filmu producēšanu un kā tajās tiek attēlotas mainīgās manieres, nosaukt to par apgrozījumu, ka industrija vienkārši dod auditorijai to, ko tā vēlas. Bet kā auditorija var zināt, ko vēlas, ja nebalstās uz iepriekšēja pieņēmuma par to, kam tur vajadzētu būt”?

Diskutējot par filmām, svarīgi ir zināt vai tām un tajās iekļautajam tekstam ir jēga un vai tās sniedz prieku, gandarījumu un patiku auditorijai. G.Tērners (*G.Turner*) norāda, ka „vienmēr pastiprinātu interesi izraisa jautājums-kāpēc cilvēki patērē šādā veidā populāru tekstu? Filmas teksts aicina, pievelk, apelē, provocē, tā funkcija ir izraisīt kultūras rezonansi skatītājos”. Filmām kā populārās kultūras produktam jādarbojas brīvi no vispārējām struktūrām, lai teksti paši par sevi tiektos būt gan dabiski, gan atšķirīgi.

„Eiropā kino tiek definēts kā mākslas kino, it sevišķi to var attiecināt uz franču kino, kurā to dēvē par septīto mākslu. Līdz ar to Eiropā ir laika gaitā izveidojušās un nostiprinājušās Autoru kino tradīcijas. Filmu teorijā ‘*la politique des auteurs*’ nozīmē, ka filmas režisors līdzīgi kā literārs autors vai jebkurš cits mākslinieks ir sava projekta galvenais autors”.

Mūsdienās globāli veidoti mediju konglomerāti piedāvājumos dominē multinacionāla produkcija. Holivudas filmu industrija daļēji ietekmē populāro kultūru kino aspektā. Tērners uzsver, ka „lielākā daļa nacionālo filmu industriju ir spiestas meklēt priekšnoteikumus, lai turpinātu viņu pašu filmu producēšanu savām auditorijām. Tā savā ziņā tiek uzskatīta kā kultūras saglabāšana”. Arī Latvijas režisori ir spiesti cīnīties par izdzīvošanu, meklēt sponsorus, lai realizētu savas idejas un piesaistītu mērķauditoriju, jo valsts finansējums ir minimāls. „Eiropā starptautisko partnerattiecību ietvaros tiek veicināta filmu producēšana, kuras spētu pārvarēt kultūras un nacionālās robežas, lai veiksmīgāk konkurētu ar Holivudas veidotajiem produktiem. Vienīgā problēma, ka iesaistītās institūcijas līdz šim maz darījušas, lai veicinātu atsevišķu nacionālo industriju radīto filmu noietu citās Eiropas Savienības valstīs”.

Interesants aspekts ir galvenie aktieri jeb zvaigznes, bez kurām filmu industrija nav iedomājama. Tās nav tikai sabiedrisko attiecību speciālistu izveidota pārdošanas apjoma noieta veicināšanas sastāvdaļa. „Filmu teorijā tās tiek aplūkotas kā sabiedriskas un sociālas zīmes, kā nacionāla vizītkarte un kapitālisma un individuālisma produkts. Zvaigznes personalizē sabiedrisko domāšanu un ideoloģiju. Aktieri kļūst par zvaigznēm, kad viņu personīgā dzīve un dzīves veids pārējiem šķiet tikpat uzmanības vērts, kā viņu profesionālā skatuves darbība. Populāri aktieri ir iesaistīti gan filmu patēriņa veicināšanā, gan sociālu stereotipu radīšanā”.

1.3. Teorija par ietekmes līmeņiem uz medija saturu

P.Šūmeikeris un S.Rīza (*P. Shoemaker, S. Reese*) teorija aplūko ietekmes līmeņus uz mediju saturu. Saistībā ar bakalaura darba izvēlēto tēmu, lietderīgi būtu aplūkot kādu ietekmes sfēru un kādā līmenī var attiecināt uz mākslas filmu saturu kā populārās kultūras produktu.

Abi iepriekšminētie autori, balstoties uz savu priekšgājēju akadēmisko devumu, uzsver, ka „pirmkārt, saturs atspoguļo sociālo realitāti tieši vai ar nelieliem sagrozījumiem, otrkārt, saturu var ietekmēt mediju darbinieki socializācijas procesā vai ar savu attieksmi, profesionālo pieredzi, treškārt, saturu var ietekmēt mediju rutīna, ceturtkārt, saturu var ietekmēt citi sociāli institūti (ekonomiskie un kultūras spēki, arī auditorijas vēlnes, pieprasījums), piektkārt, saturs var būt ideoloģiskās pozīcijas funkcija un noteikt *status quo*”.

Teorija balstās uz klasisko H.Lasvela (*H. Lasswell*) komunikācijas modeli. Masu komunikācijas teorija kā komunikatoru pēta indivīdus mikro līmeņa pieejā, vai sociālo sistēmu makro līmeņa pieejā, kā kanāls tiek pieņemts medija saturs, adresāts ir auditorija, arī, protams, kādu efektu rada pati ziņa. Atsaucoties uz bakalaura tēmu, no šīs teorijas lietderīgo ir aplūkot mākslas filmu satura radīto iespaidu uz auditoriju indivīda līmenī.

Amerikāņu kultūras tendences mikro līmenī saistās ar sekojošo kultūras teorētisko pieeju- „Amerikas kultūra ideāli akcentē individuālismu, bet realitātē mēs varam secināt, ka daļa tomēr uzticīgi paļaujas uz kolektīva izvēli. Ideālā gadījumā neatkarīga individuāla domāšana novērtējama augstāk par sociālas institūcijas radīto. Individuālisms ASV tiek aplūkots gan kā sociāla, gan reliģiska norma. Arī ekonomiskā sistēma rotē ap individuālo patēriņu un ar to saistīto peļņu.” Līdzīgi var raksturot situāciju Latvijā.

„Mediju saturs var ne tikai atspoguļot realitāti (objektīvas ziņu programmas), bet arī uzspiest dažādiem līdzekļiem savu pieeju, likt savus akcentus uz pārraidāmo informāciju. Televīzija var deformēt realitāti caur kameras uzņemšanas leņķi vai citām tehniskajām

niansēm”. Atgriežoties pie kino un filmām, var teikt, ka mākslas filmas nav realitātes atspoguļojums, bet autora fantāzijas auglis, ja sižets ir saistīts ar sociālo dzīvī-tas ir daļējs realitātes atspoguļojums. Balstoties uz iepriekš aprakstīto teoriju, var secināt, ka ir iespēja manipulēt ar filmu saturu attiecībā uz pasīvu auditoriju, radot vēlamo atgriezeniskās saites efektu. Šī ietekmēšana notiek indivīda līmenī. Sekmīga procesa gadījumā var runāt par popularitātes fenomenu.

1.4. Teorija par auditorijas vēlmju apmierināšanu

Uzlūkojot auditoriju tirgus aspektā, notiek nemitīga dažādu mediju un arī populārās kultūras produktu konkurence par vietu pieprasījuma un piedāvājuma attiecībās. Populārās kultūras produktu jomā ir nepieciešamas normatīvas un sociālas attiecības starp piedāvātāju un patērētājiem. Noteicošais šajās attiecībās ir patērētāja faktors- „ auditorijas vajadzības un vēlmes, nevis pats vēstījuma saturs. Nav tiešas attiecības starp saturu un tā radītajiem efektiem, bet tās tiek veidotas pastarpināti caur auditorijas lietošanas paradumiem”.

Funkcionālisti piedāvā mediju lietošanas un apmierinājuma pieeju. Sākotnēji no 20.gs vidus minēto pieeju izmantoja tā laika populāru radio kanālu, tv pārraižu un laikrakstu lasīšanas paradumu pētīšanai. Galvenais jautājums bija „kāpēc cilvēki lieto medijus un kā viņi to dara”? Teorija balstās uz saņemtā gandarījuma, vajadzību, vēlēšanās vai motīvu apmierinājumu. Kā zināms, „ auditorija formējas, balstoties uz indivīdu līdzīgām vajadzībām „interesēm, stilu un gaumi. Šo faktoru rašanos savukārt ietekmē sociālie vai psiholoģiskie apstākļi. Tipiskākās vienojošās vajadzības ir vajadzības pēc informācijas, izklaides, atpūtas vai kopīga sarunu temata”. Bakalaura darba autore uzskata, ka šī teorija izskaidro arī populārās kultūras produktu un auditorijas attiecības.

D.Makveils (*D.McQuail*) norāda šādus faktoros, lai šī teorija būtu spēkā:

- „medija un tā satura izvēle parasti ir saprātīga, adresēta tieši un pārliecināti noteiktam mērķim un apmierinājumam(ar nosacījumu, ka auditorija ir aktīva un tās formēšanās procesu var loģiski izskaidrot),
- atsevišķi auditorijas pārstāvji apzinās saistošās medija vajadzības, kuras rodas individuālu un sociālu vajadzību apstākļos un var tikt aktivizētas izvēles motivācijai,
- vispārīgi ņemot, personīgais labums ir noteicošais faktors, auditorijas veidošanās procesā, nevis estētiskie vai kultūras faktori,

- visi vai lielākā daļa no minētajiem faktoriem „kuri ietekmē auditorijas veidošanos (motivācija, iegūstamais gandarījums, medija vai produkta izvēle, kā arī mainīgā fona lielums) ir izmērāmi lielumi”

Mediji (tai skaitā arī kino) izmanto gaidu-vērtību teorijas ideju, lai , balstoties uz iepriekšējo pieredzi, piedāvātu potenciālajai auditorijai tāda veida produktus vai informāciju, kurai būtu prognozējams lielāks noieta apjoms, kas ļautu pašiem medijiem saņemt atpakaļ ieguldītos līdzekļus un ļautu nopelnīt. „Tiek pētīta informācija, kura tiek saņemta no auditorijas atgriezeniskās saites, piemēram, kāda žanra literatūrai ir lielāks noiets, vai kāda satura filmas sagaida”.

Pēdējās desmitgadēs strauji augošā tehnoloģiskā attīstība izdara arvien lielāku spiedienu uz auditoriju, tirgus konkurences apstākļos rodas arvien jauni piedāvātāji, nereti konkrēta produkta raksturīgās iezīmes ir ļoti līdzīgas, palielinās arī iespējas un veidi , kā un kad iegūt un lietot izvēlēto produktu. „Jauno tehnoloģiju (CD-ROM) izmantošana, veicot ierakstus, uzglabāšanu un lietošanu, padara mediju lietošanu fleksiblu, potenciālā auditorija iegūst zināmu brīvību no mediju menedžmenta un tā kontroles”.

Tehnoloģiju attīstība ļauj progresēt arī kino jomai, gan tās produkcijas kvalitātes, gan izplatības ziņā. Auditorijas paplašināšanos negatīvi var ietekmēt starpkultūru nacionālās atšķirības.

Popularitātes fenomens ir iespējams tikai tad, ja tiek pilnībā apmierinātas auditorijas gaidas un vēlmes attiecībā uz konkrēto produktu-šajā gadījumā uz mākslas filmu.

1.5. Mākslinieciskā kultūra kā informācijas sistēma

Mākslas kino nevar aplūkot, sadalot to vizuālajā informācijā un lingvistiskajā. Jebkura mākslas filma ir kā maza daļiņa no mākslinieciskās kultūras, kura papildina kopējo sabiedrības informācijas sistēmu. Pēc darba autores domām, ir jēgpilni aplūkot arī mākslas kino kā māksliniecisko kultūru informācijas sistēmas aspektā.

Kultūras teorētiķe T.Sumina (*T.H. Суминова*) norāda, ka „jēdziens teksts lingvistikas teorijā tika ieviests salīdzinoši nesen 20.gs beigās 21.gs sākumā, toties ātri kļuva par galveno konceptu humanitārajā kultūrā”. Viņa tekstu šajā aspektā skaidro kā sava veida daudzu zīmju un nozīmju nesēju sociālajā informācijas tīklā. Ja tekstu aplūko vispārināti kā informācijas avotu, tas viņsprāt satur dažāda veida signālus, informāciju par apkārtējās vides objektiem, realitāti, zīmes un semiotiskās nozīmes, kā arī aktīvi piedalās sociālās kultūras dinamiskajos procesos.

Tātad pēc šādas definīcijas teksts ir mums visapkārt, teksts ietver cilvēka sociālo pieredzi un civilizācijas vēsture dažādu fiksētu kultūras kodi veidā.

Savukārt, „mūsdienu lingvistikā un semiotikā tekstam tiek piešķirtas šādas funkcijas: komunikatīva, domu un ideju ierosinoša, atmiņu un pieredzi veidojoša, kā arī zinātniska, inovatīva, kreatīva, semiotikas un informācijas funkcija”.

Plašākā nozīmē, „ja to aplūko no sociālā aspekta saistībā ar apkārtējo vēsturisko realitāti, jebkurš māksliniecisks projekts ir teksts, kuru radījis konkrēts autors noteiktai auditorijai”. No tā izriet, ka „mākslas darbu teksts var tikt uzskatīts kā strukturēta informatīva semiotiska sistēma jeb vienkārši informatīva sistēma, bet mākslas darbs ir tikai tā forma”. Piemēram, teksta nozīme vienlīdz svarīga ir gan mākslas filmās, gan tēlniecībā vai arhitektūrā.

Suminova uzsver, ka „mākslas darba tekstam ir daudznozīmju struktūra, kas ietver ne tikai tiešas nozīmes jeb tas raksturo personu garīgo un praktisko pieredzi, kā arī sociālās kultūras un civilizācijas piederību”. Akadēmiski pētīt mākslas kultūru informatīvas sistēmas ietvaros nepieciešams izprast tādu aktuālu problēmu kā dihotomiju starp tekstu un mākslas darbu. Sistēmiska jebkuras parādības izpēte dod harmonisku un viengabalainu izpratni par to. Tātad teksts ir mākslas darba rašanās priekšnosacījums.

Mākslas teksta struktūra iekļauj sevī mākslas tēlus, kuri sastāv no dažādi traktējamām zīmēm un virknes informatīvu izteikumu. Atšķirība starp zīmi un izteikumu komunikatīvajā procesā ir tāda, ka zīmi ir jāatpazīst, bet izteikumu jāizprot.

Mākslas darba teksta labākai uztverei un interpretācijai nepieciešams konteksts, jo tas parāda autora kultūras kompetenci. Suminova atzīmē, ka „aktuāla problēma ir teksta radīšanas kreatīvā aktivitāte un mākslinieciskā realitāte”.

Suminova akceptē „V.V. Kandinska (*В.В.Кандинский*) teoriju, kurā viņš norāda uz jebkuru mākslas veidu, kas iekļaujas pasaules kultūrā, kā dažādu informatīvo pasaulu dārdošu sadursmi, kuras rezultātā rodas jauna pasaule jeb jauns mākslas darbs”.

Svarīgs ir arī mākslinieka kā mākslas darba autora aspekts. „Katra mākslinieka personība pati par sevi ir informatīvi semiotiska sistēma, kurā akumulējas racionālā un emocionālā attieksme pret apkārtējo īstenību”. Mākslas darba autors ar iedomu spēku pārnes savu radošās fantāzijas augli uz audekla, papīra vai filmas, fiksējot to ar otu, zīmuli vai kinokameru. Katra mākslas veida rašanās procesam piemīt tikai tam raksturīga specifika. Autors ir apbrīnojama, unikāli radoša personība, kam piemīt mākslinieciskais talants un ģenialitāte.

„Mākslas darba kontekstu var akceptēt kā pasaules uzskatu, emocionāli psiholoģiski, inovatīvo, sociālās kultūras un informatīvo aspektu sintēzi, kas raksturīga pašam kreatīvās

darbības subjektam”. Turklāt mākslinieks to papildina ar personīgo pieredzi, kuru ietekmē apkārtējā sociālā un kultūras vide. Konteksts ietekmē mākslas darba teksta interpretāciju, tas ir kā teksta esības un vēstures sfēra.

„Katra laikmeta un katras kultūras izglītības paaudze mākslas darba tekstu interpretē atšķirīgā rakursā, kāds nekad iepriekš nav bijis un iespējams nebūs. Tādēļ, aplūkojot mākslas darba tekstu kā poliinformācijas struktūru, tās interpretatori nekad nebūs tā jēgu izsmēluši pilnībā”. Mākslas kultūra ģenerē milzīgu daudzumu dažāda veida, tipu un žanra tekstus. Tiem piemīt noteikta specifika, kuru ietekmē vēsturiskais laika posms, valsts, sociālais un kultūras attīstības un izglītības līmenis, kā arī autora talanta aspekts.

1.6.Kino mākslas kultūras sistēmā

Kino pilda savas īpašas funkcijas kultūras sistēmā, šī mākslas veida funkcijas ir saistītas ne tikai ar auditorijas izklaidi, bet tas jāuzlūko kā informācijas, izziņas un socializācijas instruments. J.Streiča filmās novērojama visu iepriekšminēto funkciju izpilde. Paša režisora profesionālā pieredze, psiholoģiski emocionālais skatījums ietekmē filmas ideju un formu, kuras realizācijas gaitā jāņem vērā arī auditorijas gaidas, vēlmes un novērtējums, lai tapušais kino darbs būtu atbilstošs klasiskajai latviešu nacionālajai kultūrai. Secinājumā var teikt, ka māksla un autora pieredze ir savstarpēji saistīti lielumi.

Jebkuras filmas jēga ir saistīta ar ideju, kura ir kino darba pamatā. Šī ideja tiek ievietota noteiktā laikā un telpā, atbilstoši stāsta iecerei. Tā arī nenoliedzami saistās ar sadzīves un atsevišķu kultūras iezīmju fiksēšanu, atspoguļošanu. Attēlotie filmu varoņi nav nerasniedzami auditorijai, tie varētu būt cilvēki no blakus mājas, citas pilsētas vai pagātnes senči.

Kino māksla, vērtējot pēc tās funkcijām attiecībā uz sabiedrību, pati par sevi ir masveidīgs fenomens. Mākslas filmā jēgu iegūst jebkas, kas saistās ar stāsta ideju un formu, kā rezultātā tiek iekļauts kino darbā. Būtiska ir jebkura no šīm komponentēm: vieta un vide, atainotie cilvēki, teksts, notikumi, kostīmi u.c. Vienīgi jāapzinās, ka jebkura filma tiek radīta tās skatītājam un var atstāt un to ietekmi indivīda līmenī. Pie tam šo efektu var paredzēt, bet

ne garantēt, jo cilvēki ir individuālas būtnes un katrs veido atšķirīgu interpretāciju atšķirīgām lietām, kuras uz viņu vairāk iespaido.

2. Metodoloģiskā daļa

2.1. Naratīva analīzes teorija

Naratīva analīzes pētniece Dž. Stoka (*J. Stokes*) raksta, ka „cilvēkiem piemīt raksturīga īpašība stāstīt par sevi, par savu pasauli, par citiem cilvēkiem tajā un fenomeniem, kuri mūs apņem. Stāsts ir viena no senākajām kultūras formām, tā pamati meklējami mītos un reliģijas rakstos, kuri tika nodoti no vienas paaudzes nākamajai. Ne tikai daiļliteratūra vai māksla var tikt izteikta naratīva formā mūsdienās naratoloģiju var atrast jebkurā medijā vai tā būtu laba filma, tv pārraide vai saistoša datorspēle, arī ziņas un reklāma balstās uz naratīva elementiem”. Ne visām kultūras izpausmes formām ir nepieciešams izteikts naratīvs, tāds var nebūt tēlniecībā, bet noteikti ir nepieciešams kino.

„Naratīvs veidojas kā cilvēku atbildes reakcija uz apkārt notiekošo. Cilvēks ir sociāla būtne, kura dzīvo sociālā pasaulē. Tā kā naratīvs ir katra medija sastāvdaļa un lielākā vai mazākā mērā arī kultūras forma, var teikt, ka cilvēki interpretē pasaules fenomenus naratīva veidā. Naratīvs ietver kultūras ideoloģiju un pats ir viena no formām caur kurām tiek reproducētas kultūras vērtības un ideāli”.

No populārās kultūras teorijas zināms, ka bilde var attēlot tūkstošiem vārdu un vizuālā kultūra var pildīt komunikācijas funkciju vai arī piedāvāt ne tikai stāsta formu, bet arī pašu

stāstu. Vizuālo tekstu ir ne tikai jāierauga, bet arī jāvar un jāprot interpretēt, jo tajā ir ietverts stāsts, vai arī tas satur ziņas galveno informāciju. Daudzas mākslas skolas tiek uzskatītas kā naratīva attīstītājas jeb veidotājas, piemēram, tās, kurās var apgūt sakrālo gleznošanu vai sociālā reālisma virzienu. Tas nozīmē, ka arī viens attēls var būt stāsta pamatā. Attiecībā uz literatūras tekstu ir grūtāk noteikt, kas tieši ir vizuālais naratīvs.

Daži naratīva analīzes teorētiķi uzskata, ka M.de Serto (*M.de Certeau*) novērojums uzskatāmi parāda stāsta jeb teksta attiecības ar ikdienas reālo pasauli, M.de Serto norāda, ka „mūsdienu Atēnu sabiedrisko transporta līdzekļu sistēmu var pieņemt kā metaforu. Lai nokļūtu uz darbu vai mājās jāizmanto „metafora”- autobuss vai vilciens. Arī uz stāstiem jeb tekstiem var attiecināt šo terminu, katru dienu tie tiek veidoti un apstrīdēti, tiek atzīmēta to sintaktiskā struktūra. Lai pilnībā tiktu saprasti kodi, attīstības ceļi un ierobežojumi, tiek regulētas to laika, vietas un telpas robežas, veidojot stāstus lineārā formā vai veidojot sērijveidā. Katru stāstu var uztvert kā ceļojumu, kā telpisku intrigu”. Attiecībā uz šādu pieeju, daudzi teorētiķi piekrīt, ka samērā reti vizuālā pasaule un tās teksti attīsta tiešu naratīvu, biežāk tiek izmantotas metaforas, kurām piemīt spējas aizvest skatītājus kādā papildus sfērā vai arī tās palīdz radīt un veidot stāstu. Kamēr skatītājs stāstu neuztver brīvi, viņa vizuālā uztvere tiek ierobežota ar kontekstu, ar to, ko viņš sagaida no stāsta, balstoties uz to, kāda veida stāsts tas ir un kādas asociācijas izraisa.

Jēdziens „naratīvs” visvienkāršākajā nozīmē var tikt uztverts kā stāsts. „ Šis vārds tulkojumā no latīņu valodas vārds *narrare* nozīmē stāstīt, tas apzīmē gan to, kas tiek stāstīts, gan pašu stāstīšanas procesu”. „F.Džeimsons (*F.Jameson*) naratīvu formulē kā visu informācijas procesu kopumā, bet J.F.Liotārs (*J.F.Lyotard*) raksta, ka tā ir būtiska patērētāja zināšanu forma”. Naratīvu var uztvert kā „ laika atskaiti starp diviem vai vairāk notikumiem, vai situāciju un ar to saistīto notikumu, ar nosacījumu, ka tie ar loģiski saistīti laika ziņā un savienoti ar konsekventu subjektu ietverošajā kopumā”.

Naratoloģijai kā zinātnei ir senas tradīcijas, sākot jau Aristoteļa laikiem un turpinot ar strukturālisma un poststrukturālisma pieeju. Aristotelis iedomāto naratīvu iedalīja divās daļās: „ viena tika apzīmēta ar terminu *mimesis* (rādīšana), bet otra *diegesis* (stāstīšana).*Mimesis* saistās ar senā teātra tradīcijām, kurās notikumu izrādē stāstīja paši par sevi. *Diegesis* tika attiecināts un literatūru-uz epiku un novelēm, tas ir naratora stāsts, uz kuru reizēm var pašauties un reizēm tomēr nevar. Mūsdienu kino kombinē abas šīs formas, tikai daudz kompleksākā veidā, ar visām naratīva tehnikas iespējām, kuras pieejamas”. Strukturālisti uzskata, ka pieeja jāveido, balstoties uz priekšnoteikumu, proti, cilvēki reproducē objektīvu savas kultūras struktūru un artikulē to , izmantojot komunikāciju, iekļaujot stāstus, kurus viņi

stāsta, raksta vai atveido kādiem citiem mākslinieciskās izteiksmes līdzekļiem”. Mūsdienu naratoloģija kā zinātnes starpdisciplīna noformējusies 20.gs beigās. Tās pētniecības jautājums ir noskaidrot, kurš stāsta stāstu, vai tā ir naratora balss aizkadrā, vai stāstītājs ir kāds no filmas personāžiem. Kopumā šīs disciplīnas uzdevums ir aprakstīt un analizēt naratīvu, praksē tas nozīmē pētīt tā dažādos elementus un veidu, kā tie kopā veido vienotu stāstu, kā arī dažādas struktūras naratīvus, stāstīšanas stratēģijas, estētikas nosacījumus, žanru veidus un to simbolisko saistību. Lielākā daļa naratoloģijas teorētiķu uzskata, ka pats svarīgākais ir, lai stāsts būtu saistīts ar sociālo kontekstu. Problēmas sagādā starpkultūru atšķirības, kas liedz jebkuram auditorijas pārstāvim saprast jebkuru komunikācijas sistēmu, jo tā var būt atšķirīgā formā veidota, ar atšķirīgu identitāti un vērtībām, līdz ar to netiek uztverta informācija un neveidojas satura radītais efekts.

Dž.Stoka (*J.Stokes*) secina, ka „naratīva analīze nepieciešama kultūras artefaktu atklāšanai. Jāpievērš uzmanību faktam, ka cilvēki ne tikai saņem informāciju no stāsta, bet pretojas vilinājumam neticēt”. Veicot naratīva analīzi, stāsts tiek pārtraukts, lai pievērstos tā analīzei.

Savukārt H.Porters Abbots (*H.Porter Abbott*) izsaka pieņēmumu, ja „patiess ir apgalvojums, ka naratīvs ir māksla, tad māksla veidojas uz naratīva pamata, tas ir kaut kas, ko veidojam mēs visi, gan mākslinieki, gan cilvēki bez radoša talanta”.

Naratoru var definēt kā „aģentu, kurš uzrakstījis tekstu, kurš stāsta vai pārskata notikumus izdomātajā pasaulē. Šai personai jābūt nesaistītai ar autoru un paša mākslas darba personāžiem”. Tradicionālajā pieejā naratoloģijas pētniekus interesē, kādā formā ziņa no sūtītāja nokļūst līdz tās saņēmējam-auditorijai. Aplūkojot kino sfēru, „ šis jautājums rada problēmas, ir grūti noteikt vienu konkrētu naratoru, jo filmas veidošanā piedalās radošo personu kolektīvs-producents, filmas direktors, scenārists un galvenie aktieri. Tikai uz prestižiem režisoriem kā F.Fellīni (*F.Fellini*), A.Kurosawa (*A.Kurosawa*), vai S.Spīlbergs (*S.Spielberg*) var attiecināt galvenā naratora lomu”.

Klasiskā naratīva struktūra balstās uz konflikta izveidošanos un no tā izrietošās darbības motivēšanas. Jebkurš stāsts tiek balstīts uz plānu, sākotnēji jābūt skaidram, kas un kāpēc notika vai notiek. Filmas sižetu un stāstu pieņemts uzskatīt par atšķirīgiem terminiem- „stāstu var definēt kā galveno materiālu, bet sižets ir jēlmateriāls, uz kā balstoties tiek veidota filma. Kaut gan jāatzīmē, ka scenārijs ietver tā autora stāsta veidošanas metodes, kas var iezīmēt radošajā galaproduktā”. Sižets var tikt veidots balstoties gan uz fantāziju, gan arī uz kādu konkrētu literāru darbu vai pēc tā motīviem. „Narators jeb stāstītājs raksturo darbojošās personas(cilvēkus vai kaut ko citu), notikumus (visu, kas stāstā notiek),laiku un vietu, kurā

visi šiem elementi satiekas, lai savstarpējās attiecībās būtu par pamatu stāstam". Par narratīvu pieņemts uzskatīt pozīciju, no kuras stāsts tiek stāstīts. Parasta fotogrāfija, lai arī skatītājs var brīvi iztēloties attēlotā cilvēka dzīvesstāstu, spriest par laiku, kurā tā aptuveni uzņemta, vai šī personāža sabiedrisko stāvokli, nav pietiekams pamats stāstam, jo trūkst plāna.

Vienkāršais, bet būtiskais jautājums, ko mums dod naratīvs, saņem tiešu atbildi- „tas ir galvenais veids, kādā mēs formējam laika sapratni un izjūtu". Laika faktors naratoloģijā ieņem samērā nozīmīgu lomu. „Auditorija sagaida, lai stāsts būtu veidots lineāri, kas ļautu saprast laika skalu, kurā notikumi risinājušies, un atļautu projicēt stāstījumu telpiskā sfērā saistībā ar stāsta pasauli". Naratīva pieeja atļauj notikumiem pašiem radīt noteiktu kārtību laikā, kura balstās uz naratīva laiku, nevis abstraktu saules ciklu vai pulksteņa mehānismu.

Rietumu kultūrā arī vizuālais teksts tiek uztverts līdzīgi kā rakstītais, tas nozīmē, ka attiecībā uz kadra kompozīciju-mēs lasām no kreisās puses uz labo, no lapas augšas virzoties uz leju. Ja informācija tiek attēlota citā veidā, pārāk lēni vai pārāk ātri, to daudz grūtāk ir uztvert un interpretēt. Var salīdzinoši teikt, ka „literatūra ir laika māksla, bet gleznošana telpas māksla. Grāmatas auditorija ir relatīvi statiski novērotāji, bet attēla auditorija ir aktīva auditorija, kura it kā iet apkārt statiskajam objektam, kurš redzams attēlā". Ja verbālais naratīvs vairāk orientējas uz jautājumiem: kas, kad un kuram notika vai atgadījās, tad vizuālais teksts vairāk akcentē-kas tas ir un kāds tas ir. Verbālais naratīvs var zināmā mērā manipulēt ar laiku, tas var izmantot pagātnes vai tagadnes stāstījuma formu, var stāstījumam aizsteigties priekšā vai arī atgriezties, stāstot no sākuma līdz beigām vai gluži otrādi. Vizuālajā naratīvā nevar mainīt notikumu secību, var tikai attēlus skatīties pēc kārtas. Laiku pašu par sevi nevar attēlot vizuālajā tekstā, attiecībā uz to var izdarīt tikai secinājumus

Naratīvu var identificēt kā vizuālu tekstu, piemēram, ikonogrāfija vai perspektīvas izmantošana, nodrošinot centrālo fokusu. Šeit gan autori atzīmē, ka „gaismas un krāsas izmantošana var ietekmēt naratīva interpretāciju. Apgaismojums liek pievērst vai nepievērst uzmanību detaļām un nodrošina, ka mēs „sajūtam" attēlu. Gaišas krāsas un kaprīzs attēlošanas stils, piemēram, rada gaismu un iespējams fantastiskas izjūtas, savukārt tumši attēli rada melanholiju un skumjas, bet melnbalti attēli var pārraidīt askētisma signālus.

N.Brauns (*N.Brownes*) norāda, ka naratīvs filmās jāuztver „kā komunikācijas akts, stāsts skatītājiem, izmantojot attēlus, režiju, verbālus komentārus un vizuālu pieeju kā noteiktu patstāvīgu naratīva pasaules izrādi, kura satur dažādas darbības hierarhiskā kārtībā. Kinematogrāfisko naratīvu var uztvert kā diskursīvu aktivitāti, kura atbildīga par notikumu reprezentāciju stāstā vai situācijā". Vizuālo naratīvu palīdz radīt un interpretēt arī neverbālā

komunikācija, piemēram, žesti un sejas mīmika. Skatītājs nevar būt pilnīgi pārliecināts par interpretētās informācijas atbilstību realitātei, bet viņš var savus novērojumus balstīt uz līdzīgām pieredzētām situācijām.

Vizuālais teksts var izmantot figūras un dažādas tehnikas, lai pārraidītu stāstus ar sabiedrībā zināmu cilvēku starpniecību. Piemēram, Bībeles un mītu motīvi tiek attēloti gan gleznās, gan skulptūrās, gan freskās. Šādā veidā ilustrēti stāsti pārvar laika un telpas ierobežojumus. Tādā veidā var runāt par sabiedrībā atpazīstama stāsta un tā producētā attēla attiecībām. „Tas gan nenozīmē, ka jebkurš zinot paražas vai attiecīgo personāžu vai figūru izmantošanu, nemaldīgi saprot šo zīmju nozīmi saistībā ar to kontekstu”.

Cilvēki domās redz it kā virtuālu stāsta vizualizāciju, jo naratīva uztvere ir daļa no veida, kā mēs uztveram pasauli. Režisors B.de Palma (*B.de Palma*) šo ideju attīstīta šādi: „Cilvēki neredz pasauli pirms viņu acis ir pieslēgtas naratīva režīmam”.

„Cilvēku tendence uztvert naratīva laiku statiski ir saistīta ar nekustīgu attēlu uztveršanu automātiski kā refleksu darbību. Būtiskākais ir nevis, kas tajā attēlots, bet gan kas ir noticis”. Ne vienmēr ir iespēja uzzināt kas un kā tieši ir noticis, bet eksistē naratīvas formulas mūsu prātā un atmiņās, kuras var palīdzēt daļēji rekonstruēt notikuma sižetu subjektīvā interpretācijā līdz mirklim, kurš mums ir zināms.

Mūsdienu teorētiķi citē klasiķi R.Bartu (*R.Barthes*) kurš raksta, ka „interpretācija nav jāuztver kā anarhiska, jo to ietekmē atšķirīgs zināšanu līmenis un prasmes-piemēram, praktiskas, nacionālas, kultūras vai estētikas, kura iekļauta attēlā”.

„Intertekstualitāte un žanrs garantē, ka vizuālo tekstu uztvers un interpretēs tā auditorijas daļa, kura saskārusies ar līdzīgu kontekstu, pagātnei un vēsturi”. Intertekstualitāte attiecas uz veidu, kā mēs veidojam izpratni par kādu konkrētu tekstu, balstoties uz līdzīgi pagātnes situāciju, jo „neviena sociālā prakse nevar eksistēt izolēti no sociālā konteksta, jebkurš vārdisks, rakstisks vai vizuāls teksts savā ziņā ir iepriekš saistīts ar iepriekš radītajiem”. Žanru kā principu izmanto klasificēšanai, kura balstās metodi, personāžiem un citiem elementiem. Sastopoties ar specifiska žanra tekstu, patērētājs to cenšas interpretēt, izmantojot intertekstualitātes pieredzi.

Mēdz izšķirt atšķirīga stila naratīvus: klasiskais, formālais un reālistiskais.

1. „Klasiskā naratīva struktūra zinošam pētniekam un patērētājam ļauj nojaust sižeta līnijas risinājumu. Zināšanu robus aizpilda diskrets narators jeb stāstītāja teksts, kurš saglabā pietiekamu distanci no iejaukšanās stāsta sižeta virzīšanas uz priekšu”.

2. „Formālajā naratīvā autors var manipulējoši iejaukties, izmainot hronoloģijas datus vai pārveidojot notikumus, lai spilgtāk parādītu tematisko ideju. Šajā pieejā stāsts tiek veidots no naratora subjektīvas perspektīvas”. Formālā naratīvā teksta nozīmība un dizains ir pašpietiekama vērtība. Formālisti koncentrējas uz fantāzijas materiālu izmantošanu stāsta scenārijos.
3. „Reālistiskajā naratīvā reālisms ir kā stils, kā reālās dzīves spoguļattēls, kā gabaliņš no dzīves, kas attēlojas stāsta ar atvērtām beigām(*open-ended*) variantā. Šajā gadījumā stāstītājam ir iespēja palikt neitrālā pozīcijā. Pārāk aktīvs narrators var manipulēt ar stāstu un efektu, kuru vēlas panākt no auditorijas”. Reālistiskā pieeja zaudē diskursīvo scenāriju, tam nav skaidri noteikta sākuma, vidus vai beigas.

Formālais un reālistiskais naratīvs ir veidoti sistemātiski ar iespēju manipulēt, kaut gan reālistiskajā pieeja liek akcentu uz attēlošanu kā no reālās dzīves (*lifelike*). Reizēm var manīt simulēšanu, kura var novest pie pretrunas ar estētikas nosacījumu.

Tātad balstoties uz iepriekšminēto var teikt, ka „naratīvs ir saistīts ar dzīvi, tā nevar pastāvēt bez naratīva. Daudziem no mums šķiet pašsaprotami, ka cēloņa attiecības starp notikumiem, bez iepriekšēja plāna, var būt ļoti neskaidras. De Serto argumentēti atbalsta sociālā naratīva pieeju, jo „šī naratīva principi veido mūsu pasauli. Piemēram, klausoties radio, klausītāji visu dienu pavada žurnālistma naratīva džungļos, reklāma un televīzija, ja atliek laika, piedāvā savu naratīvu pirms naktsmiera”. Kritiskās pieejas pārstāvis A.Bergers (*A.Berger*) gan oponē šim viedoklim, dzīve neesot kā naratīvs, jo „viss ir pa vidam, viscaur izklaidēts un būtībā bez notikumiem”. Barts attiecībā uz vizuālo naratīvu apgalvo, ka tam gan ir, gan nav attiecības ar lingvistisko tekstu, jo tas kā vizuālais teksts var darboties un nedarboties pēc naratīva principiem. No otras puses ikviens valodas veids ir kā uzvedums, kurā attēlu konstrukcijas ir adresētas auditorijai, izmantojot kadru, demonstrēšanas un uzveduma plānu, paļaujoties uz metaforām un figūrām tik lielā mērā, ka valoda šajā tekstā drīzāk var būt ikonisks nevis nepārprotami komunikatīvs nosacījums.”

Cilvēki kā sociālas būtnes domā stāsta veidā. Stāsts ir par noteiktu laiku, tajā ir konkrēti personāži, notikumi un iemesli. Un savu spriedumus par dzīvi cilvēki izdara balstoties uz savu pieredzi, savu saskari ar citiem cilvēkiem. „Narratīvs ir interakcijas vieta (vairāk kā aktīva darbība, nevis statisks vārds), un tādā veidā arī sociālās vērtības tiek tajā iekļautas”.

Naratīva analīzes pamatlicējs V.J.Props (*B.Я.Иппонн*) grāmatā „*Brīnumpasakas morfoloģija*” izklāsta savu ideju, kā „sadalot aplūkoto brīnumpasaku personāžus un viņu

veiktās darbības ap 150 sīkākās kategorijās, iespējams saskatīt to naratīvos zināmu līdzību”. Balstoties uz viņa pieeju šāda veida analīzi pēc analogijas var veikt arī jebkuriem citiem literāriem darbiem un arī mākslas filmām, tādēļ ir vērts šajā bakalaura darbā tuvāk aplūkot Propa ideju.

Props uzsver, ka „visās pasakās ir zināma līdzība. Katrai no tām ir savs nosaukums, savs stāsts, kurš ietver naratīvu, atšķirīgas darbojošās personas un dažādi atribūti, ko viņas izmanto, bet pamatdarbības jēga jeb galvenā funkcija paliek viena un tā pati”. Viņš savu kategorizāciju veic, sadalot pasakas sižetu pa tajā iesaistīto tēlu funkcijām, kā arī pašus tēlus iekļaujot to galveno raksturojošo īpašību kategorijās. Tā ir iespēja apkopt pasakas, kuras ir līdzīgas pēc sižeta, lai veiktu vispārīgus secinājumus par lielāku to kvantitatīvo apjomu kopumā. Props norāda, ka „tēli var būt dažādi pēc ārējā veidola un dzimuma, bet tie veic līdzīgas funkcijas. Savukārt, šīs funkcijas, kuras pēc rīcības ir līdzīgas var saturēt dažādu nozīmi. Piemēram, galvenais varonis pasakā saņem kādu grūti izpildāmu darbu, lai kādam palīdzētu, vai kādu glābtu. Pati uzdevuma saņemšanas funkcija paliek kā nemainīgs lielums, bet mainīgais ir tālākā rīcība un no tās izejošās sekas. Šis princips darbojas arī otrādi, proti, dažāda nozīme var attiekties uz līdzīgām funkcijām. Autors secina „ka visas funkcijas var raksturot šādi kritēriji: „ir pastāvīgas funkcijas kā pastāvīgi elementi (izglābt, uzcelt utt.), kopējais funkciju skaits ir ierobežots, tas nav bezgalīgs, visās brīnumpasakās sižeta attīstības loģika pēc savas attīstības principa ir līdzīga, ne visām pasakām obligāti jāsaturs visas šīs funkcijas”.

Katras pasakas iesākumam seko problēmas izklāsts un atrisinājums. Sākuma situācijai ir pietiekoši liela nozīme, ja to aplūko no auditorijas uzmanības piesaistīšanas un noturēšanas aspekta.

Arī motivācijai ir sava nozīme, tā ir viens no spilgtākajiem, bet nepastāvīgākajiem pasakas elementiem. Dažādu attēloto notikumu attīstības pamatā ir motivācija, kuru „var saprast gan kā mērķus, gan kā iemeslus”, kādēļ personāžs rīkojas tā un ne savādāk. Personāžus var raksturot ar rīcību, piemēram, viņu iepriekšēja vai patreizēja darbība var motivēt uz tālāko rīcību. Vēlmei nodarīt ļaunumu nepieciešama papildus motivācija.

Interesanta ir arī atribūtu nozīme, jo, piemēram, brīnumpasakās tie ienes spilgtumu un greznību-it sevišķi, ja tie saistās ar zeltlietām vai kādām citām burvju īpašībām.

2.2. Intervija

2.2.1. Intervijas definīcija

Sociālās pasaules vidi konstruē cilvēku ikdienas dzīve. Teorētiski ir pieņemts uzskatīt, ka „jābūt noteikumam, ka šie cilvēku veidotie konstrukti ir patstāvīgi faktori un tie veidojas balstoties uz ikdienas dzīves aktivitātēm. Sociālās zinātnes pētnieki lieto dažādas kvalitatīvās aptaujas metodes, lai pētītu šos konstruktus un spētu tos interpretēt, apkopojot aktoru viedokli vairāk konceptuālā vai abstraktā veidā”.

Intervija ir viens no kvalitatīvo datu vākšanas veidiem. Šīs kvalitatīvās aptaujas metodes mērķis ir nodrošināt pētnieku jeb intervētāju ar iespējami apjomīgāku nepieciešamās informācijas apjomu, kurš tiek iegūts no intervijas dalībniekiem. Sociālās zinātnes pētnieks A.Kroplijs (*A.Cropley*), atsaucoties uz kolēģa Brigsa (*Briggs*) 1986.gadā veiktajiem pētījumiem datu vākšanas metodēs, norāda, ka „intervijas sociālo zinātņu pētījumos tiek izmantota gandrīz 90 procentos gadījumu”. „Termins intervija tulkojumā no franču valodas (*entrevue*) nozīmē redzēt vai satikt”, tas apliecina, ka ir vēlams intervētāja un intervējamā tiešas komunikācijas process. Savukārt, ja vēlamies noskaidrot fonētisko izcelsmi, „vārds “*intervija*” cēlies no diviem latīņu vārdiem, proti, “*inter*” nozīmē kopā, savstarpēji, abpusēji un “*view*” nozīmē skatīt, redzēt. Abi intervijas dalībnieki sniedz un iegūst informāciju”. Intervija var būt gan neoficiāla patērzēšana, gan lietišķa saruna, piedaloties vairākiem intervētājiem. Parasti šo metodi izmanto abu iesaistīti pušu klātienē, bet atsevišķos gadījumos tā var noritēt telefoniski vai izmantojot citus elektroniskos sakaru līdzekļus.

Salīdzinājumā ar citām kvalitatīvajām metodēm- „intervijas priekšrocība ir tās fleksibilitāte, kura ļauj dziļāk izprast intervējamo uztveres perspektīvu”.

2.2.2. Interviju veidi

Sociālajās zinātnēs izmanto vairākus savstarpēji atšķirīgus intervēšanas veidus. Šīs metodes teorētiķis Dž.M.Džonsons (*J.M.Johnson*) atzīmē, ka neviens no tiem nav labāks par citu, bet gan „katrs intervijas veids pārstāv noteiktu stilu, metodes, priekšrocības un ierobežojumus. Jebkura veida intervijas izmantošana sarunā ar komunikācijas partneri ļauj veidot zināšanu bāzi, kultūras pieredzi par sabiedrību kopumā, par vietām, manierēm un kontekstu”.

Biežāk izmanto šādus interviju veidus:

- „neformālas intervijas (nav fokusēta mērķa, nav īpaši organizētas),

- nestrukturētas intervijas (tai ir fokusēts mērķis, tomēr pētnieks nevar tieši ietekmēt intervējamās personas atbildes, izmanto kāda jautājuma vispārīgai noskaidrošanai),
- daļēji strukturētas intervijas (ir iepriekš sagatavoti jautājumi, tomēr būtiski ir ļaut intervijai ritēt dabīgi),
- strukturētas intervijas (intervētājs vadās pēc iepriekš izstrādātas shēmas, piemēram, anketēšana-izmanto iepriekš sagatavotus speciālus jautājumus, cerot saņemt konkrētas atbildes)”.

Pēc iesaistīto personu skaita var izdalīt dziļo jeb lauka interviju, kurā intervētājs parasti izjautā vienu respondentu, strukturētu vai daļēji strukturētu interviju, kurā arī vienlaicīgi parasti iztaujā vienu respondentu un fokusa grupas interviju, kurā vienlaicīgi piedalās vairāki respondenti. Katrai no šīm metodēm ir savas priekšrocības, kuras ļauj izdarīt izvēli intervētājam, lai izvēlētos katrā konkrētajā gadījumā efektīvāko metodi.

Šī bakalaura darba pētījuma veikšanai kā piemērotāka metode izvēlēta daļēji strukturēta intervija.

2.2.3.Daļēji strukturēta intervija

Daļēji strukturēta intervija ir pārliecinoša sociālās un interpersonālās interakcijas forma. Teorētiski atzīmē, ka „šīs metodes izmantotāji pārbauda savas izvirzītās teorijas, kuras veidojušās uz dabisku novērojumu pamata, kā arī, lai gūtu objektīvu kopainu par sabiedrības un kultūras artefaktiem. Lai tā būtu efektīvāka, šo metodi attīsta un veido kā personīgu un savā ziņā intīmu pieeju katram respondentam. Šajā gadījumā daļēji strukturētā intervija līdzinās sarunai starp ļoti tuviem draugiem”. Bet intervija visos gadījumos būs vairāk kā parasta saruna, jo šīs metodes pielietojums ir saistīts ar noteiktu mērķi un parasti ir ar noteiktu struktūras veidu. Intervijas atšķirību no sarunas uzskatāmi var redzēt šī bakalaura darba 1.pielikumā pievienotajā tabulā.

Intervijas rokasgrāmatā tās veidotāji uzsvēruši daļēji strukturētās intervijas mērķus un nolūkus, cenšoties to sekojoši paskaidrot

- „padziļināta izpratne tiek saistīta ar reālās dzīves indivīdiem, kuri ir iesaistīti dažādās ikdienas aktivitātes, dažādos notikumos un dažādās vietās;
- padziļināta izpratne saistās ar atšķirīgu kultūras formu, aktivitāšu, notikumu un artefaktu izprašanu un skaidrojuma meklēšanu;

- padziļināta izpratne var atklāt, cik lielā mērā mūsu pieņēmumi, paradumi un veidi sarunas gaitā veido mūsu intereses un kā mēs tās saprotam;
- padziļināta izpratne atļauj mums izprast un skaidri formulēt dažādus uzskatus, perspektīvas un dažādu darbību nozīmi, kas attiecas uz notikumiem, vietām un kultūras objektiem”.

Intervijas metodes pētnieks R.D.Wimmers (*R.D.Wimmer*) norāda vairākas daļēji strukturētās intervijas iezīmes. „Tās pielietojums nodrošina ar detalizētu informācijas iegūvi nepieciešamības gadījumos, kad respondents sniedzis specifiskas atbildes. Šī metode ļauj iegūt komplicētus datus par respondenta viedokli, domām, vērtību sistēmu, motivāciju, atmiņu, kā arī sociālo un emocionālo pieredzi. Metode ļauj ilgstoši novērot respondenta neverbālo komunikāciju intervēšanas procesā. Izmantojot šo metodi, intervētājs variē ar jautājumiem, atkarībā no iepriekš saņemtajām atbildēm, kuras katrā individuālajā gadījumā var būt specifiskas. Rezultātus šajā gadījumā var ietekmēt arī vides un psiholoģiskā atmosfēra starp abām iesaistītajām pusēm”. Intervēšanas procesā parasti cenšas iegūt detalizētāku informāciju un zināšanās nekā tas iespējams, izmantojot kādu citu informācijas vākšanas metodi.

Daļēji strukturētas intervijas priekšrocības salīdzinājumā ar cita veida intervijām ir iepriekš sagatavotu jautājumu izmantošana, tās procesa elastība, kurā pieļaujama papildus jautājumu uzdošana nepieciešamības gadījumā. Tomēr intervētājam vajadzētu ievērot iepriekš izstrādāto tēmu loģisku secību. Daļēji strukturētas intervijas mērķi ir attīstīt idejas, noskaidrot viedokļus, lai pēc tam, apkopojot iegūtās atbildes, varētu veikt secinājumus. Lai panāktu šos mērķus, jāizvairās no intervējamās personas vadīšanas, jācenšas sarunu veidot dabīgi, brīvi un nepiespiesti, lai cilvēki nebaidītos būt atklāti domās un spontāni reakcijā. Svarīgi ir fiksēt ne tikai vārdiskās atbildes, papildus informāciju var iegūt izprotot un izmantojot neverbālo komunikāciju, tā ļauj nojaust noklusēto un nepateikto.

2.2.4. Daļēji strukturētas intervijas norises gaita

Runājot par daļēji strukturētas intervijas praktisku norisi, tai parasti ir „iepriekš sagatavoti pamatjautājumi, kuru uzdošanas kārtībai vajadzētu būt secīgai pēc tēmu bloka loģiskas attīstības. Intervēšanas gaitā var rasties un tikt uzdoti papildus jautājumi, uz kuriem neapzināti uzvedina respondents. Lai arī intervija var izskatīties kā saruna, tomēr tajā dominē uzdotie jautājumi un intervētājs ar interesi seko līdz atbildēm”. Galvenais ir paturēt prātā, ka

nepieciešams savākt pēc iespējas daudzpusīgākus uzskatus un idejas par pētījuma tēmu. Ja tiek ievēroti un veiksmīgi realizēti daļēji strukturētas intervijai nepieciešamie priekšnoteikumi, tā pamazām virzās no vienas tēmas uz otru. Procesa galvenā darba kārtība netiek respondentam atklāta, lai viņš nenajaustu, kuri jautājumi un par kādām tēmām ir būtiskākie intervijas veicējam. Intervijas mērķis ir ļaut tās dalībniekiem sevi parādīt un izpaust brīvā formā, proti, atbildes var papildināt joki vai anekdotiskas piezīmes, svarīgi ir visas izpausmes atzīmēt, arī pauzes un neverbālo komunikāciju. Veicot intervijas, intervētājam jāpievērš uzmanība, vai jautājumi ir atbilstoši mainīgo lielumu noteikšanai un atklāšanai.

Daļēji strukturēta intervija tiek iesākta ar iepazīšanos, kurai seko intervētāja pateicība respondentam par piekrišanu piedalīties pētījumā. Pēc tam iesaka īsi informēt par būtiskāko intervijas vispārējā norises procesā un lūdz atļaut interviju ierakstīt diktofonā. Respondentu tēmā ievirza pamazām, sākumā uzdodot atvērtus un vispārīgus jautājumus, kuriem vēlāk seko galvenie-pētnieku interesējošie jautājumi. Prasmīgs pētnieks izmantos nedirektīvu zondēšanu, tēmas padziļināšanai pielietos pauzes vai parafrāzes. Nobeigumā vēlreiz pateicas intervējamajam un formāli atslēdz ierakstīšanas ierīci.

Atbilžu interpretācijā kā nozīmīgi faktori var palīdzēt sociālais konteksts un personas psiholoģiskais portrets.

2.2.5. Interviju ietekmējošie interpersonālie faktori

Lai iegūtu vairāk informācijas jāpievērš uzmanību intervējamās personas uzvedībai, jo tā sniedz papildus informāciju. Iespējams fakts, ka mutiski teiktā informācija tiek noliegta ar ķermeņa neverbālajiem kodiem. Bieži vien intervējamā persona neapzinās, ka viņa jūtas izpaužas dažādās ķermeņa kustībās. Bezvārdu signālu izpratne palīdz būt sekmīgam intervētājam. To izpratne palīdz atrast piemērotus vārdus, kas noderēs, lai labāk izprastu intervējamo. Tomēr ir jāizvairās no priekšlaicīgas bezvārdu signālu pārtulkošanas vārdos. Arī pašam intervētājam ir jāapzinās kādus signālus viņš sūta, ja intervētājs vēlas iegūt intervējamā uzticību un atklātību. Balss, sejas izteiksme, ķermeņa poza ir svarīgi faktori, par kuriem jāpadomā. Par veiksmīgu komunikāciju liecina „emocijas, kuras harmonizē ar vārdisko informāciju, ir kooperatīvas ar to. Šajā gadījumā uzmanība jāpievērš acu kontaktam, sejas izteiksmei un ķermeņa pozai”. Ar intervējamo ir jārunā skaidri, laipnā tonī, ne pārāk steidzīgi parasti profesionālie darbinieki runā pārāk ātri, jo tēmas, par kurām runāt, viņiem ir labi zināmas. Intervētājam jāatceras, ka labāk ir balss tembru palēnināt. Vajag dot laiku

intervējamam uztvert, ko viņam saka vai jautā. Viņam vajag laiku, lai padomātu un aptvertu, par ko ir runa. Sejas izteiksmei jābūt piemērotai tām problēmām, kas tiek paustas. Runājot par kādu nelaimi, protams, intervētājs nedrīkst smaidīt, bet intervējamam stāstot kādu priecīgu atgadījumu, sejas izteiksme būs samērā priecīga. Ja nejauši kāds jautājums izraisījis sāpīgas atmiņas vai dziļus pārdzīvojumus, intervētājam jāizrāda sapratne, nepieciešamības gadījumā uz brīdi pārtraucot interviju vai mainot tematu, kad stress pārgājis, var turpināt izjautāšanu. Tomēr nekādā gadījumā ar bezvārdu signāliem nevajadzētu paust savu nostāju kādā jautājumā, tas var ietekmēt intervējamo un viņš atteiksies sniegt informāciju.

Būtiska ir arī paša intervētāja sagatavotība un spējas izprast izjautājamo personu. Akadēmiskajā literatūrā var atrast ieteikumu, ka „labs intervētājs atrod interesantu un draudzīgu veidu, kā uzsākt intervijas procesu, un kas var tālākajā tās gaitā veicināt respondenta uzticību un atklātību, kā rezultātā viņš var izveidot abpusēji veiksmīgu komunikācijas procesu”.

2.2.6. Respondentu atlase

Pētījuma gaitā kā metodi izmantojot daļēji strukturēto interviju, nepieciešams veidot atbilstošu izlasi, kurā būtu pārstāvēti pēc izvirzītajiem kritērijiem atbilstoši respondenti. Tādi piemēram var būt, kāda produkta vai pakalpojuma lietotāji vai kādas sfēras eksperti. Daļa teorētiķu iesaka izlasē iekļaut tā saucamos atslēgas informātorus, kuri spētu pētījuma realizētājam sniegt būtiski papildus informāciju par situāciju pētāmajā laukā vai vidē, kurā jāmeklē intervējamie. Jo daudzveidīgāka iespējamā papildus informācija, jo vieglāk un precīzāk atlasīt intervijām nepieciešamos respondentus.

Teorijā nav striktu noteikumu, cik respondentiem jāpiedalās daļēji strukturētajās intervijās, to ietekmē pētījuma apjoms. Sociālie zinātnieki norāda, ka „plašākos pētījumos interviju skaits var būt apmēram 40 interviju vai vairāk, bet viena intervētāja salīdzinoši mazāka pētījuma ietvaros pietiek ar nelielu skaitu respondentu. Intervijas var vadīt gan pats pētnieks, gan arī viņa izraudzīti kompetenti palīgi, ja tas ir nepieciešams, kā, piemēram, gadījumos, kad nepieciešams veikt kvantitatīvi vairāk interviju. Ja piedalās divi vai vairāki intervētāji, viņiem regulāri jāsazinās savstarpēji un jāinformē par procesa gaitu un rezultātiem”. Procesā gaitā var izmantot ne tikai individuālas intervijas, bet nepieciešamības gadījumā kombinēt ar grupu intervijām. Būtiski ir piefiksēt jebkuras jaunas idejas. Daži no rādītājiem, ka veikts pietiekams skaits interviju ir izteiksmes veidu atkārtošanās vai jaunas informācijas negūšana.

„ Daži respondenti izrādās labāki kā citi, jo ne visi aptaujātie sniedz līdzvērtīgu informāciju. Ne visi respondenti ir pietiekami motivēti un ieinteresēti sadarboties ar pētījuma veicēju, atklājot informāciju par savām ikdienas aktivitātēm. Labākie respondenti ir tie, ar kuriem var izveidot veiksmīgu komunikācijas procesu, jo viņi ir neseni līdzgaitnieki, ir ieinteresēti asistēt intervētājam, kā arī viņiem ir pietiekoši daudz laika un nepieciešamie informācijas resursi”.

Veicot respondentu atlasē organizēšanu, nepieciešams šos cilvēkus informēt par projekta izstrādes mērķi, par laika ilgumu, kurš aptuveni nepieciešams intervijas veikšanai, kā arī par ētikas standartu kā konfidencialitātes un brīvprātīguma ievērošanu. Intervētājam jau pašā sākumā jābūt skaidram pēc kādiem kritērijiem viņš izraudzīsies izlasei nepieciešamos respondentus, kuri intervējamo tipi būs atbilstošākie viņa projektam. Lai respondenta atbildes būtu pēc iespējas dabīgākas un spontānākas, sākotnēji viņu par intervijas galveno tēmu informē vispārīgi, jo pretējā gadījumā atbildes varētu būt iepriekš pārdomātas un sagatavotas. Pēc tam, kad atrasts kritērijiem atbilstošs respondents un iegūta viņa brīvprātīga piekrišana intervijai, atliek vien sarunāt konkrētu vietu un laiku.

2.2.7. Respondentu motivācija

Kroplijs uzsver labās prakses attīstīšanu un pielietošanu, veicot intervijas, kas veicinātu respondenta atklātību. Attiecībā uz labās prakses principiem pētnieku vidē dominē divi atšķirīgi viedokļi: tradicionālā un radikālā pieeja. Kroplijs savā grāmatā atsaucas uz A.Duglasu (*A.Douglas*), resumējot, ka „ intervējamā persona ir kā informācijas grozs vai kā pilno atbilžu grozs un intervētāja uzdevums ir iegūt neierobežotu pieeju tai informācijai, ko zina vai par ko domā respondents, izvēloties tādu saskarsmes veidu, kas nodrošina precīzas informācijas ieguvī. Intervētājam ir divi uzdevumi: radīt atbilstošu atmosfēru un formulēt jautājumus tā, lai respondenti sniegtu patiesas atbildes nevis savu viedokļu sagrozījumu”. Savukārt, radikālās pieejas atbalstītāji uzsver intervijas procesu kā interešu apmaiņu starp intervētāju un intervējamo. Piemēram, intervētājs, cenšoties neietekmēt respondentu, nedaudz atklāj savus uzskatus, tādejādi palīdzot respondentam iejusties un būt patiesākam savās atbildēs.

Bergers norāda šādus faktorus, kuri motivē respondentu sadarboties ar intervētāju:

- „gandarījumu nesoša interakcija –respektīvi intervētājam jāprot radīt un realizēt darbībā, ka respondenta sadarbība ar viņu būs patīkama, ka pētnieks ir saprotošs un prot atraisīt respondentu,

- interese un pētījuma vērtība- respondentu jāieinteresē pētījumā, vienlaicīgi uzsverot respondenta nozīmību un ieguldījumu šajā sadarbības procesā,
- jāpārvar aizspriedumi pret intervēšanu- jāizskaidro respondentam izpētes mērķis, precizējot potenciālos pārpratumus un nepieciešamības gadījumā garantējot konfidencialitāti”.

2.2.8. Intervijas vieta

Veiksmīgas intervijas pamats ir nekritiskas atmosfēras radīšana. Nav striktu teorijas priekšnosacījumu, kura vieta būtu atbilstošākā intervijai. Tā var noritēt gan darba vietā, gan mājās vai kādā publiskā vietā, galvenais, lai intervējamais justos ērti un komfortabli, kā arī netraucētu apkārtējās vides trokšņi. Sākot interviju, daļa cilvēku var būt satraukti vai nervozi. Ikviens grib atstāt labāku iespaidu par sevi vai iespējams manipulēt ar informāciju, parādot to sev vēlamā versijā. Parasti ar kādu svešu cilvēku ir grūti justies ērti un būt atklātam. Lai varētu iegūt informāciju no otra cilvēka, šī svešuma sajūta ir jācenšas novērst. Bieži vien intervētājs no intervējamā būtiski atšķiras, vecuma, izglītības vai ienākumu ziņā, bet tam nevajadzētu kļūt par iemeslu attieksmes veidošanai. Sekmīgs intervētājs vispirms sevī attīstīs pārliecību un uzskatus, kuri ļaus tuvoties intervējamajai personai. Lai novērstu intervējamās personas stresu, ieteicams intervijas sākumā nevis uzdot tiešus jautājumus, bet gan palūgt apstiprināt kādu labi zināmu informāciju. Sarunas panākumus var nodrošināt kāds kompliments saistībā ar intervējamo. Intervijas laikā nedrīkst zaudēt interesi.

2.2.9. Ieteicamie jautājumu veidi

Intervijas sākumā iesaka uzdot atvēršanas jautājumus, lai arī tie dod mazāk nozīmīgu informāciju, tie ļauj intervējamajiem iejusties un būt par sevi pārliecinātam. Pēc tam seko pārejas jautājumi, kuri ievirza dziļāk tēmā, lai pēc tam varētu pāriet pie atslēgas jautājumiem.

Ir daudz un dažāda veida jautājumi, kurus intervētājs var variēt atbilstoši savam pētāmajam laukam. „, teorētiski akcentē pieredzi, emocijas un zināšanas, iedalot attiecīgi plašāk izmantotos jautājumus pieredzes, izjūtu un zināšanas jautājumu blokos.”

Vislabākie jautājumi ir vienkāršākie, īsākie, lai atbildētājam būtu vieglāk. Reportierim nevajadzētu lietot pārgudrus, zinātniskiem terminiem piebārstītiem jautājumiem. Iesākuma jautājumi jāveido tā, lai tie nesaturētu iespējamus atbilžu variantus, mājieni, norādes vai

atbilžu varianti var būt iekļauti intervijas vidusdaļā vai nobeigumā. Intervijas būtība ir iegūt un sniegt izsmeļošas un saprotamas atbildes. Daļēji strukturētajās intervijās salīdzinoši daudz biežāk izmanto atvērto jautājumus un zondes, kuri palīdz gan intervētājam, gan intervējamajam kopīgi kontrolēt intervijas gaitu.

„Ieteicams izvairīties no jautājumiem, kuri iesākas ar „Kāpēc?”, lai respondents neizjustu stresu līdzīgi kā nopratināšanā. Jāatzīmē, ka šāda veida jautājumiem nepieciešama racionāla atbilde, kuru ne vienmēr spēs dot izjautājamais. Savukārt, jautājumi, kuri iesākas ar vārdiem „Kas?”, „Kad?”, „Kur?” un „Kā ?” rosina atbildētāju uz sava viedokļa izklāstu”.

Būtībā intervijas galvenais mērķis ir „ nevis kvantitatīvi savākt respondentu domas, viedokļus un uzskatus, bet gan izpētīt dažāda loka viedokļus un spētu veikt atšķirīgu rezultātu interpretāciju”

2.2.10. Datu apstrāde un pielietojums

Daļēji strukturētajās intervijās iegūto informāciju: gan domas, gan viedokļus un ieteikumus, kā arī secinājumus intervētājs atzīmē bez konsultēšanas ar personām no malas, lai nekādi blakus faktori būtiski neietekmētu viņa attieksmi vēlākajā interpretācijas procesā. Kad intervijas veiktas, seko to atšifrēšana jeb transkripcija. Intervijās iegūto informāciju nepieciešams klasificēt un sadalīt kategorijās, lai vieglāk atdalītu pētniekam tieši nepieciešamo informāciju.

Pēc tam jāmēģina intervijas materiālā saskatīt faktorus, kuri ļautu izprast respondenta pasaules izpratni, jākodē šis materiāls. Visu interviju apkopojumā izkristalizējas galvenās tēmas, kuras arī jāpārveido kategorijās. Ja kategoriju skaits pārāk liels, tās apkopo, padarot aprakstošākas.

3. Pētnieciskā daļa

3.1. J. Streiča mākslas filmas

Bakalaura darba pētnieciskās daļas sākumā tā autore konkretizē, kuras režisora un scenārista J. Streiča filmas tiks aplūkotas un analizētas šajā darba daļā, kā arī pievieno nelielu katras filmas sižeta atstāstu, lai lasītājam atsauktu atmiņā konkrēto kino darbu. Tiek pievienotas arī izvirzītās hipotēzes, kāpēc šīs filmas izvēlētas kā popularitātes fenomena atklājējas.

No plašā režisora kino darbu krājuma, kura sarakstā ir vairāk kā divdesmit mākslas filmu, tuvākai analīzei izvēlētas trīs. Kritēriji šajā izvēles procesā bija saistīti ar nelielu līdzilvēku aptauju, kuras filmas viņiem palikušas spilgtā atmiņā, pašas personīgajiem iespaidiem par J. Streiča filmām, kā arī ar kino ekspertu, kritiķu, mākslas un literatūras

personību atsauksmēm par režisora darbiem presē. Šīs trīs, pēc bakalaura darba autores domām, pazīstamākās un populārākās filmas ir – „Limuzīns Jāņu nakts krāsā”, „Cilvēka bērns” un „Rūdolfas mantojums”.

Filma „**Limuzīns Jāņu nakts krāsā**” uzņemta 1981.gadā. Filma iesākas ar to, ka veca lauku sieviņa Saknīšu Mirta loterijā nejauši laimējusi žiguli. Atceroties laiku, kurā risinās filmas darbība, jāatzīmē, ka automašīna žigulis tika uzskatīta pieprasītu preci, pēc kuras pieprasījums bija lielāks nekā reālais piedāvājums. Mirtas tantei jau ir pāri astoņdesmit. Vīrs aizgājis aizsaulē, dēlus paņēmis karš. Vienīgais atbalsts līdz šim bijuši kaimiņi – kolhoza traktorista J.Giluča kuplā ģimene - vienmēr ir līdzās: ar labu vārdu un atbalstu. Uzzinājuši par Mirtas tantes lielo laimestu, sarodas radi, pusradi un radu radi – visi priecīgi satikt tanti, visi iztapīgi gatavi palīdzēt, lai gan līdz tam par vientuļo radnieci nemaz nebija interesējušies. Brāļa dēls Ēriks ar sievu Dagniju un dēlu Uģi, arī bijusī vedekla Olita ar vīru Viktoru un meitu Lāsmu labprāt tiktu pie jaunās mašīnas. Tas ir ironisks stāsts par alkatību, divkosību, par naivu viltību, par tādu kā iemīlēšanos un visādiem ķīviņiem. Mirtas tante tikai raksta un pārraksta testamentus – kurš nu katrā brīdī liekas visvairāk pelnījis lielo mantojumu.

Filmas spraigo darbību bagātina zināmu un iemīļotu aktieru ansamblis: L.Bērziņa, Ē.Valters, U.Dumpis, O.Dreģe, B.Indriksone, D.Zande un G.Āboliņš.

„Filmas ideju J.Streičs guvis nejauši izlasot toreiz jaunās rakstnieces un žurnālistes M.Svīres tāda paša nosaukuma stāstu žurnālā Karogs. Režisoram savā laikā bijis ļoti grūti pierādīt, ka šis materiāls var pārtapt filmā, ka iecerētais projekts ir kaut kas vairāk par bezcerību un izlikšanos cilvēciskajās attiecībās.

Otra izvēlētā filma ir „**Cilvēka bērns**” ieguvusi ne tikai Latvijas kino ekspertu novērtējumu Lielajā Kristapā un skatītāju mīlestību, bet arī ASV Kinoakadēmijas sertifikātu, tā ceļu pie saviem skatītājiem uzsākusi 1991.gadā. Filmas darbība norisinās 20.gs 30.gadi Latgalē. Galvenais varonis ir mazais Bonifācijs Pāvulāns jeb mājinieki mīļi dēvēts par Boņuku. Mazā puikas dzīve Latvijas lauku sētā attēlota, raugoties caur gadalaiku prizmu. Boņuka tēls piesaista ne tikai ar viņa aktīvu līdzdalību it visā, kas notiek apkārtnē, bet arī ar visiem puiku priekiem un nedienām. Filmas gaitā varam redzēt zēna tēla izaugsmes ērkšķaino gaitu.

Boņukam ļoti patīk skaistā kaimiņmāju meita Bigija, filmā itin bieži puika stāsta, ka viņu precēs, kad paaugsies. Lielā meita ir draudzīga pret viņu un tikai pasmejas par tādiem viņa solījumiem, jo viņai jau ir līgavainis-saimniekdēls Aleksis. Filmā interesanti atainoti arī Boņuka emocionālie pārdzīvojumi, kā, piemēram, greizsirdība pret Bigijas līgavaini. Pēc

kāzām Bigija dodas līdz savam vīram, bet Boņuks dodas pie Pestītāja tēla, lai aizlūgtu par Dievmātes palīdzību Bigijai svešajā malā.

Filma bagātīgi atspoguļo latgales lauku sadzīvi un kultūras tradīcijas, raugoties maza zēna acīm. Režisors nav baidījies izmantot latgaliešu dialektu, kas ekrānā attēlotos notikumus vēl vairāk tuvina realitātei un neapšaubāmi atstāj paliekošu iespaidu uz auditoriju, it sevišķi uz to daļu, kura dzīvo vai kurai pašai ir cieša saistība ar Latgali.

Galvenajās lomās: Bonifācijs- A.Rudzinskis, tēva lomā J.Pokštello, māte-A.Līvmane, vectēvs- B.Ružs, krusttēvs- B.Pizičs, Bigija- S.Dundure un prāvesta lomā pats režisors.

Kā trešā izvēlēta filma „**Rūdolfā mantojums**”, kuras pirmizrāde bija 2010.gada februārī. Filmas darbība norisinās 20.gs sākuma Latvijas laukos. Filmā veiksmīgi atainota gan ideoloģiskā līnija, gan mazliet netradicionāls mīlas trijstūris.

Pēc divdesmit piecu gadu ilgas karaklausības mākās atgriežas cara armijas zaldāts Rūdolfis Rūdups, lai atsāktu saimniekot tēva mājās. Rocība viņam atļauj mest izaicinājumu vietējam baronam, nereti veidojas tādas kā puiciskas sacensības, kuram lepnāka kariete vai vairāk zirgu tai priekšā aizjūgts.

Skatītāju ieintrigē arī jūtu attiecības starp Rūdupu, viņa krustdēlu Kārli un kalponīti Emīliju. Abu vīriešu sacensība par jauno sievieti un laimi izmaina viņu visu dzīves. Liktenim šoreiz labpatīkas spēlētis un laimīgi lozi izvelk Rūdups.

Filmā atainota latviešu sēta latviskā vidē, lauku darbi un senās tradīcijas. Spēlfilma veidota pēc latviešu literatūras klasiķa R.Blaumaņa darbu motīviem.

"Rūdolfā mantojums" ir pirmā digitālā latviešu filma.

Galvenajās lomās : R.Kalniņa, R.Ancāns, A.Skrastiņš, V.Vecumniece, V.Straume, D.Gaidelis, J.Paukštello, U.Dumpis, J.Rafalsons un J.Elsts.

3.2. Izvēlēto J.Streiča mākslas filmu klasifikācija

Visas kino filmas tradicionāli tiek iedalītas četrās lielās grupās jeb veidos: mākslas, dokumentālais, zinātniskais un multiplikācijas kino. Visas analīzei izvēlētās filmas ir mākslas filmas (aktierfilmas, spēlfilmas), kuru pamatā ir spēles sižeti, ko veidojis dramaturgs un režisora vadībā tēlojuši aktieri.

Dažādi autori dažādi veic kino klasifikāciju, bet parasti kino jomas produkti tiek iedalīti galvenokārt četrās lielās grupās. Kā atsevišķi kino veidi tiek uzskatīti : mākslas, dokumentālais, populārzinātniskais un multiplikācijas kino. Katrs veids raksturojams ar

savām attīstības tendencēm, tehniskajiem un radošajiem izteiksmes līdzekļiem. Praksē var novērot, ka katrs no šiem kino veidiem vairāk vai mazāk ietekmē viens otru savā attīstībā.

Savukārt katrs no šiem kino veidiem tiek iekļauts smalkākā kategorijā-žanru sistēmā. Žanru var definēt kā „kompozicionālās struktūras vienotību, kas atkārtojas daudzos darbos visā literatūras vēsturē un ko noteikusi tajos atspoguļoto īstenības parādību savdabība un mākslinieka attieksme pret šīm parādībām. Žanrs kino ir savdabīgs kods, veids, kādā mākslinieks runā ar skatītāju. Lai šī saruna būtu rezultatīva, skatītājam jāsaprot kinorežisora valoda, viņa mākslas tēlu sistēma”. Ideja kā tāda kinematogrāfijā aizgūta no literatūras. Pamatā pastāv šādi žanru apzīmējumi: episkais, liriskais, liroepiskais un dramatiskais žanrs. Dažreiz grūti pie kura konkrēta žanra pieder aplūkojamā filma, jo iespējama situācija, kad filmu raksturo divu vai vairāku žanru iezīmes. Katrs no šiem žanriem ar saviem izteiksmes līdzekļiem sintezē dzīves patiesības kā mākslas patiesības.

Skatītāju vērtējumā populārāki ir piedzīvojumu un komēdiju žanri, jo tajos iekļautas filmas nepieprasa psiholoģisku vai estētisku analīzi, iedziļināšanos, tie ļauj vidējam skatītājam relaksēties un filmu uztvert kā vieglu izklaides produktu. Tas gan nenozīmē, ka kāds no šiem žanriem būtu labāks vai sliktāks par citiem, katram žanram mēdz būt sava auditorija. Režisoram, strādājot pie kārtējā produkta, jāreķinās ar potenciālo mērķauditoriju.

Atgriežoties pie bakalaura darba ietvaros aplūkojamajām filmām, definēšu pie kura no šiem žanriem pieder izvēlētais trīs J.Streiča spēlfilmas.

Filmu „Limuzīns Jāņu nakts krāsā ” var pieskaitīt dramatiskajam žanram, jo , ieskatoties dziļāk, šī kino darba zemteksti iekļāvuši jautājumu par dzīves jēgu, par sabiedrības un katra indivīda atsevišķo vērtību sistēmu. Dramatiskā žanra raksturīgākā iezīme ir „ dinamiska dramatiskā konflikta attīstība sižetā un raita darbība”.Mūsdienu dramatiskais žanrs nosacīti detalizēti tiek iedalīts psiholoģiskajā, komēdijas un piedzīvojumu žanrā. Uz minēto Streiča filmu var attiecināt komēdijai raksturīgās iezīmes, jo arī tajā bagātīgi un profesionāli iekļautas „ komisma kategorijas, īpašs satīrisks vai humoristisks skatījums uz raksturiem un parādībām ”. Tā ir liriska komēdija, bet ne tukša. Filmā aiz anekdotiskā gadījuma ar laimīgi lozi, paslēpta cilvēka dzīve-liktenis, kurš nav žēlojis grūtību, vecumdienu vientulību, cilvēka dzīves jēga un morālā skaidrība, pārdomas par vērtību orientāciju. Vidējais skatītājs nemeklē zemtekstu, viņš bauda iemīļotu aktieru ansambļa spēli un gūst izklaidi un relaksāciju, skatoties šo filmu daudzkārt un pat zinot atsevišķus filmas tekstus no galvas. Šajā komēdijā ar humoru tiek uztverta arī viegli ironiska pieeja ne pārāk glaimojošām vieglas mantas tīkotāju tēlu rakstura iezīmēm.

Filmu „Cilvēka bērns” ir salīdzinoši grūti raksturot kā konkrēta žanra darbu. Tomēr pēc darba autores domām, tā vairāk atbilst liroepiskas žanram, kam „raksturīga īpaša stāstījuma emocionalitāte, autora liriskās izpausmes aktivitāte vai nu dažādās atklātās formās vai pašā filmas struktūrā, tās ekspresijā, valodas metamorfiskumā, tēlaino izteiksmes līdzekļu intensitātē”. Filma piesaista plašu auditoriju. Katra vecumposma pārstāvji atšķirīgi skatās un interpretē tajā iekļautos notikums, sociālo vidi un kultūras artefaktus. Filma piesaista ar izvēlēta stāstījuma formu, kurā viss notiekošais pasniegts no galvenā varoņa jeb mazā zēna subjektīvā skatu punkta, ļaujot arī pieaugušajiem skatītājiem gremdēties bērnības atmiņās un uz pasaulē notiekošo paraudzīties nevainīga bērna acīm. Šī filmas varētu iederēties arī tādā liroepiskas apakš žanrā kā kino poēma.

Filmu „Rūdolfā mantojums” var pieskaitīt pie episkā žanra, kurš „ļauj attēlot kino lielākas un monumentālākas episkās literatūras formas. Šis žanrs raksturīgs ar vēstījuma formā iekļautu daudzšķautņainu nozīmīgu vēsturisku notikumu attēlojumu, kas apvienots ar stāstu par cilvēku likteņiem, ar varoņu iekšējās pasaules atklāšanu”. Lai arī šajā filmā nav tieša konkrēta vēsturiska notikuma izklāsta, tas ir stāsts par latviešu vēsturi, par tās posmu, kurā sāka mosties tautas nacionālā pašapziņa, apjausma, ka latviešu zemnieks var, grib un spēj būt saimnieks savā sētā un kādreiz nākotnē savā zemē. Sižetā papildus iekļauta galveno varoņu raksturu un pasaules uzskatu atklāšana. Filmas montāžā iekļauties stopkadri, kurus pavada naratora komentāri, liek skatītājam pievērst uzmanību tam, ko gribējis īpaši akcentēt filmas režisors. Attēloto cilvēku likteņi ietver kopīgu stāstu par tēlu attiecībām, kuru saskarē, konfliktos un risinājumos, veidojas filmas lielais kopējais stāsts. Šī filma atbilst epikas apakš žanram- kino stāsts, jo tā pamatā ir J.Streiča savdabīga R.Blaumaņa literāro darbu interpretācija. Filmā nenoliedzami var atrast arī traģikomēdijas iezīmes, jo stāsts tiek pasniegts viegli uztveramā formā, tā valoda ir izteiksmīga, humora dzirkstīm piebārstīta. Traģēdija, jo galvenais varonis aiziet aizsaulē, tomēr šī nāve nav smaga un nomācoša, tā tiek pasniegta kā likumsakarīgs cilvēka dzīves nobeigums, ja vēl atceramies, ka Rūdolfā bērēs netiek dziedātas skumjas bērnu dziesmas, bet viņš vēlējies, lai bērnieki būtu priecīgi, jo atstāts mantinieks un dzīve turpinās. Režisors iecerējis uzņemt turpinājumu šai filmai.

3.3. J.Streiča mākslas filmu naratīva analīze

Kā jau bakalaura darba metodoloģiskajā daļā bija minēts, naratīva analīzē ir galvenais ir notikuma izklāsts stāsta veidā, kurš saistās ar noteiktu laika intervālu, kurā kā atskaites punkti ir cēloņi, kuri bijuši par iemeslu notikumam un izrietošās sekas.

Ideju kā tādu, lai izveidotu scenāriju filmai Streičs visos trīs gadījumos guvis, balstoties uz literāra darba motīviem. „Limuzīns Jāņu nakts krāsā” balstās uz M.Svīres tāda pat nosaukuma stāsta motīviem, viņai arī Streičs uzticējis būt par filmas scenāristi. Filma „Cilvēka bērns” tapusi sadarbībā ar trimdas rakstnieku J.Klīdzēju, kura darbi papildinājuši paša režisora spilgtās bērnības atmiņas, kā rezultātā tapis kinodarbs. Streičs atzinis, ka šī „filma esot it kā goda vārti rakstnieka J.Klīdzēja atgriešanās ceļam dzimtenē, uz nopostītajām tēva mājām”. Savukārt, „Rūdolfā mantojuma” idejiskā bāze ir latviešu klasiķa Rūdolfā Blaumaņa daiļrades savdabīga interpretācija. Medijos sarunās par un ap šo filmu nereti var atrast versiju, ka šis stāsts ir it kā radoša interpretācija notikumiem, kuri varētu būt risinājušies pirms slavenās lugas un izrādes „Skroderdienas Silmačos”.

Vērtējot pie kura naratīva veida pieder aplūkojamās filmas, abas pirmās hronoloģiskā ziņā pieder pie reālistiskā naratīva stila, jo tajās ietvertie stāsti tikpat labi varētu būt reālās dzīves atspoguļojums. „Rūdolfā mantojums” vairāk sasaucas ar klasisko naratīva stilu, jo tā struktūra zinošam pētniekam un patērētājam ļauj nojaust sižeta līnijas risinājumu.

3.3.1. Analīzē iekļauto mākslas filmu naratīva laiks

Filmā „Limuzīns Jāņu nakts krāsā” darbība it kā noris pa apli. Attēlotā darbība norisinās kā vienas vasaras stāsts, sākot no jūnija sākuma līdz pat rudens salnām. Filmas darbība attīstās pastāvīgā kāpinājumā, jo lielāks mantas tīkotāju bars, jo vairāk saasinās viņu attiecības, cīņa kļūst atklātāka un lietā tiek likti arvien rupjāki cīņas līdzekļi. Filmas finālā sižets, aprakstījis aplveida notikumu attīstību, atgriežas izejas pozīcijā. Vecais kaimiņš, kurš visu dzīvi tiecies pēc Mirtas sirds, saņem vien automobili. Režisoram bijusi iespēja līdzīgi kā šajā filmā veidot jaunu apli ar citiem risinājumiem-bet tas būtu jau cits stāsts. Viss iesākas ar laimīgu lozi un stāstā attēloti notikumi, dažādiem filmas personāžiem tiecoties pēc kārotā žigulīša, bet izskaņā mašīna it kā var no jauna meklēt savu īpašnieku. Laika ziņā tas varētu būt vienas vasaras stāsts, kurā notikumi atainoti no jūnija sākuma līdz lapu nobiršanai rudens salnās.

„Cilvēka bērns” sižeta attīstība ir lineāra, var vērot galvenā varoņa Boņuka psiholoģisko izaugsmi. Stāsts it kā izvijas cauri gada laikiem un dabas ritmiem. Skatītājam

tiek atklāts Latgales dabas skaistums dažādos gadalaikos un viņš tiek iepazīstināts ar dažādiem lauku darbiem, kuri paralēli stāsta sižeta līnijai jāveic filmas varoņiem.

Arī „Rūdolfā mantojumam” ir lineāra attīstība laikā. Darbība risinās aptuveni piecu līdz sešu gadu ietvaros. Atainoti notikumi Rūdolfā dzīvē, kuri iespējams ir laimīgākie gadi viņa mūžā, kuros viņš sastapis savu mūža mīlestību, sagaidījis dēla piedzimšanu, veiksmīgi atgriezies senču mājās pēc karaklausības, lai pats būtu sev kungs savā sētā. Diemžēl filmas galvenais filmas galvenais varonis tās nobeigumā dodas mūžības ceļā.

3.3.2. Analīzē iekļauto mākslas filmu narators

„Limuzīnā Jāņu nakts krāsā” nav ne tieša, ne netieša naratora, katra filmas nākamā darbība izriet, kā tiešs iepriekšējās darbības turpinājums, respektīvi- cēloņi izraisa sekas.

„Cilvēka bērņā” arī nav tieša naratora, var diskutēt par to vai daļēji netieša naratora loma netiek uzticēta mazajam Boņukam, no kura skatījuma veidota filma.

„Rūdolfā mantojumā” skatītājs laiku pa laikam sastopas ar naratora balsi filmas aizkadrā. Montāža iekļauti stopkadri, kuri it kā apstādina filmas darbību, dzirdama naratora balss, kura gan sniedz papildus informāciju, gan akcentē attiecīgā brīža sižeta pavērsieni. Šāds filmas montāžas stils nav raksturīgs Streiča daiļradei, salīdzinot ar citām viņa spēlfilmām. Jautājums diskutējams, vai tas auditorijai ļauj vairāk izprast to, ko režisors gribējis parādīt un atklāt vai drīzāk tas traucē baudīt filmu kā tādu un veidot katram pašam savu brīvu interpretāciju.

3.3.3. Analīzē iekļauto mākslas filmu muzikālā kvalitāte

„Limuzīnā Jāņu nakts krāsā” jau no pirmajām taktīm var atpazīt populāras un tautā iemīļotas R.Paula komponēto dziesmu melodiju fragmentus, piemēram, „Dziesma nenosalst”. Skan arī P.Jurciņa dziesma vālodzīte. Filma ir ritmiska un melodiska, R.Paula dziesmas padara filmu vēl tuvāku tās auditorijai.

„Cilvēka bērņā” mūzika pārsvarā izmantota tikai kā fons. Režisors piesātinājis filmu ar savas dzimtas Latgales dziesmām un skaņām. Tur čirkst putneļi, skan baznīcas zvani, un mazais Boņuks lūdz svēto dievmāti Mariju, “lai Alekss būtu labs pret Bigiju, lai nadzer un nasit savu sīvu”.

„Rūdolfā mantojuma” tautiskās mūzikas autors ir komponists, mūziķis un dziedātājs U.Praulīņš, kurš savulaik rakstījis mūziku arī A.Graubas filmām.

3.3.4. Analīzē iekļauto mākslas filmu vizuālā kvalitāte

Īpaši jāatzīmē "Rūdolfā mantojums", kura ir pirmā digitālā latviešu filma. Respektīvi, nav lentes materiāla, bet filmēts ar augstas izšķirtspējas kamerām HD kvalitātē. Kino projektors nespēj projicēt tik skaidru attēlu, kāds tas ir oriģinālā, tāpēc filmas tehniskie izpildītāji aicina filmu rādīt ar attiecīgu HD projektoru un nodrošināt digitālo apskaņošanu visapkārt kinozālei.

3.3.5. J.Streiča mākslas filmu tēli- to raksturojums

„Varonis vidējam skatītājam nav neaizsniedzams, viņus vieno saskares punkti-sociālie, sadzīves, psiholoģiskie, tādēļ kino personu ceļš uz augšu, laimīga pārvēršanās netiek uztverts kā kaut kas ireāls. Daudzu filmu psiholoģiskajā zemtekstā ir ielikta tēze- arī ar tevi var notikt kas labs, pat neticams”.Aktieri nereti, runājot par savām lomām, saka: „ Ja tēls ir dvēselei tuvs, no tā ir grūti sevi nodalīt”.

Neverbālajai komunikācijai mākslas filmās nereti ir lielāks spēks, ka garam tekstam. Ja aktieris profesionāli strādā, tad auditorija uzticas tam, ko redz , saprotot to bez vārdiem.

„Limuzīna” varoņi ir kā no reālās dzīves ņemti, ne izdomāti-ar savām labajām un sliktajām īpašībām. Lielākajai daļai skatītāju negribētos līdzināties divkosīgajiem radiem, kuri veco tanti atceras tikai , lai piekļūtu tuvāk loterijā laimētajam auto. Tas neglaimo nevienam-teikt acīs vienu, bet aiz muguras aprunāt, nekaunoties pat no viņu klātbūtnes, izmantojot, ka veci cilvēki slikti dzird. Bet ,ja kritiski palūkojamies uz sevi un līdzcilvēkiem, gribot negribot jāatzīst, ka mantu vergi esam mēs visi un kāda no šo varoņu īpašībām mīt arī mūsos pašos.

Tūteru un Sprēsliņu ģimenes salīdzinājums gan tiešā , gan netiešā veidā ir pamatā filmas komiskajām situācijām. Aukstā Dagnija un cukursaldā Lolita, neizdarīgais Ēriks un praktiskais Viktors. Vai lietas cilvēku dara laimīgu vai mēs pieņemam, ka tās darītu mūs laimīgus ? Vai kāda konkrēta lieta mums nepieciešama vai mēs to gribam, lai līdzinātos citiem, lai piepildītu tiekšanos pēc prestiža, lai būtu kā visiem no mūsu sociālā slāņa vai nedaudz labāk, lai izceltos ? Piemēram, Dagnija-viņai vajag gan ekskursiju uz Karpatiem, gan firmas džinsus puikam .

Tajā pat laikā autors nevienu nenosoda, tikai ar humoru un vieglu ironiju atsedz varoņu vājības, ļaujot skatītājam veikt katram savu morālo vērtējumu.

Interesanti, ka „Cilvēka bērns” Streičs tēlo mācītāju. No vienas puses tā ir uzdrīkstēšanās Latvijas kinematogrāfā baznīckungu atveidot pozitīvā gaismā, ņemot vērā sabiedrībai uzspiesto attieksmi pret baznīcu padomju gados. Pēc Streiča domām, arī šai nelielajai lomai bija nozīme, lai aktieris nebūtu pārāk zināms auditorijai, lai skatītājiem nezustu uzticamības moments un pati garīdznieka atveidošana nebūtu uzspēlēta. Sākotnēji neplānoti beigās viņš pats kolēģu mudināts nodzen bārdu un iesaistās filmas notikumos.

Epizodiski režisoru pašu var manīt arī „Rūdolfā mantojumā”, viņš uzņēmis pavisam mazu epizodisku lomiņu, atveidojot mākslinieku pie molberta kādā tējas pēcpusdienā.

Šī bakalaura darba metodoloģijas nodaļas beigās tika pieminēta Propa metode naratīva analīzes laukā. Darbā aplūkotās trīs Streiča filmas nevar burtiski analizēt pēc Propa pieejas, bet, ja tās aplūko saistībā ar auditorijas sociālo pieredzi un gaidām, iespējams iegūt noderīgus secinājumus.

Turpmākajā darba daļā iekļauta līdzīga analīze ar vairākām kategorijām, attiecīgi trim izraudzītajām J.Streiča filmām. Kā Props bija minējis savā pētījumā, arī šajā gadījumā ar filmām ne visas kategorijas var attiecināt uz visām trim filmām. Trīs filmās kvantitatīvā ziņā ir salīdzinoši mazāk tēlu un to kopīgo iezīmju. Darba autore centusies atrast pamata kategorijas, kuras varētu attiecināt uz šīm trim filmām.

Daudzas latviešu mākslas filmas, turpinot tradicionālo latviešu tautas pasaku tradīciju, ietver dzīves gudros un sirds skaidros tēlus. Galvenā šo tēlu funkcija ir vai nu palīdzēt ar padomiem dažādās jomās galvenajam varonim, vai arī neuzkrītošā veidā skatītājus rosināt uz garīgo vērtību pārvērtēšanu. Filmā „Limuzīns Jāņu nakts krāsā” tā bija vecā Mirtas tante, filmā „Cilvēka bērns” Boņuka vectēvs, bet filmā „Rūdolfā mantojums” Rūdolfā māte, kuru visi mīļi sauca par lielmāti.

Streičs savās spēlfilmās parasti attēlojis kādu sev un sabiedrībai kopumā aktuālu problēmu vai varoņu iekšēja konflikta risinājumu, caur kura atklāsmi arī domājošajai sabiedrības daļai būtu jāgūst noderīgas atziņas. Kā nākošā kategorija tiek izvirzīta galveno varoņu iekšējā cīņas griba un spēja. Uzskatāmi tā atklājas „Cilvēka bērns”- tā ir Boņuka garīgā izaugsme, kura tiek attīstīta visā filmas gaitā. Tā izpaužas Boņuka sarunās un domās ar savu sirdsapziņu un Dievmāti, lai mazais zēns, pārvarot iekšējās kaislības un aizvainojumu, apzinātos, ka nozagt nazīti ir slikti un nevar ienīst savu māsu par to, ka tā aizņēmusies viņa uzticamo sunīti Žiku. Filmā „Rūdolfā mantojums” šo kategoriju iemieso pats Rūdolfis, vēloties būt saimnieks savā sētā, kungs savā zemē un nebaidoties uzņemties tēva lomu, jo šajā

filmā tā ir savā ziņā liela uzdrīkstēšanās. Vēl no šīs filmas var pieminēt arī kalponi Emīliju, kura netradicionālajā mīlas trijstūrī izšķiras par labu saimniekam, jo izlemt savu likteni nav viegls uzdevums.

Pretēji šiem stiprajiem tēliem var likt vājas gribas tēlus, kuru funkcija iespējams ir paspīlgtināt ar savu vājumu stipros tēlus. Filmā „Limuzīns Jāņu nakts krāsā” šis tēls ir Ēriks, kurš patiesībā ir zem sievas tupeles, pat flirts ar Lāsmiņu viņa dzīvē neko īpaši neizmaina. Savukārt filmā „Rūdolfas mantojums” šādi tēli varētu būt kalps Kārlis, muižas vagars, arī poļu pans-viņi šķiet īsti neprot būt noteicēji par sevi un savu dzīvi, šādi cilvēki vienmēr izpildīs uz varas kāpnēm augstākstāvošas personas pavēles, vai tas būtu saimnieks, kungs, vai finansiāli pārkāpta persona.

Pie pozitīvajām īpašībām var atzīmēt nesavtību-tā tiek parādīta caur tēliem, kuriem iegūt mantiskās lietas nav dzīves galvenais uzdevums. Šo tēlu funkcija ir neuzkrītoši likt skatītājam aizdomāties par garīgām vērtībām, par to, ko nevar nopirkt par naudu un par mantisko lietu nepastāvību. Filmā „Limuzīns Jāņu nakts krāsā” tāda ir vecās Mirtas kaimiņiene Guliča sieva Veronika, kurai galvenā vērtība ir liela un saticīga ģimene. Viņa neliedz arī savu un savas ģimenes palīdzību kaimiņienei, bet savtīga nolūka, ko iegūt par to pretī. Vēl šajā paša filmā tāds tēls ir vecais Pigalu Prīdis, kuram galu galā tiek novēlēta „pelēcīte”, bet viņš tikai nosaka: „Kam man mašīna, ja Tu jau otro reizi aizej pie sava Jāņa”. Viņa skatījumā galvenā vērtība ir mīlestība. „Cilvēka bērņā” nesavtīgs ir pats mazais zēns, kurš ar prieku iesaistās visos lauku darbos, pēc savām spējām uz saprašanas, lai palīdzētu savai ģimenei.

Pretēji iepriekš izvirzītajai kategorijai var minēt mantkārību un aprēķinu, kurš ir pamatā jebkam, ko veic tēli ar šīm iezīmēm. Filmā „Limuzīns Jāņu nakts krāsā” tādi ir gandrīz visi sabraukušie radi un radu radi, kuri tīko pēc jaunas mašīnas, kā pēc sava sociālā stāvokļa apliecinājuma. Īpaši var izcelt Dagniju un Olitu, kuras savā starpā sacenšas, kurai tā saldākā mēle, aprūpējot veco Mirtu. Filmā „Rūdolfas mantojums” tāda varētu būt Emīlija, jo viņas izšķiršanos starp bagāto saimnieku un kalpu iespaido domas par materiālo nodrošinājumu nākotnē.

Kategoriju kopainā ieskaitot vietu, kur pamatā norisinās atainotie notikumi, var atzīmēt, ka tā ir kā iepriekšminēto filmu vienojošs faktors, jo darbība visās trijās norisinās galvenokārt vienas ģimenes vai vienas sētas ietvaros.

Streičs divās no šīm filmām uzdrīkstējies dažādi apspēlēt ticības kategoriju. Diskusija jebkurā formā un veidā saistībā ar ticības lietām vienmēr izraisa plašu sabiedrības rezonansi. Ņemot vērā 20.gs deviņdesmito gadu sākuma situāciju, kad zuda praktiski jebkādi cenzūras

aizliegumi, režisors izvēlas uzņemt filmu „Cilvēka bērns”, kura ir stāsts par cilvēkmīlestību un mīlestību pret Dievu, kā divu šo faktoru līdzāspastāvēšana un savstarpēja papildināšanās. Domājams, pats režisors bija iecerējis attēlot mācītāju kā pozitīvu un tautai tuvu, saprotamu cilvēku. Nejausi viņš pats arī uzņemas šī tēla atveidi. Savukārt pēdējā filmā „Rūdolfā mantojums” skatītājs jau atkal sastopas ar tik vēstures aspektā jau ierasto negatīvo mācītāja tēlu, kurš atbalsta muižniekus un kalpo tam, kurš vairāk maksā, aizmirstot par nesavtīgu ticību un kalpošanu Dievam. Abas filmas tapušas gandrīz 20 gadu starpību un šī atšķirīgā režisora attieksme pret baznīcu rosina aizdomāties, vai režisors reālajā dzīvē nav vīlies jautājumos, kuri saistīti ar baznīcu.

Nākamo kategoriju ir salīdzinoši grūti formulēt vienā vārdā, tā izpaužas caur divkosību, lišķību. Piemēram, radu rīcība un attieksme pret tanti filmā „Limuzīns Jāņu nakts krāsā”, sarunājoties klātienē un tad, kad viņas nav blakus, vai radi pieņem, ka viņa nedzird. Filmā „Rūdolfā mantojums” šāds divkosīgs tēls ir poļu pans, kurš Rūdfam ir pārdevis savu titulēto vārdu, lai latviešu zemnieks drīkstētu ar karieti braukt, bet pats pans pie pirmās izdevības krogā nospēlē iegūto naudu līdz ar Rūdfam karieti. Fakts liecina domāt, kāds ir šis tēls, ja viņam nekā nav svēta, ja viņš ir ar mieru pat savu vārdu pārdot.

Kā pēdējā un iespējams galvenā kategorija tiek izvirzīta mīlestība, tā visdažādākajās tās izpausmēs ir iekļauta visās šajās tuvāk aplūkotajās filmās. Bez šīs vērtības cilvēka dzīve ir tukša skaņa, iespējams tādēļ režisors nav aizmirsis to iekļaut arī savās mākslas filmās. Filma „Limuzīns Jāņu nakts krāsā” aicina uz vērtību pārvērtēšanu, mantiskajām lietām pretī nostādot cilvēkmīlestību, bet „Cilvēka bērns” tā papildināta ar Dieva mīlestību. Savukārt „Rūdolfā mantojumā” emocionālais jūtu trijstūris tiek izspēlēts uz savas zemes mīlestības fona.

3.4. J.Streiča mākslas filmu popularitātes fenomens

Latviešu kino klasikā iegājusi J.Streiča filma „Limuzīns Jāņu nakts krāsā”. „Jebkura tēma atklājas tikai caur cilvēkiem, jebkuru problēmu var risināt tikai cilvēki. Neskatoties uz to, ka Streiča filmā „Limuzīns Jāņu nakts krāsā”, formāli raugoties, nav ne īpaši nozīmīgas tēmas, ne svarīgu problēmu, tomēr uz ekrāna atainotie tēli ir interesanti, dzīvīgumu un nozīmību iegūst viss, ar ko viņi nodarbojas. Tieši tas ir neapšaubāmo filmas panākumu pamatā”.

Visaugstāko profesionālu novērtējumu no šīm trim aplūkotajām filmām ieguvusi „Cilvēka bērns”. 20.g. astoņdesmito un deviņdesmito gadu mijā līdz ar situācijas maiņu daudzās sfērās, krasas izmaiņas notika arī kino jomā, gan kino ražošanas un tehnikas jomā,

gan idejiskajā ziņā. „Streičs esot sapratis, ka jaunajos laikos, kad cenzūra ir atcelta, visas jaunās filmas būs tikpat vienveidīgas kā agrāk, jo tagad visi kā traki metīsies filmēt plikas meitenes, seksu un varmācību, kas agrāk bija aizliegts. Tāpēc tīra un skaista filma par mīlestību-nevis šķirisko, kā agrāk ,bet cilvēkmīlestību un mīlestību uz Dievu-arī tagad būs ārpus konkurences”. Tā ir īsta Latgales filma jo Streiča personīgās bērnības atmiņas ļāvušas viņam „Cilvēka bērnu ” izteikt ar sirdi nevis prātu. Novada etniskā īpatnība atklājas caur dabiskām filmas varoņu savstarpējām attiecībām, viņu attiecībām ar dabisko un sociālo vidi. Ticamības momentu Streičs centies pastiprināt ar latgaliešu dialektu, nacionālo kolorītu un tautiskiem tipāžiem.

Jebkuram kino darbam jāiztur konkurence un jāatrod sava auditorija. Ja režisors un scenārists atrod īsto pieeju, kas padara viņa veidoto filmu atšķirīgu no citām, šis apstāklis veicina popularitātes fenomenu. K.Matīsas grāmatā var atrast interesantu piezīmi, proti, filma „ Cilvēka bērns” iekļuvusi Ginesa rekordū grāmtā kā pirmā filma, kas uzņemta latgaliešu valodā (pārpratuma pēc –ieraksts vēsta, ka latviešu valodā nevis latgaliešu). Stāsta, ka Streiču pat paši latgalieši nespējuši pārliecināt par pretējo, ka nevajag riskēt ar uzņemšanu latgaliešu dialektā, jo stereotipu dēļ sabiedrībā nereti var dzirdēt nievājošas piezīmes par valodas atšķirībām.

„Taču pieļautās vai iedomātās kļūdas netraucēja 40 kino ekspertiem 1998.gada Arsenāla laikā „Teātri” un „Cilvēka bērnu”, tāpat kā filmas „Limuzīns Jāņu nakts krāsā” un „Mans draugs-nenopietns cilvēks” iekļaut godpilnajā sarakstā 25 visu laiku labākās filmas”.

Drīz vien pēc pirmizrādes 1992.gada 17.janvārī „mākslas filma „ Cilvēka bērns „ piedalījās astoņu spēlfilmu konkurences apstākļos Lielajā Kristapā, saņemot godpilno pirmo vietu”. Jāpiemin ,ka togad žūrijas komisijas sastāvā bija A.Epners, H.Franks, J.Pakalniņš, P.Krilovs, A.Sukuts, A.Bērziņš, A.Redovičs un B.Asčuks.

1992.gadā J.Streičs saņēma Kultūras ministrijas prēmiju. Turpinot uzvaras gājieni, „Cilvēka bērns” piedalījās arī 35.starptautiskajā filmu festivālā Sanremo, plūcot uzvaras laurus un saņemot galveno naudas prēmiju 5 miljonus Itālijas liru jeb aptuveni 4000 dolārus. Pieminēšanas vērts ir fakts, ka 1992.gadā „ Cilvēka bērns” saņēma arī ASV Kinoakadēmijas sertifikātu par piedalīšanos Oskara balvas izcīņā kategorijā Labākā ārzemju filma.1993.gadā „Cilvēka bērns „ piedalās katoļu filmu festivālā Polijā. Šoreiz galvenā balva tiek piešķirta citai filmai, bet par piedalīšanos saņem žūrijas atzinības diplomu. Vēlāk 2000.gadā Streičam kā vienīgajam Baltijas reģiona pārstāvim tika piešķirta Vatikāna prēmija.

„Cilvēka bērns” piedalās arī 1994.gada janvārī XVI Maskavas starptautiskā bērnu un jaunatnes filmu festivālā, saņemot kristīgās žūrijas balvu.

Par „Rūdolfas mantojuma” palikšanu skatītāju sirdīs un prātos vēl spriest pāragri, jo filma ceļu pie skatītāja uzsākusi salīdzinoši nesēn. Līdzšinējos panākumus un kino mīļu pieplūdumu kinoteātros, tā daļēji panākusi ar iemīļota režisora un scenārista personības garantijām, populāru aktieru piedalīšanos, kā arī nenoliedzami plašu reklāmas kampaņu dažādos medijos, vēl pirms pirmizrādes.

3.5. Režisora atsauksmes par saviem darbiem

Režisors J.Streičs ir pats sava ceļa gājējs. K.Matīsas grāmatā „Vecās labās... Latviešu kino klasikas 50 spožākās pērles” viņš pats par sevi saka, ka „atšķirībā no daudziem kolēģiem es negribu veidot savu studiju, nevēlos tam tērēt laiku un enerģiju, bet veltīt to filmai un scenārijam, gan jau studija atradīsies”.

„Divdesmit gadus vēlāk J.Streičs par Limuzīnu saka: „No vienas puses- it kā bēdīgi, ka šo filmu vairs nevar skatīties kā jaunu, visi to jau tiktāl zina no galvas, ka tas pat kļūst banāli””. Piemēram, teiciens „Aizved mani uz Munameģi” gandrīz jau folklorizējies. Atklājot „ Cilvēka bērna” veiksmes formulu, Streičs pats saka, ka „ tā neesot parasta veiksmes vien. Tā esot daļa no mūsu aizmirstās dvēseles, kas nulle tīra, skaidra un nomazgājusies izkāpusi no Murdulas upītes, kurā kā divi sapali peldas Boņuks ar draugu Pēteri”.Stāstot par „ Cilvēka bērna” ideju, Streičs piemetina- „ tā bijusi kā tāda parāda atdošana J.Klīdzējam un arī paša bērnībai”.

„Kostīmiem, dekorācijām un rekvizītiem es piegriežu ārkārtīgi lielu vērību-jo caur tiem paplašinu savu varoņu personību, iezīmēju viņu sociālo stāvokli, laikmetu. Pie kostīma esmu dikti prasīgs un piekasīgs, jo filmas panākumu pamatā lielā mērā ir precīza sadzīves lietu , kostīmu un norišu izvēle,” pārliecināts ir latviešu kino režijas vecmeistars J.Streičs. „ Man Dieviņš ir devis dzīves patiesības izjūtu, un tur neko nevar darīt ...Es ļoti sekoju varoņa pārvērtībai filmas laikā”. Ja filmā vērojama tās varoņu izaugsme, izmaiņas skatītājs var pamanīt runas veidā, manierēs, par to liecina arī apģērba kā sociālās kārtas norādītāja veidā.

3.6. J.Streiča filmas citu radošo personību vērtējumā

V.Avotiņš vērtējot režisoru, raksta , ka „ viņš savās filmās allaž dzirdējis pats sevi un nav daudz rēķinājies ar valdošo estētikas uztveres stereotipu, nav vis demonstrējis savu

talantu, savu individualitāti, lai apliecinātu šo stereotipu. Streičs var izvēlēties citiem šķietami bezcerīgus scenārijus un „kaut ko” panākt. Scenārijs viņam ir tas pats, kas putnam zars”.

„Svarīga ir arī prasme strādāt ar aktieriem, atlasīt īsti kolektīvu, lai viņu savstarpējā saspēle būtu brīva un atraisīta, lai skatītāji varētu sajust viņu spēles prieku, iejušanos tēlotajos raksturos un pārliecinošu to atklāsmi. Šī Streiča dabas dotā prasme laika gaitā attīstīta, sasniedzot režisora profesionālās meistarības līmeni, jo tie paši aktieri citās filmās ne vienmēr darbojas tik veiksmīgi”.

„Mākslas padomē 1980.gadā studijas direktors H.Lepeško saka: „Filma Limuzīns Jāņu nakts krāsā patīk visiem, jo mums sen nav bijusi komēdija. Patīk arī tāpēc, ka pazīstam dziesmu tekstus (P.Jurciņa „Vālodzīte”, citas ir R.Paula dziesmas). Vissavienības skatītājam tas atkritīs, grūta būs tulkošana. Vispār tomēr filmas tēma ir sīka, tikai republikas rāmjos. H.Lepešo uzskata, ka filmā ir saskatāms latgaliski gruzīnisks humors un nekaunība, par kura klātbūtni J.Streičam jāpateicas Maskavas priekšnieku ieteikumam, kuri scenārija apspriešanas laikā mudināja mācīties no gruzīnu kino, jo „tur pat nelietis ir simpātisks, jo ir gruzīns””.

J.Paukštello nodēvējis J.Streiču par Latvijas kino "pēdējo mohikāni" ar stingru un sentimentālu Latgales raksturu. I.Lagzdiņa savulaik Neatkarīgā Cīņā rakstījusi: „Tieši tad, kad mēs tādām saņurcītām dvēselēm stāvam apjukuši ceļa malā, it kā aizmirsuši, pēc kā gribējām iet, nāk viens, paņem aiz rokas un lielā mierā ved tālāk”. Šis ir izteikums par filmu „Cilvēka bērns”.

Laikrakstā „Diena” bija lasāms kino kritiķu viedoklis par filmu „Rūdolfas mantojums”- „Manuprāt, filma apzināti un precīzi veidota latviešu skatītājam. Iespējams, mērķis celt nacionālo pašapziņu, apzināt latvisko misiju ierobežojis režisoru izdarīt ko radikālāku,” spriež kinorežisors D.Sīmanis. Nacionālā kino centra pārstāvis U.Dimiševskis uzskata, ka filmā uzskatāmi atpazīstama J.Streiča stilistika, tā ir interpretācija par latviešiem un piederību šai zemei. Kino kritiķe D.Āboliņa kā galveno uzsver filmā kūsājošo enerģētiku un lieliski ieskicētās personības. “Noskatoties “Rūdolfas mantojumu”, pārņēma pat izjūta, ka režisors vēlējies atstāt savu mantojumu,” – tā studijas “Dauka” producents A.Bērziņš.”

Filmu producents A.Ēķis ir pārliecināts, ka „ Jānis Streičs ir tāds kā nacionālais kods un viņa pēdējais gara darbs labas zāles pret cilvēcisko, nacionālo un valstisko depresiju”.

3.7. J.Streiča mākslas filmu ietekme uz auditoriju

„Komerciālā kino un televīzijas apstākļos ekrāna informācijas un ekrāna mākslas masveida izplatīšanās tiek izmantota manipulēšanai ar sabiedrisko domu, ar skatītāju

individuālo psiholoģiju, lai ieviestu noteiktus domāšanas stereotipus, ētiskos vērtējumus, morāles normas”.

Piemēram, iedziļinoties „Limuzīns Jāņu nakts krāsā” uzņemšanas laikā, filma sniedz tiešu tā laika , sociālās vides un cilvēku dzīves attēlojumu, ietverot viņu dzīves uzskatus un vērtības. Filma liek akcentus uz vērtībām, kas padara dzīvi laimīgu-materiālās vai garīgās vērtības, žigulis, ceļazīme uz Karpatiem un saplēsti džinsi, kuri tobrīd modē vai tomēr sirsnīgas un patiesas cilvēciskas attiecības bez izlikšanās un lišķības. Vidējai un vecākai paaudzei šis laiks droši vien palicis salīdzinoši spilgtā atmiņā un ļauj atcerēties paša uzskatus un toreizējo vērtību skalu, bet jaunākā paaudze var iegūt informāciju, kuru sniedz filmas un vilkt paralēles vai salīdzinājumus ar šodienas jauniešu vērtībām. Laika ziņā ir pagājuši gandrīz trīsdesmit gadi, žigulīti nomainījuši audi, mersedesi un citas modernākās un jaudīgākas mašīnas, mode, apmetusi loku, atkal atgriežas, jaunākās tehnoloģijas uzstāda sava stila prasības, bet vai mūsu ikdienā paliek vietas savstarpējām attiecībām ? Vai mūsu pašreizējā dzīve nav kā kārtējā Streiča filma, kuru mums vajadzētu paskatīties no malas un atkal pārskatīt katram savu vērtību skalu.

3.8. J.Streiča mākslas filmas auditorijas gaidu un apmierinājuma aspektā

Cilvēkiem ikdienā ir nepieciešami sapņi un fantāzijas .Dzīvojot līdzī filmas varoņu likteņiem, skatītāji kaut uz brīdi aizmirst par savām rūpēm un raizēm. Latviešu auditorija nereti Streiča filmas uztver personiski. Citiem smagais lauku darbs saistās ar sirsnīgām bērņības atmiņām, citiem tā ir šodienas skarbā realitāte. Lauku cilvēka dvēsele sajūt lielāku gandarījumu pēc grūta un smagi padarīta darba. Mīlēt, saprast un kopt savu zemi-to nevar iemācīties, tam jābūt asinīs.

„Limuzīns Jāņu nakts krāsā” katru gadu vismaz vienu līdz divas reizes tiek translēts dažādos televīzijas kanālos. Lai arī jau atsevišķas filmas epizodes un teksti tās skatītājiem jau zināmi no galvas, tas netraucē viņiem atkal un atkal tikties ar iemīļotajiem ekrāna varoņiem. Iepriekšminētais pasvīturo auditorijas saņemto apmierinājuma aspektu.

„Cilvēka bērns” domājams īpaši tuvs ir Latgales iedzīvotājiem, jo tā ir latgaliska filma par Latgali, tās kultūru, šajā aspektā var minēt īpaši pilnās seansu zāles Latgalē īsi pēc filmas iznākšanas uz ekrāniem. Tā ir nozīmīgs ieguldījums Latgales kultūras mantojuma saglabāšanā, tā tad sevišķu gandarījumu sniedz visiem ,kuri novērtē šī Latvijas novada kultūru.

Izvērtējot „Cilvēka bērns” panākumus, Avotiņš atklāj, ka viņaprāt šīs filmas panākumu atslēga slēpjas „tās spējā pavērt vārtus garīgai sajūtai, kas izteic tautas dzīves uztveri pietiekami intīmi, lai ikvienam būtu iespēja to atpazīt sevī, un pietiekami vispārināti, lai raksturotu Latgali un latgaliešus kā kopumu. Sākotnēji pārpildītās kino zāles apliecināja, ka latgaliešu kultūra ir dzīva un dzīva ir arī interese par to”.

Filma ir ļoti sirsnīga, tās stāsta darbība noris ne tikai saskaņā ar dabu un tās norisēm, bet arī saskaņā ar Dievu. Ticības aspekta iekļāvums ir uzdrīkstēšanās sabiedrībā atklāti apspriest kristietības lomu cilvēka dzīvē un vērtību mērā.

3.9. Auditorijas gaidu un apmierinājuma analīze

3.9.1. Analīzē iekļauto J. Streiča mākslas filmu izvēle

Režisors un scenārists Jānis Streičs savā vairāk kā četrdesmit gadu profesionālajā darbībā ir piedalījies aptuveni trīsdesmit kino darbu tapšanā. Viņš savas karjeras sākumā strādājis gan kā asistents, otrs režisors un mākslinieciskais vadītājs, sasniedzot režisora-inscenētāja amatu. Ar viņa vārdu latviešu kino vēsturē līdz šim iegājušas divdesmit divas mākslas filmas, kurās viņš bijis gan kā režisors, gan scenārists, gan pat aktieris savos projektos.

Izvērtējot šo viņa devumu latviešu kultūrā, darba autore izvēlējās trīs viņsprāt populārākās mākslas filmas, kuru padziļināta izpēte ļautu atklāt režisora veiksmes formulas fenomenu. Ne visas režisora veidotās mākslas filmas ir vienlīdz pieejamas skatītāju auditorijai, daļa TV ekrānos tiek translēta biežāk, daļa retāk, kādu vēl tikai var noskatīties kinoteātros. Ne visas J. Streiča filmas guvušas plašāku skatītāju novērtējumu un atzinību. Kā popularitātes kritēriji tika izvirzīti šādi priekšnoteikumi:

- konkrētas filmas atpazīstamība plašākai latviešu skatītāju auditorijai,
- auditorijas atzinība,
- filmas profesionālais novērtējums Latvijas mērogā (kā nozīmīgs kultūras artefakts),
- filmas starptautiskais novērtējums.

Izvērtējot šos faktoros tika izvēlēta, pirmkārt, filma „Limuzīns Jāņu nakts krāsā”, kura ieguvusi statusu kā viena no latviešu kino zelta klasikas pērļēm, arī skatītāju atzinību. Otrkārt, filma „Cilvēka bērns”, kura ieguvusi starptautisku atzinību, kas tuvāk aplūkota šī bakalaura darba 3. nodaļas 4. apakšnodaļā. Treškārt, tā ir hronoloģiski jaunākā filma „Rūdolfa mantojums”, kura kritiķu un auditorijas vērtējumam nodota tikai šā gada februārī.

3.9.2.J.Streiča mākslas filmu analīzei nepieciešamo respondentu atlase

Lai veiktu metodoloģijas daļā pieteikto kvalitatīvā pētījuma metodi- daļēji strukturēto interviju, darba autorei bija jānosaka pētījumā izmantojamais izlases kopums. Ja pieņem, ka ģenerālais kopums ir Latvijas iedzīvotāji, kuri skatās latviešu režisora J.Streiča mākslas filmas, tad izlases kopumu var veidot no šīs nacionālā kino auditorijas daļas. Kā galvenais kritērijs, uz kura balstījās izlases veidošanas bāze, tika pieņemts nosacījums, ka aptaujātie respondenti skatās J.Streiča filmas un šajā konkrētajā gadījumā ir redzējuši vismaz divas no šīm filmām: „Limuzīns Jāņu nakts krāsā”, „Cilvēka bērns” un „Rūdolfā mantojums”, kā arī viņiem ir savs viedoklis par latviešu nacionālo kino kopumā. Šajā gadījumā uzsvars bija nevis kvantitatīvajā ziņā, bet kvalitatīvajā, respektīvi, lai iegūtu padziļinātu un daudzveidīgu informāciju no aptaujātajiem respondentiem.

Lai izvēlētais izlases kopums būtu reprezentatīvs, tika izvēlēti dažāda vecuma un dzimuma respondenti, ņemot vērā viņu zināšanu un interešu atbilstību pētījuma mērķim, izmaksām un laika ierobežojumam, kā arī šo cilvēku pieejamībai un brīvprātīgam atbalstam attiecībā uz iesaistīšanos pētījumā. Kopumā tika veiktas divpadsmit daļēji strukturētas intervijas, kuru oriģinālie ieraksti pievienoti kā 4.pielikums šim bakalaura darbam CD veidā. Atbildes izmantotas 2.pielikumā iekļauto divdesmit pamatjautājumu analizēšanai. 3.pielikuma tabulā minēti izvēlētie respondenti, viņu vecums un dzīves vieta. Ētisku apsvērumu dēļ, katram no viņiem piešķirts kā apzīmējums viens no latīņu alfabēta burtiem, lai viņu spilgtākās atbildes citātu veidā varētu iekļaut šajā bakalaura darbā.

J.Streiča filmas laika gaitā ir iemantojušas dažādu auditorijas paaudžu atzinību. Lai to pārbaudītu, dziļajās intervijas iesaistītie respondenti pārstāv sekojošas vecuma grupas:

- 21-30 gadi (1.grupas), (4 respondenti),
- 31-40 gadi (2.grupa), (3 respondenti),
- 41-50 gadi (3.grupa), (3 respondenti),
- 51-60 gadi (4.grupa), (2 respondenti).

Par režisora darbiem atzinīgi izsakās gan sievietes, gan vīrieši, lai par to pārliecinātos, no izvēlētajiem respondentiem septiņas ir sievietes un pieci ir vīrieši. Gan vīriešu, gan sieviešu aptauja dod iespēju salīdzināt atbildes ne tikai pēc vecuma grupām, bet arī pēc dzimuma.

Balstoties uz iepriekšminētajiem kritērijiem, izvēlētais respondentu kopums veidota kā mērķtiecīga izlase. Mērķtiecīgā izlase izvēlēta kā atbilstoša pieeja dziļo interviju dalībnieku

atlasei, jo tā reprezentē pieņemto ģenerālo kopumu jeb šajā konkrētajā gadījumā J.Streiča spēlfilmu parasto auditoriju.

Visi divpadsmit pētījuma ietvaros aptaujātie respondenti ir brīvprātīgi piekrituši piedalīties daļēji strukturētajās intervijās. Ētisku apsvērumu dēļ viņu atbildes daļēji izmantotas apkopotā veidā un tikai atsevišķi sarunas fragmenti izmantoti kā tieši citāti, lai akcentētu viedokļa atšķirību un unikalitāti no standarta atbildēm.

Daļa no interviju ierakstiem veikta mājās pie respondenta, daļa āra apstākļos, cenšoties izvairīties no nevēlamiem ārējās vides trokšņiem, kuri traucētu intervijas gaitu vai ieraksta kvalitāti. Vieta izvēlēta vienojoties ar respondentu atbilstoši viņa iespējām piedalīties. Trīs no šīm ir telefona intervijas, lai iegūtu tās auditorijas daļas viedokli, kurai ātra kino pieejamība ir liegta, jo ne visās Latvijas pilsētās šobrīd ir kinoteātri. Iepriekšminētais ir samērā aktuāls jautājums runājot tieši par pēdējo izvēlēto filmu „Rūdolfas mantojums”.

Par daļēji strukturētas intervijas vājamajiem punktiem varētu būt pamatoti iebildumi, ka izvēlēta izlase ir salīdzinoši maza attiecinot to pret visu potenciālo ģenerālo kopumu, lai rezultātus varētu vispārināt.

Šīs metodes priekšrocības ir respondentu uzvedības un attieksmes pētīšana dabiskos apstākļos, ir iespējams iegūt detalizētāku informāciju par pētāmajām filmām, kā arī metode pati par sevi ir elastīga, ļaujot pētniekam veikt nelielas izmaiņas pētījuma gaitā, ja tādas nepieciešamas mērķa sasniegšanai.

3.9.3.J.Streiča mākslas filmu auditorijas gaidu un apmierinājuma interpretācija

Daļēji strukturēto interviju mērķis bija iegūt atbildes uz divdesmit pamata jautājumiem, kuri pievienoti darba 2.pielikumā, lai interpretējot iegūtos rezultātus, noskaidrotu auditorijas viedokli par J.Streiča mākslas filmām, nacionālu kino kopumā, kā arī atklātu režisora filmu panākumu veiksmes formulu.

Aptaujātie respondenti no vairāk kā divdesmit J.Streiča kino projektiem labāko un skatītāko filmu sarakstā ierindoja piecas filmas; papildus trim šī pētījuma ietvaros tuvāk aplūkotajām filmām pa vienai balsij ieguva filmas „Mans draugs nenopietns cilvēks” un „Teātris”, bet divas balsis saņēma „Likteņdzirnas”. Nevienu no J.Streiča filmām negribēja īpaši izcelt 2 aptaujātie, jo, viņuprāt, visas šī režisora filmas ir labas un skatāmas, interesanti, ka no šiem abiem respondentiem viens bija vīrietis un viena sieviete. Filma „Limuzīns Jāņu

nakts krāsā” kā labākā un atpazīstamākā 12 respondentu atbildēs tika minēta 10 reizes. Tam par iemeslu varētu būt fakts, ka šī filma ir tapusi 1981.gadā, tai ir bijusi iespēja gūt atpazīstamību plašā auditorijas daļā ilgākā laika periodā. Darba autores novērojumi, kurus apstiprina arī respondentu atbildes, apliecina, ka šo filmu salīdzinoši bieži rāda televīzija, tātad tā ir pieejama plašai auditorijai gan pilsētās, gan novados. Pa šo laiku, kamēr tā ir pieejama auditorijai, ir izaugusi paaudze, kura šo filmu min iemīļotāko kino darbu sarakstā, to argumentē fakts, ka tā tika minēta visās četrās atbildēs 1.grupā. Respondents G no otrās grupas kā argumentu minēja viegluma sajūtu un humoristisku noskaņojumu, bet respondente J no trešās grupas- patīkamas emocijas, ko sniedz šī filma. Šīs filmas atpazīstamība ir saistīta arī ar plašā publikas daļā iemīļotiem aktieriem, piemēram, U.Dumpi, O. Dreģi un D.Zandi, ko apliecināja atbildes uz jautājumu par atpazīstamākajiem aktieriem J.Streiča filmās. Filmas „Cilvēka bērns” un „Rūdolfā mantojums” iemīļotāko filmu sarakstā tika minētas līdzvērtīgi, katra iegūstot pa 7 balsīm. „Cilvēka bērnu” kā savu favorīti min respondenti-B, F un G, jo šīs filmas uzņemšanas vieta ir saistīta ar viņu dzimto pusi, kā arī masu skatu uzņemšanā piedalījušies kāds no viņu radiem, draugiem vai paziņām. Par „Rūdolfā mantojuma” potenciālo popularitāti un plašāku atpazīstamību pagaidām grūti spriest objektīvi, jo šī filma ceļu pie saviem skatītājiem uzsākusi salīdzinoši nesen, tikai no šī gada februāra. Līdzšinējo atpazīstamību un popularitāti veicinājusi plašā reklāmas kampaņa televīzijā, presē un internetā.

Jo filma ilgāku laiku ir pieejama skatītāju auditorijai, jo lielākas iespējas to noskatīties atkārtoti. Neskatoties uz atpazīstamajiem notikumiem, bieži vien skatītāji savas mīļākās filmas skatās atkārtoti, lai par to pārliecinātos, kā arī gūtu atbildi, kas viņus motivē to darīt tika uzdots jautājums par emocijām, skatoties kādu filmu pirmo reizi un pēc tam atkārtoti. 100% no aptaujātajiem respondentiem atzina, ka vismaz vienu no savām mīļākajām J.Streiča mākslas filmām redzējuši atkārtoti. Emocijas viņuprāt būtiski nemainās, skatoties pirmo reizi vai atkārtoti. Piemēram, respondente J teica, „ja filma patīk pirmoreiz skatoties, tā patīk arī skatoties atkārtoti”, arī respondente H apgalvoja, ka „skatoties atkārtoti patīk pat vēl vairāk, jo ir iespēja pamanīt kādu jaunu niansi, kad sižets kopumā jau zināms”. Arguments par labu jaunām niansēm filmās tika minēts 75% atbilžu. Jaunākās jeb pirmās grupas pārstāvju atzina, ka atkārtota skatīšanās dod viņiem dziļāku filmas sižeta izpratni, jo, piemēram, neiespējami salīdzināt „Limuzīna Jāņu nakts krāsā” skatīšanos pirmoreiz bērībā un atkārtoti tagad, kad viņi ir pieauguši un skatās uz attēlotajiem notikumiem savādāk. Arī otrās grupas pārstāvji uzsver emociju paspīlgtināšanos, skatoties atkārtoti. Respondents I no trešās grupas savā atbildē ieslīgst patīkamās atmiņās, atceroties kā uz „Limuzīna Jāņu nakts krāsā” pirmizrādi

devies uz kinoteātri, jo toreiz viņa jaunībā kino apmeklējums bijis kā vesels notikums. Savukārt, respondents L no ceturtās grupas uzsvēra, ka „nekad neesot garlaicīgi skatīties filmas, kuras uzņemtas pirms gadiem 10-30, jo pa šo laiku esot mainījusies ne tikai ikdienas dzīves kārtība mums apkārt, bet arī viņa dzīves uzskati un attieksme pret pasauli, lietu kārtību tajā un kino kā sava veida spoguļi”.

Nākamais jautājums daļēji sasaucas ar iepriekš aplūkoto, respondentiem bija jāmēģina paskaidrot, kāpēc „Limuzīns Jāņu nakts krāsā” „neiziet no modes”. Gandrīz visi aptaujātie piekrita šādam „modes kritērijam”, izņemot respondenti F, kura „atzīmēja, ka neesot korekti veidot šādu salīdzinājumu būt vai nebūt modē, jo mākslas filma varot patikt vai nepatikt, nevis būt „modē”. Jebkurā gadījumā atpazīstamību un jaunu skatītāju piesaistīšanu veicina tās gadskārtēja demonstrēšana televīzijā, kas parasti sakrīt ar Līgo svētku aktivitātēm, jo arī filmā attēlota šo svētku svinēšana. Šīs filmas saistību ar Līgo svētkiem kā vienu no atpazīstamības un popularitātes faktoriem norāda 4 respondenti. Vēl kā veiksmes formulas kritēriju šai filmai min sižetā ietvertās problēmas aktualitāti arī mūsdienās, jo kā uzsvēra respondents K no 4.grupas „ nekas jau neesot mainījies cilvēku uztverē un attieksmē vienam pret otru, tikai „žigulīša” vietā varot likt lepņāku automobili”. Citējot respondentu G no 2.grupas, „ filmā atainota 3 paaudžu savstarpējā attieksme un vērtības gan materiālajā, gan garīgajā jomā. Filmā atainotas katrai iesaistītajai paaudzei saprotamas lietas un problēmas, kas piesaista plašu un dažādu paaudžu skatītāju loku tai arī mūsdienās”. Respondents E no šī pašas grupas uzsver dzīves īstenības atainojumu. Arī respondentes H un J no trešās grupas apstiprina „sižeta naratīvu par lietu patieso kārtību, kurā paaudžu sadzīves attiecības atainotas humoristiskā garā”.

Nacionālā kino fonda mākslas filmu arhīvā nav daudz spēlfilmu par Latgali, kuras uzņemtas latgaliešu dialektā. Kaut arī J.Streičs iespējams vēlējies kino lentē iemūžināt savu bērnības novadu un scenārijs tapis sadarbībā ar rakstnieku J.Klīdzēju, tā tomēr savā ziņā bija liela uzdrīkstēšanās, jo filma tāpat kā visas līdzšinējās bija domāta viņa talanta atbalstītājiem visā Latvijā. Interesanti bija uzzināt aptaujāto respondentu viedokli par šo uzdrīkstēšanos. Visi respondenti neatkarīgi no vecuma un dzimuma vienbalsīgi šo J.Streiča uzdrīkstēšanos novērtēja pozitīvi. Respondents I no 3.grupas piemetināja, ka „vēl daudz vairāk ko vajag mēģināt un uzdrīkstēties”. Kopumā bija gan pāris piebilžu, ka šo panākumu iespaidā J.Streičam arī visas pārējās savas filmas turpmāk nevajadzētu uzņemt tikai un vienīgi latgaliešu dialektā. Gandrīz no katras grupas 1 vai 2 respondenti atzinās, ka „skatoties filmu pirmo reizi, ir bijušas problēmas ar atsevišķu vārdu nozīmju interpretāciju, bet tas nav liedzis uztvert filmas būtību kopumā un atkārtoti skatoties viss jau bijis skaidrs. 25% aptaujo

respondentu nav bijušas nekādas grūtības šajā ziņā, jo viņu dzimtā puse atrodas Latgales novadā un šis dialekts ir bijis vairāk dzirdēts un pazīstams. 2 respondentes no pirmās grupas uzsvēra Latgales kultūras nozīmi. Otrās grupas viedoklis izpaudās pārliecībā, ka filma uzņemta latgaliešu dialektā tāpēc, lai spilgtāk atainotu pārdzīvojumus, kuriem varam sekot līdzī no mazā latgaliešu zēna skatu punkta. Respondents G no šīs grupas norāda, ka „ šobrīd latgaliešu kultūras pārstāvji iziet sabiedrībā, nekaunoties no latgaliskās kultūras niansēm, kuras raksturo ne tikai fonētiskās atšķirības, bet arī ātrāks temperaments un spilgtākas emocijas”. Respondente J no 3.grupas norādīja, ka „arī Latgalē esot savi tieši šī novada patrioti, kuriem ir svarīga savas kultūras saglabāšana un kuri labprāt gribētu dzirdēt savam novadam raksturīgo valodas fonētisko skanējumu”. Abi ceturtais grupas respondenti K un L uzsvēra, ka „latgaliešu dialekts šai filmai ir kā „rozīnīte”, bez kuras zustu liela daļa ticamības realitātes atveidojumam”. Respondents L vēl pauda atziņu, ka „ visa Latvija dzīvo spēku atjauno no Latgales”.

Nākamajā jautājumā darba autore centās noskaidrot, kādā veidā J.Streiča mākslas filmām Latvijas kino repertuāros izdodas salīdzinoši veiksmīgi konkurēt ar Holivudas produkcijas ekspansiju. Šis jautājums tika uzdots saistībā ar pēdējo uzņemto filmu „Rūdolfā mantojums”. 75% atbilžu kā galvenais stimuls tika norādīta patīkami uzbāzīgā reklāma visdažādākajos medijos. Kā otrs faktors tika minēts režisora J.Streiča vārds kā sava veida zīmols latviešu mākslas filmu piedāvājuma klāstā- 8 atbildes, bet trešais faktors bija nacionālā kino atbalstīšana- 6 atbildes. Viena trešdaļa respondentu minēja līdzvērtīgas un dabīgas emocijas kā citās J.Streiča filmās, respondentes B vārdiem, lai „ būtu gan mīlestība, gan ciešanas, lai var gan pasmaidīt, gan paraudāt”, lai būtu tuvas un saprotamas latviešu mentalitātei. Respondente F no otrās grupas, akcentējot J.Streiča personības faktoru, norāda uz viņa spējām atrast lomām atbilstošu aktierus, piemēram, R.Ancānu un R.Kalniņu, kuri piedalījās galvenajās lomās filmā „Rūdolfā mantojums”. Respondents G no šīs pašas grupas viņu papildināja sakot, ka „maz ir tādu latviešu režisoru, kuri būtu spējīgi uzņemt šādas filmas un piesaistīt skatītāju uzmanību. J.Streičam esot savs zīmējums un sava dialogu veidošanas tehnika, kas ļauj no katras nākamās filmas sagaidīt līdzvērtīgu vai pat lielāku baudījumu”. Respondente J min arī skatītāju ieinteresētību un nepacietību, jo kopš iepriekšējās filmas „Rudens rozes” uzņemšanas ir pagājuši 5-6 gadi un skatītāji vienmēr alkst pēc kaut kā jauna. Respondents I no šīs pašas grupas ar sarūgtinājumu balsī atzina, ka jaunas latviešu filmas tiek uzņemtas reti un skatītājam bieži vien jāapmierinās ar Holivudas produktiem vai jāatsakās no kino apmeklēšanas, ja tās nav viņa gaumē. Respondents L no 4.grupas bija izbrīnīts, kāpēc

vispār cilvēki apmeklē kino, jo, viņaprāt, komfortablāk ir skatīties filmas mājās, izmantojot dažāda veida ierakstus vai sagaidot to translēšanu televīzijā.

Jautājums saistībā ar ticību attēlotajiem notikumiem guva 50% respondentu piekrišanu. Kā norādīja respondents G no 2.grupas- „, ja atainotie notikumi nebūtu reāli vai maksimāli pietuvināti realitātei, zustu daļa no viņa filmu panākumiem. Pat, ja kino uztver kā realitātes simulāciju, viņaprāt, skatītājs vēlas redzēt īstenības atspoguļojumu nevis mākslīgi veidotas situācijas”. Respondents L no 4.grupas ne tikai tic šiem atainotajiem notikumiem, bet it kā fiziski izdzīvo tiem līdzīgi, jo it sevišķi runājot par filmu „Rūdolfā mantojums” viņam tā saistās ar atmiņu stāstiem, kurus bērnībā dzirdējis no sava tēva un vectēva par šiem laikiem. Divas trešdaļas no respondentiem atainotajiem notikumiem tic daļēji. Viņiem reālas šķiet ne visas filmas, piemēram, respondente D netic „Likteņdzirnu” scenārijam, bet respondents K atgādina, ka „Rūdolfā mantojums” ir klasika R.Blaumaņa darbu sintēze. Savukārt 2 sievietes no visiem respondentiem kopumā nav domājušas par realitātes faktoru, viņas uzskata, ka savs laiks reālajai dzīvei un savs filmas baudīšanai, nejaucot tās abas kopā.

Kā jau tika minēts režisoram pašam ir svarīga Latvijas ģeogrāfisko objektu atpazīstamība, viņš ir iebildis pret daudzu tādu skaistu vietu apkopošanu vienas filmas ietvaros, ja tas varētu mazināt ticamības momentu. Katrā Latvijas novadā ir savas skaistās un sakoptās vietas, kuru iekļaušana filmā paspilgtina realitātes sajūtu un nereti liek skatītājam paraudzīties uz savu dzimto pusi un zemo nedaudz savādāk, tā kā to darījis operators. Streiča uzskatus, stilu un gaumi, izvēloties vietu, kurā risināsies filmas darbība novērtē arī skatītāji. 75% respondentu ievēro vidi, kurā uzņemta filmas darbība. Šie respondenti pastiprināti pozitīvi novērtē J.Streiča izvēli, ja tā saistās ar viņiem pazīstamas vides iemūžināšanu kino lentē. Raiskuma pagastu filmā „Limuzīns Jāņu nakts krāsā” atpazīna respondenti E un J, bet papildus emocijas respondentiem B, F un G sagādāja Rēzeknes apkārtnē un Aglona filmā „Cilvēka bērns”. Respondenti K un L no 4.grupas norādīja, ka atpazīstami vai skaisti skati piesaista skatītāju uzmanību, bet konkrēti nevienu vietu neminēja. Tikai respondents K atzīmēja, ka filmā „Rūdolfā mantojums” bijusi „efektīga mākslīgi veidota Rīgas panorāma”, bet Respondents L atzina, ka „šādu dekorāciju izmantošana vēsturiskās filmās sniedz vērtīgu informāciju jaunatnei”. 2 meitenes no 1.grupas atzinās, ka nav pievērsušas uzmanību šādai lietai, un ,ka tā, viņaprāt, iespējams esot aktuālāka vecākajai paaudzei. Un tikai respondente H no 3.grupas teica, ka viņai šāda veida uzmanības piesaistīšana traucējot filmu uztvert kā patstāvīgu mākslas darbu. H šķitis, ka daļa no filmas „Rūdolfā mantojums” uzņemta Rīgas pievārtē esošajā Brīvdabas muzejā, līdz ar to zudusi ticamība, viņa arī negribētu savu dzimto pusi vai sētu redzēt kādā mākslas filmā. Izvērtējot atbildes kopumā uz 7.jautājumu, atvērtāki un

pozitīvāk noskaņoti bija viena ceturtdaļa respondentu, kuriem bijusi ciešāka saikne ar Latgales novadu, bet tikai kā ar dzimto pusi, ne kā tiešiem latgaliešu pārstāvjiem. To apliecināja viņu emocionālā reakcija interviju laikā atbildot uz šo jautājumu.

8.jautājums ietvēra vairākus iespējamus atbilžu variantus, proti, režisors, žanrs, anotācija, reklāma, draugu ieteikumi vai vēl kāds neminēts variants, kas kalpotu par motīvu, izvēloties kādu filmu skatīties. Viena sestā daļa respondentiem paļaujas uz visu iepriekšminēto, pārējie izvēlējās 1 vai vairākus variantus vienlaicīgi. Lai arī respondente H teica, ka „reklāmai uzticēties nevar, it sevišķi pārāk pozitīvai reklāmai”, kura varētu radīt plaisu starp skatītāja gaidām un gūtajiem iespaidiem, tomēr reklāma kā virzošais motīvs ieguva 7 punktus. Kā nākošā kategorija ar 6 punktiem sekoja režisora vārda atpazīstamība un profesionālajā karjerā pierādītā darbu kvalitāte, kurai nešaubīgi uzticas latviešu auditorija. Vienādi uzsvērts tika žanrs un anotācija kādā medijā, iegūstot katrs pa 5 punktiem. Vismazāk atsaucās uz draugu ieteikumiem, tas tika minēts tikai vienā trešdaļā atbilžu, jo šis kritērijs varot būt maldinošs. Respondentam I no 3.grupas bija savs viedoklis- „mēs varam patērēt tikai to, ko mums piedāvā”; viņš parasti savā izvēlē balstoties uz kino kritiķu recenzijām. Veicot intervijas varēja noprast, ka katram aptaujātajam respondentam ir sava pieeja filmu izvēlē, kuru ietekmē noskaņojums, konkrēto mākslas filmu pieejamība vai katra brīvā laika iespējas un izvēle, kā to piepildīt.

Patērējot jebkuru no populārās kultūras produktiem, patērētājs iegūst sociālo pieredzi, informāciju, izklaidei vai vēl kādu šeit neminētu kategoriju. Aptaujājot šos 12 respondentus, tika noskaidrots, ka attiecībā uz J.Streiča filmām tā galvenokārt ir tieši izklaide, kura motivē skatīties mākslas filmas. Kā primārā kategorija tā tika minēta divās trešdaļās gadījumu gan ar piebildi, ka tā nav tukša un tikai izklaide, bet sniedz vēl kādu papildus ieguvumu. Otra minētākā kategorija bija informācija, kuru minēja viena trešdaļa respondentu, bet ar nosacījumu, lai tā nebūtu hronisks vēstures faktu apkopojums, bet saistošā formā sniegta vēsturiskā pieredze. Respondents G uzsvēra informācijas nozīmi, jo „tā esot lieliska iespēja pavērot no malas, dažāda rakstura latviešus un viņu rīcību ikdienas situācijās”. Respondents K atsaucās uz sociālo pieredzi, jo „no katras filmas esot iespēja mācīties”, tā ir iespēja pastarpinātā veidā nodot kultūras pieredzi nākamajām paaudzēm. 3 sievietes un 1 vīrietis kā svarīgu priekšnosacījumu labai filmai nosauca pozitīvas emocijas, 1 sieviete minēja līdzīgu pārdzīvojuma sajūtu, bet 2 sievietes uzsvēra, ka J.Streiča filmas rosina pārdomas par dzīvi. Īpaši gribas atzīmēt filozofisko respondenta L viedokli: „Tas ir apstiprinājums vai noliegums savam pasaules uzskatam, kas veidojies pietiekoši ilgā laika posmā”. Respondents L uzsver arī personīgo pārdzīvojumu kā vērtību.

Aptaujājot intervējamos par jautājumu, kur viņi biežāk skatās latviešu mākslas filmas kino vai mājās, 10 respondenti atzina, ka mājās. Šo faktu var skaidrot ar komfortu, televīzijas un citu jauno tehnoloģiju plašo pieejamību un tās daudzveidīgajām iespējām, kā arī ar laika, enerģijas un finansiālajiem resursiem. Tikai respondente B atbildēja, ka izvēle starp mājām un kino esot proporcionāli līdzīga un respondente H izvēlējās par labu kino apmeklējumiem, jo ārpus mājas netraucē ikdienas darbi un nav apnicīgo reklāmas paužu.

Arī nākamais jautājums tika saistīts ar potenciālajām iespējām apmeklēt kino reklāmas ietekmē. Līdzīgi kā iepriekšējā jautājumā 10 respondenti atzina, ka efektīva reklāma pamudinātu apmeklēt kinoteātri, negaidot, kamēr jauno latviešu mākslas filmu translēs kādā no televīzijas kanāliem. Tas apliecina, ka lielākā daļa latviešu kino skatītāju ir visai nepacietīgi un jaunu emociju alkstoši cilvēki. 2 no aptaujātajiem noliedza reklāmas iespaidu, viņus šobrīd nekāda reklāmas kampaņa nepiespiestu mainīt domas. Iemesli izrādījās salīdzinoši vienkārši, ne visi cilvēki var ļauties kino vilinājumam, ja primārajā vietā ir darbs, kā arī to ietekmē kino pieejamība, jo ne visi gatavi doties uz Rīgu vai kādu citu pilsētu, ja kino nav pašu tuvākajā apkārtnē. Uzdodot interviju veikšanas laikā radušos papildjautājumu par kino pieejamības faktoru pusei no izvēlētajiem respondentiem, tika iegūta līdzvērtīga atbilžu proporcija, 50% respondentu atzina, ka kino tuvums un biļešu cenas kvantitatīvi ietekmē apmeklējumu, 50% respondenti atbildēja noliedzoši. Pieejamības faktoru atzina 3. un 4. grupas pārstāvji, bet noliedza 1. un 2. grupas pārstāvji. Tas norāda uz atšķirībām uzskatos un attieksmi starp dažāda vecuma kino apmeklētājiem.

Skatoties latviešu mākslas filmas, skatītājs iepazīst un iemīļo latviešu aktierspēli. Veicot daļēji strukturētās intervijas, tika gūts apstiprinājums, ka Streičs prot izvēlēties aktierus savām filmām. Viņa filmās pa šiem gadiem piedalījušies ne tikai plašākam skatītāju lokam pazīstami latviešu aktieri un viņa radošās komandas pārstāvji un tai tuvu stāvoši cilvēki, viņu pašu ieskaitot, bet viņš nebaidījies meklēt cilvēkus, kuriem pirms tam nav bijusi saistība ar kino, kā, piemēram, gadījumā ar A.Rudzinski filmas „Cilvēka bērns” galvenās lomas atveidotāju. Visi respondenti vienbalsīgi piekrita, ka atpazīstamu aktieru piedalīšanās ir svarīgs faktors, jo tas sniedz papildus emocijas un ir kā drošības garantija filmas kvalitātei un savā ziņā pastiprina arī ticamības momentu. Sākumā kā skatītākā filma tika nosaukta „Limuzīns Jāņu nakts krāsā”, arī atpazīstamākie aktieri saistās tieši ar šo filmu. U.Dumpis-4 balsis, O.Dreģe un D.Zande katra pa 3 balsīm. Katrs 2 reizes tika minēti: A.Skrastiņš, R.Kalniņa un R.Ancāns. Atsevišķi respondenti minēja arī I.Kalniņu, V.Vecumnieci, L.Bērziņu un Ē.Valteru. Savukārt 4 respondenti negribēja izcelt kādu konkrētu aktieri, jo panākumu faktors ir saistīts ne tikai ar aktieru talantu, bet arī viņu atbilstību konkrētajai lomai.

J. Streičs skatītājiem saistās un palicis atmiņā tieši kā režisors, kas viņš galvenokārt arī ir. Bet viņš nereti lielākas vai tikai epizodiskas lomas savos kino projektos uzņemas arī pats. Lielākā daļa respondentu šo viņa kārtējo uzdrīkstēšanos novērtē pozitīvi (10 respondenti) un tikai 2 nebija konkrēts viedoklis šajā jautājumā. No šiem 8 respondentiem puse viņu pamanīja nelielajā epizodiskajā lomā „Rūdolfas mantojums”, 2 respondenti atpazīna kā mācītāju filmā „Cilvēka bērns”, bet vēl 2 respondenti minēja viņa piedalīšanos kādā no paša filmām, kuras netiek tuvāk analizētas pētījuma ietvaros.

Pats režisors īpaši piedomā rekvizītu izvēlē, jo tas viņaprāt ir svarīgs faktors filmas ticamības momentam un attiecīgi visa projekta panākumiem. Viņa pieeju novērtē auditorija, kura gan īpašu nozīmi rekvizītiem nepievērš (9 atbildes), bet skatās filmas kopumā un 6. jautājumā atbildēja apstiprinoši uz ticamības faktoru, kurš nenoliedzami saistās ar prasmīgu rekvizītu izmantošanu. Tikai 25% respondentu uzreiz atbildēja, ka viņi pievērš uzmanību rekvizītiem. Daļai respondentu šis jautājums izraisīja pārdomu brīdi, jo viņi iepriekš nebija domājuši par detaļām, lai tas netraucētu uztvert konkrētu filmu kā patstāvīgu mākslas darbu. Vēl interesanti, ka pats režisors no pēdējās filmas īpaši akcentē Rūdolfas garos melnos zābakus, kā netradicionālu aksesuāru tā laika latviešu zemniekam un kā sava veida sociālā stāvokļa atribūtu, bet skatītājiem atmiņā palikusi muižnieka vecā kariete, kuru Rūdolfas iegūst savā īpašumā un atjaunojis liek lietā. Kariete pieminēta 5 respondentu atbildēs.

Apvienojot 15. un 16. jautājumu par potenciālo Streiča filmu morālo ietekmi uz auditoriju kopumā un atsevišķiem indivīdiem, darba autores kā skatītājas novērojumi liecina, ka viņa filmās ietvertā morāle nav uzbāzīga, ko apliecina arī intervētie cilvēki. Katrā savā filmā režisors akcentējis kādu sev un sabiedrībai kopumā aktuālu problēmu un parādījis dažādus variantus tās risinājumam caur attēlotajiem notikumiem, ļaujot skatītājam brīvu izvēli un pašvērtējumu starp labo un ļauno. 1. grupas 3 respondentes atzīst, ka filmās ietvertā morāle var rosināt sabiedrības pārdomas, bet reālo rīcību neietekmē, attiecinot personīgi uz sevi viņas atbildēja, ka tieši rīcību neietekmē, bet nereti dod pozitīvu emocionālu lādiņu. 1 no šīm 4 respondentēm bija negatīvi noskaņota, ka kino varētu, ko konkrēti mainīt sabiedrības vai pašas dzīvē, attieksmē vai rīcībā. 2. grupas visi 3 pārstāvji atzina, ka šī potenciālā ietekme nav strikti pamācoša un katra cilvēka paša izvēle esot, ko mainīt vai nemainīt savā dzīvē, uzskatos vai attiecībās. Respondente F atklāja, ka personīgajā sfērā „tādi pozitīvi tēli kā Boņuks rosina domāt, ka latvietis tomēr ir stiprs garā, tas rosina saņemties un uz dzīves grūtībām paraudzīties cerīgāk”. 3. grupas 2 pārstāvji nebija par to domājuši vai atbildēja noliedzoši, tikai Respondente J teica, ka neietekmējot ne sabiedrības, ne pašas rīcību, bet iespējams raisot pārdomas. Abi 4. grupas respondenti K un L arī šaubījās par kino potenciālajām spējām

ietekmēt sabiedrības morālo stāju, kaut nenoliedza, ka J.Streičs iespējams to mēģinājis darīt. Respondents K teica, ka „režisoram esot vērts mēģināt pasauli caur mākslas prizmu darīt labāku pat, ja tas neko būtiski nemaina, vien tikai nomierina viņa paša sirdsapziņu”. Personīgajā jomā Streiča filmas viņus abus nereti rosinot uz pārdomām par dzīvi.

Attiecībā uz visām 3 šajā pētījumā iekļautajām filmām, tās aptaujātajiem respondentiem kopumā patika. Nelielas iebildes bija respondentei H, kurai šķita, ka „Rūdolfas mantojumā” iekļauta pārāk hroniska vēstures informācija un filmas uzņemšanas vide atsauca atmiņā Brīvdabas muzeju, tādā veidā apstrīdot ticamības momentu. Savukārt, respondentam K neizprotama bija režisora izvēle par labu stopkadru iekļāvumam montāžas gaitā šajā pat filmā.

Pārdomas par tēmu, vai latviešu kino pastāvēšana un attīstība ir svarīga sabiedrībai un pašam aptaujātajam deva līdzīgas atbilde. Lielāka daļa 10 respondenti atbildēja abos gadījumos apstiprinoši, bet 2 atbildes bija noliedzošas, ko iespējams ietekmējusi pašreizējā situācija valstī attiecībā uz investīcijām nacionālā kino jomā un neticību, ka kaut kas būtiski mainīsies tuvākajos gados. Respondente B ir sarūgtināta, ka „profesionāli režisori spiest darīt arī vairāk nekā prasa viņu tiešie pienākumi, lai sabalansētu filmas budžetu”. Respondents K atbild ar netiešu pretjautājumu: „ Vai tā ir nacionāla valsts, kura nespēj realizēt savu nacionālo kino ? Kino ir pieejamāks tautai kā teātris. No visām mākslām kino ir viena no galvenajām”. Respondentam I „nav ilūziju, ka pie varas esošā elite gribētu, ko darīt nacionālā kino labā, jo viņaprāt 20 neatkarības gados plašākai publikai atpazīstamas 2-3 latviešu mākslas filmas ir pārāk mazs devums kultūrā, pašapziņas celšanai”. Viņš to skaidro nevis ar līdzekļu trūkumu, bet drīzāk propagandas trūkumu strādāt šajā virzienā. Pēc viņa domām situāciju nacionālā kino jomā šobrīd virza piedāvājums, palielinoties tam, augs arī pieprasījums tieši pēc šīm filmām.

Raksturojot nacionālo kino, 50% respondentu minēja visus piedāvātos atbilžu variantus: kultūra, māksla un izklaide, bet 50% norādīja uz kino kā kultūras sastāvdaļu, viena trešā daļa uzskatīja, ka kino ir vistiešākā saikne ar mākslu, bet , lai nebūtu pārāk nopietni nepieciešama arī izklaides deva. Un tikai 1 cilvēks minēja tīru izklaidi, kā galveno kritēriju, ko sagaida no šīs jomas.

Kādreizējam A.Ēķa izteikumam par Streiču kā sava veida nacionālo kodu piekrita 11 respondenti, tikai respondents K iebilda, ka vēl bez viņa ir labi latviešu režisori un J.Streičs tāds neesot vienīgais. Nacionālo kodu katrs mēģināja interpretēt dažādi, bija atbildes, kurās J.Streičs tika minēts kā kultūras darbinieks, viņa strādāšana latviešu auditorijai ar latviešu mentalitātei tuvām un saprotamām vērtībām. Respondents L minēja, ja „Rainis esot dzejā un R.Blaumanis literatūrā, tad J.Streičs tāds esot kino jomā”, arī respondents I norādīja uz

J.Streiča vārdu kā sava veida zīmolu kino mākslā. Respondente J secināja, ka „Streiča devumu nevar izdzēst ne no latviešu kultūras, ne vēstures”. Bet respondents G norādīja uz J.Streiča veiksmīgo „Latvijas vēstures atspoguļošanu caur laikmeta un paaudžu prizmu”.

4. Analītiskā daļa

Latvijā tāpat kā daudzās Eiropas valstīs valstiskā mērogā svarīga ir tieši nacionālo filmu industrijas attīstība un pastāvēšana. Nacionālais kino ir daļa no nacionālās kultūras. Arī Latvijā ir autoru kino tradīcijas. Diemžēl saistībā ar pašreizējo ekonomisko situāciju Latvijā un finansējuma samazinājumu Nacionālajam kino centram pietrūkst līdzekļu, lai atbalstītu visus pieteiktos projektus. Tiek rīkoti konkursi un valsts finansējumu iegūst tikai labākie projekti. Lai nodrošinātu savu ideju īstenošanu un nebūtu spiestas aiziet no filmu industrijas, lielākā daļa Latvijas filmu studiju savu eksistenci nodrošina darbojoties reklāmas tirgū, sniedzot kādus pakalpojumus vai arī piesaista investorus un meklē sponsorus mākslas cienītāju lokā.

Režisors J.Streičs kā daudzu starptautisko filmu festivālu dalībnieks un laureāts godam nes Latvijas valsts vārdu pasaulē attiecībā uz mākslas kino jomu. Viņa profesionālā izaugsme, ilgo un ražīgo darba gadu pieredze, kā arī gan pašmāju, gan ārzemju kino ekspertu novērtējums ļauj Streiču atzīt kā režisoru un scenāristu ar lielu burtu vistiešākajā šā jēdziena nozīmē.

Pēdējās desmitgadēs nacionālās filmu industrijas visā pasaulē sastopas ar Holivudas masveida produkcijas konkurenci. Šajos apstākļos mākslas jomā svarīgi ir nepazaudēt autoru individualitāti un iedibinātās tradīcijas. Latvijā veidotās filmas nevar pārspēt finansiāli iespaidīgākos Holivudas projektus ar vēl iespaidīgākiem specefektiem vai pasaulē popularitāti iemantojušu aktieru piedalīšanos. Bet pēc darba autores domām, veidojot filmas, kuras galvenokārt domātas Latvijas auditorijai, iepriekšminētais arī nebūtu prioritāte. Latvijas auditorija jāpiesaista ar atšķirīgo, ar to, ko vēlas skatītājs, bet neatrod ārzemju filmās. J.Streičam lieliski izdodas uzminēt un iekļaut savos darbos latviešu auditorijas gaidu un vēlmju apmierinājumu. Piemēram, ētiskās vērtības, latviešu mentalitātei raksturīgo vēlmi pasmieties par citiem vai arī cenšanos ideoloģijas līmenī atjaunot nacionālo pašapziņu. Kā iepriekš darbā bija minēts, Ā. Ēķis par J.Streiču ir teicis, ka „viņš esot kā nacionālais kods un viņa pēdējais projekts- filma „Rūdolfā mantojums”- labas zāles pret cilvēcisko, nacionālo un valstisko depresiju”.

J.Streiča mākslas filmas atbilst populārās kultūras teorijās definētajam plaša patēriņa produkta nosacījumam. Režisora veidotajās mākslas filmās ietvertie stāsti ir tuvi un saprotami latviešu skatītāju auditorijai, jo tie ietver mums būtiskus latviešu kultūras artefaktus, kuri tiek saglabāti un nodoti arī nākamajām paaudzēm. Viņa filmās attēlots latviešu tautas ierastais dzīves ritms, ikdiena, ieražas un gadskārtu svētku svinēšanas tradīcijas dažādos vēsturiski atšķirīgos laika posmos. Piemēram, filma „Rūdolfā mantojums” stāsta par notikumiem 20.gadsimta sākumā, bet filma „Limuzīns Jāņu nakts krāsā” iepazīstina skatītāju ar

20.gadsimta astoņdesmito gadu ikdienas realitāti. Savukārt, filmā „Cilvēka bērns” J.Streičam izdevies veiksmīgi apvienot un apmierināt gan dominējošo sabiedrības grupu pārstāvju (latviešu), gan subkultūru pārstāvju(latgaliešu) intereses, gaidas, vēlmes un to apmierināšanu. J.Streiča filmas pēc savas būtības ietver arī populārās kultūras antropoloģisko pieeju, jo, lai realizētos veiksmes formulas fenomens, ir jābūt informētam par to, ko mērķauditorija pārskat, klausās, skatās un lieto. Lai arī J.Streičs latviešu kultūrā vērtējams kā radoša un patstāvīga personība, viņa profesionālā izaugsme un attīstība nav iedomājama bez mijiedarbības un citiem indivīdiem un zināmā mērā arī ar savu mērķauditoriju. Aplūkojot J.Streiča mākslas filmas kā populārās kultūras produktus un palūdzot auditorijas pārstāvju novērtējumu, daļēji strukturētajās intervijās atklājās, ka tās patērētājam sniedz pirmkārt, izklaidei- kā primārā kategorija tā tika minēta divās trešdaļās gadījumu gan ar piebildi, ka tā nav tukša un tikai izklaide, bet sniedz vēl kādu papildus ieguvumu. Otrkārt, tika minēta informācija, kurai sekoja emocionālie papildus ieguvumi.

Filmu studiju teorētiskās nostādnes vistiešākajā veidā ir saistītas ar dažāda veida kino produktiem, protams, arī spēlfilmām. Jebkura mākslas filma ne tikai ietver stāstu par kādu notikumu, bet atklāj to auditorijai ar dažādiem vizuālajiem un audiālajiem izteiksmes līdzekļiem, kuri nenoliedzami piesaista skatītāju uzmanību, raisa skatītājos dažāda veida emocijas, rosina uz pārdomām vai diskusijām. J.Streičs savās filmās veiksmīgi izmantojis abus minētos izteiksmes līdzekļus. Runājot par vizuālo kvalitāti, viņš pratis atrast skaistas vietas gandrīz katrā Latvijas novadā, uz kuru fona risinās filmu darbība. Auditorijai tiek piedāvāts izbaudīt Latvijas dabas ainavu skaistumu no režisora un operatoru skatu punkta, tas var atšķirties no skatītāja paša pieredzes, bet labā nozīmē, jo bagātina viņu emocionālajā ziņā. Popularitātes fenomenam papildus nodrošinājumu sniedz atbilstošs muzikālais noformējums, piemēram, tautā iemīļotā komponista R.Paula mūzikas vai to fragmentu izmantošana. Kino ieņem nozīmīgu vietu 21.gadsimta indivīda brīvā laika pavadīšanas sfērā, grūti šobrīd būtu iedomāties izklaides jomu bez „kustīgiem attēliem”.

Režisors intervijās masu medijiem atzinis, ka „ Dieviņš viņam devis dzīves patiesības izjūtu un tur nu neko nevarot darīt”. Runājot par panākumu atslēgu, viņaprāt „ tā neesot parasta veiksmē vien”. Daudzās viņa filmās, ieskatoties dziļāk var ieraudzīt „daļiņu no mūsu aizmirstās dvēseles”. J.Streičs pats atzīst arī detaļu: kostīmu, dekorāciju un rekvizītu nozīmi. Šie šķietamie sīkumi ir ļoti svarīgi, lai skatītājs ticētu un pieņemtu ekranizētos notikumus līdzvērtīgam realitātes atainojumam. Pētījuma gaitā daļēji strukturētajās intervijās netika gūts apstiprinājums, ka arī auditorija pievērstu tikpat lielu uzmanību rekvizītiem kā pats autors. Tikai 25% respondentu atbildēja, ka viņi pievērš uzmanību rekvizītiem. Daļai respondentu šis

jautājums izraisīja pārdomu brīdi, jo viņi iepriekš nebija domājuši par detaļām, lai tas netraucētu uztvert konkrētu filmu kā patstāvīgu mākslas darbu. Interesanti, palūdzot nosaukt kādu no atmiņā palikušajiem spilgtākajiem rekvizītiem, gandrīz puse no aptaujātajiem respondentiem minēja karieti no filmas „Rūdolfā mantojums”, kaut pats režisors kā sociālās kārtas raksturojošu un pasvīturojošu elementu bija apāvis filmas galvenajam varonim-latviešu saimniekam garos zābakus. Šī atšķirība uzskatos liek secināt, ka ne vienmēr režisora un auditorijas viedoklis saskan attiecībā uz to, kas tieši filmai piešķir lielāku ticamību vai garantē tās popularitātes fenomenu.

Padomju gados, kad uzņemta filma „Limuzīns Jāņu nakts krāsā”, nebija viegli īstenot iecerēto projektu, jo tā saturs bija pakļauts cenzūrai, kā arī idejas lietderīgums bija ne tikai jāprezentē vietējām kino institūcijām, bet arī nepieciešamības gadījumā jādodas uz Maskavu, lai apstiprinātu scenāriju. Šajā gadījumā jāatzīmē režisora neatlaidība un pārliecinātība par savu projektu, lai spētu pārliecināt arī citus, no kuriem atkarīga idejas realizācija, piemēram, toreizējo *Goskino* mākslas filmu galveno redaktoru. To apliecina arī V. Avotiņa piezīme, ka „viņš savās filmās allaž dzirdējis pats sevi un nav daudz rēķinājis ar valdošo estētikas uztveres stereotipu”.

Ticamības momentu papildina ģeogrāfiskā atpazīstamība. Streičs pats savulaik ļoti vērsies pret ģeogrāfisko anonimitāti, jo viņaprāt neloģiska šķiet daudzu skaistāko Latvijas dabas objektu iekļaušana kādā konkrētā filmā. Auditorija atpazīst šos dabas objektus un zemapziņā atsakās ticēt tam, ka uz ekrāna tie atainotu vienotu vides telpu. Tā „J. Streiča Mirtas tante dzīvoja Cēsu rajona Raiskuma ciemā, ar savu limuzīnu brauc pa reāli eksistējošu ceļu uz Cēsīm”. Savukārt, latgāliešu filma par Latgali „Cilvēka bērns” tika uzņemta šajā Latvijas novadā nevis Rīgas tuvumā, kur tas būtu varbūt ērtāk izbraukāšanai radošajai grupai un ļautu samazināt finansiālajā ziņā transporta izmaksas. Ar filmu „Rūdolfā mantojums” bija nedaudz sarežģītāk, būtībā viņa sēta būtu varējusi atrasties jebkurā Latvijas kultūrvēsturiskajā novadā un nezustu ticamības moments vides attēlojumam. Taču režisors šajā gadījumā sadarbībā ar A.Ēķi izvēlējās dekorācijām uzcelt reālu lauku sētu Cinevillas teritorijā. Šis fakts netiek slēpts no auditorijas, tai ir iespējas pirms vai pēc filmas noskatīšanās doties ekskursijā uz Kurzemi, lai savām acīm pārliecinātos par vides realitāti.

Balstoties uz teorijas daļā minēto Šūmeikeres un Rīza teoriju par ietekmes līmeņiem uz mediju saturu, var secināt, ka J.Streičs kā režisors var ietekmēt mākslas filmu saturu, bet skatītājus savukārt var ietekmēt saturā ietvertais stāsts, tajā netieši uzsvērtās ētiskās vērtības. J.Streiča filmas nav strikti pamācošas, režisors atstāj katra paša ziņā izvērtēt tajās iekļautās

dzīves gudrības un pārdomāt piedāvātos problēmu risinājumus. Mākslas filmu satura radīto iespaidu uz auditoriju var aplūkot indivīda līmenī.

Salīdzinot auditorijas lietošanas un vēlmju apmierināšanas teorētiskās nostādnes un praksē novērojamo indivīdu rīcību un izvēli, var secināt, ka tā atbilst patiesībai arī šajā konkrētajā pētījumā. Galvenais kritērijs, kas ir pamatā J.Streiča mākslas filmu un to mērķauditorijas attiecībām, ir personīgi iegūstamais labums. Attiecības starp saturu un tā radītajiem efektiem veidojas pastarpināti caur auditorijas lietošanas paradumiem. Intervēšanas procesā saņemtās atbildes 100% apstiprināja, ka aptaujātie respondenti skatās J.Streiča filmas un lielākā vai mazākā mērā jūtas apmierināti un gandarīti.

Suminova iesaka mākslas filmas uztvert kā mākslinieciskās kultūras sastāvdaļu informācijas sistēmas ietvaros. Kā jau darba teorētiskajā daļā bija norādīts viņa uzsver, ka „mākslas kino nevar aplūkot, sadalot to vizuālajā informācijā un lingvistiskajā. Teksts ir mums visapkārt, teksts ietver cilvēka sociālo pieredzi”. Arī teksta un filmās ietverto dialogu nozīme un stils nav mazsvarīgi. Daļa no populārāko filmu dialogu frāzēm laika gaitā folklorizējušās. Piemēram, no filmas „Limuzīns Jāņu nakts krāsā” var minēt teicienus- „...aizved mani uz Munameģi..”, „...man kā vēsturniecei..” u.c. Pēc viņas teorijas mākslas filmās iekļauto tekstu un dialogus var uzskatīt kā strukturētu informatīvu semiotisku sistēmu, bet pašas filmas tad attiecīgi kā sava veida mākslas darba formu, caur kuru šī sistēma izpaužas.

Metodoloģijas daļā abas izvēlētās metodes: naratīva analīze un strukturētā intervija pētījuma gaitā izrādījās atbilstošas darba mērķa sasniegšanai. Abu metožu izmantošanas procesā iegūtie dati bija savstarpēji papildinoši.

Naratīva analīzes process detalizēti aprakstīts šī bakalaura darba trešajā pētnieciskajā daļā. Vēlreiz atkārtoti var uzsvērt Brauna minēto, ka „naratīvs filmās jāuztver „kā komunikācijas akts, stāsts skatītājiem, izmantojot attēlus, režiju, verbālus komentārus un vizuālu pieeju kā noteiktu patstāvīgu naratīva pasaules izrādi, kura satur dažādas darbības hierarhiskā kārtībā”. Naratoloģijas elementus var atrast jebkurā medijā vai tā piedāvātajos produktos, tai skaitā kino un J.Streiča mākslas filmās. Naratīva analīze ļauj atklāt kultūras artefaktus. Par vienu no kultūras artefaktiem noteikti var uzskatīt latgaliešu dialekta izmantojumu filmā „Cilvēka bērns”, šis kultūras artefakts ir kā papildinoša kolorīta detaļa. Naratīva teorijas pamatlicēja Propa metode, pēc kuras līdzības tika veidota tēlu raksturojuma un funkciju kategorijas, ļāva vilkt paralēles starp visu trīs izvēlēto filmu personāžiem. Detalizētā pieeja deva iespēju noskaidrot, ka katrā J.Streiča filmas stāstā ir kāds pozitīvais tēls, kam daudzi skatītāji gribētu līdzināties garā. Šādi tēli piesaista skatītāju uzmanību, rada

viņos patīkamas, pacilājošas emocijas un bagātina viņus garīgi, šo faktu apliecināja arī interviju procesā iegūtā informācija.

Izvēlēto respondentu aptauja atklāja, ka kādas konkrētas J.Streiča mākslas filmas popularitātes līmenis nav atkarīgs tikai no tās scenārija, vizuālās vai audiālās kvalitātes vien, bet dažādu paaudžu skatītāji pievērš uzmanību filmu varoņu savstarpējo attiecību atveidojumam un emocijām, kuras sniedz šī brīvā laika pavadīšanas iespēja. Emocijas, atmiņas un līdzpārdzīvojuma sajūtas zemapziņas līmenī rada priekšnoteikumus vai attiecīgā mākslas filma patīk, vai nepatīk. Piemēram, lielākā daļa respondentu (10 no 12) kā J.Streiča populārāko filmu minēja „Limuzīnu Jāņu nakts krāsā”, jo pirmā saskare ar to bijusi bērnībā vai jaunībā. Ikgadēja atkārtota tikšanās ar iemīļotajiem personāžiem radījusi sava veida pieradumu pie tās, jeb tradīciju sagaidīt Līgo svētkus šīs filmas ieskaņās.

Lielākā daļa latviešu režisora filmu tai skaitā trīs tuvāk aplūkotās ir sižeta ziņā viegli uztveramas, satur pietiekoši daudz izklaides un informatīvo elementu, kā arī piesaista plašu dažāda vecuma auditoriju. Respektīvi, tās ģimenes lokā skatījušies ne tikai aptaujātie respondenti, bet arī ar viņu bērni, ja respondentam tādi bija. Noskatoties šīs trīs filmas var konstatēt, ka režisors sižeta naratīvā iekļāvis vairāku paaudžu atainojumu, cauri notikumiem vijas dažāda vecuma tēlu savstarpējās attiecības. Tātad var secināt, ka šo filmu panākumus un popularitāti sekmē fakts, ka tās ir filmas par dažādu paaudžu sadzīvi, kā arī domātas dažādām skatītāju paaudzēm vienlaicīgi. Katra no šīm paaudzēm vēlas filmā redzēt savas vērtības, savu problēmu iespējamo risinājumu, J.Streičam šīs savas mērķauditorijas gaidas ir izdevies veiksmīgi piepildīt. Vēl var piebilst, ka laika gaitā skatītāja vērtību skala mainās, tātad viņš arī atkārtoti skatoties filmu, sagaida, ka atklās tajā, kādu iepriekš priekš sevis nepamanītu niansi.

J.Streiča filmās nenoliedzami ir iekļauta zināma deva nacionālās pašapziņas. Režisora filmas ir latviskas, tajās atainoti notikumi tuvi un saprotami latviešu mentalitātei. Taču šī sava veida nacionālā ideoloģija nav uzbāzīga, katram skatītājam ir dota iespēja izvērtēt, kas viņaprāt ir labi un kas nē vai arī kuram varonim skatītājs vēlētos līdzināties garā. Jautājums par nacionālā kino pastāvēšanu un attīstību tika uzdots arī respondentiem, kuri uz to atbildēja apstiprinoši, proti, 10 no 12 aptaujātajiem uzskatīja, ka šis fakts ir svarīgs gan viņiem pašiem, gan latviešu sabiedrībai kopumā. Pastiprinātu nacionālās pašapziņas devu uzmanīgs vērotājs var atrast pēdējā režisora filmā „Rūdolfā mantojums”, kurā netieši skatītājs var izvēlēties, vai viņam pieņemamāki tēli ir tādi kā kalps Kārlis, poļu pans vai vagars, kuri ir ar mieru liekt muguru saimnieka, kunga vai finansiālajā ziņā pārākas personas priekšā vai būt brīvi garā, kā saimnieks Rūdolfs, kurš bija atgriezies dzimtajā pusē, lai būtu saimnieks savā sētā un kungs

savā zemē. Jāpiebilst, ka meklējot potenciālos respondentus krievu tautības lokā, tas bija salīdzinoši neveiksmīgi.

Filmas panākumus ietekmē režisora talants un prasme strādāt ar aktieriem, kā arī izvēlēties atbilstošākos aktierus iecerēto tēlu lomām. J.Streičs savās filmās strādājis gan ar Latvijas mēroga zvaigznēm un vecmeistariem kā L.Ozoliņa, Ē.Valters u.c. , gan arī nav baidījies meklēt potenciālos talantus, kuriem nav pieredze kino jomā, piemēram, filmā „Cilvēka bērns” galveno lomu spēlēja A.Rudzinskis, latgaliešu puika, kurš tika atrasts kino provēs Latgalē. J.Streičs aktieru izvēlē ir uzticīgs saviem novērojumiem, viņš aktierus izvēlas, nevis tikai balstoties uz viņu iepriekšējo pieredzi, bet arī sajūtot potenciālo talantu un tādējādi dodot iespēju apliecināt savas spējas, prasmes un profesionālo izaugsmi uz ekrāna. Labs piemērs ir filmā „Limuzīns Jāņu nakts krāsā” Ērika lomas uzticēšana U.Dumpim, kurš pēc tā laika kritiķu domām bija tikai labs otrā plāna aktieris, vai arī Uģa loma toreizējās Teātra fakultātes studentam G.Āboliņam. Interesanti, ka J.Streiča filmās lielākas vai mazākas lomas uzņemas un veiksmīgi nospēlē arī kinostudijai tuvu stāvoši cilvēki un darbinieki vai sabiedrībā populāri cilvēki. „Limuzīnā Jāņu nakts krāsā” Viktoru tēlo B.Ružs, bet Lāsminiņu režisora L.Leimaņa un otrās režisores B.Zandes meita D.Zande. B.Ružs spēlē arī Boņuka vectēvu filmā „Cilvēka bērns”. Arī pats režisors vajadzības gadījumā spēj veiksmīgi iejusties ne tikai filmas aizkadra aktivitātēs, bet arī ekrāna tēlā- filmā „Cilvēka bērns” viņš attēlo mācītāju, bet „Rūdolfā mantojumā ” uzņemas nelielu epizodisku mākslinieka lomiņu. „Rūdolfā mantojumā” epizodēs var ieraudzīt ne tikai filmas uzņemšanas radošā kolektīva pārstāvjus, bet arī tādus sabiedrībā zināmus cilvēkus kā uzņēmēju V.Gavrilovu, tv seju B.Sipenieci u.c. Kā jau iepriekš bija minēts, skatoties latviešu mākslas filmas, skatītājs iepazīst un iemīļo latviešu aktierspēli. Visi respondenti vienbalsīgi piekrita, ka atpazīstamu aktieru piedalīšanās ir svarīgs faktors, jo tas sniedz papildus emocijas un ir kā drošības garantija filmas kvalitātei un savā ziņā pastiprina arī ticamības momentu. Kā atpazīstamākais aktieris tika nosaukts U.Dumpis, kurš filmā „Limuzīns Jāņu nakts krāsā” atveido Ēriku-viņu nosauca viena trešdaļa respondentu, bet kā patiesākā tēlojumā tika atzīta R.Kalniņa, kura atveidoja Emīliju filmā „Rūdolfā mantojums”. Savukārt, J.Streičs aptaujātajiem respondentiem saistās un palicis atmiņā tieši kā režisors. Veiksmes panākumu pamatā ir režisora spēja, rakstot scenāriju, redzēt iedomātos tēlus konkrētu aktieru atveidojumā. Tāpat popularitātes fenomens ir saistīts ne tikai ar aktieru talantu, bet arī viņu atbilstību konkrētajai lomai.

Lielākā daļa respondentu filmas tai skaitā J.Streiča mākslas filmas skatās mājās, šo izvēli nosaka komforts, laika un finansiālie resursi. Saņemtās atbildes ļauj secināt, ka tām

filmām, kuras biežāk tiek rādītas televīzijā vai kuras ir pieejamas datortehnoloģiju lietotājiem dvd formātā, ir lielākas potenciālās iespējas būt atpazīstamām un populārām lielākā auditorijas daļā. Intervēšanas gaitā radās pamatots papildus jautājums, kurā tika noskaidrots, vai kino pieejamība savā veidā varētu ietekmēt jaunāko režisora filmu izplatību un veicinātu to popularitāti. Šis jautājums tika uzdots 6 respondentiem, no kuriem puse dzīvo šobrīd Rīgā, bet otra puse ārpus galvaspilsētas. 50% no šiem respondentiem atzina, ka kino tuvums un biļešu cenas kvantitatīvi ietekmē apmeklējumu, 50% respondenti atbildēja noliedzoši. Pieejamības faktora ietekmi atzina 3. un 4. grupas pārstāvji (abas gados vecākās grupas), bet noliedza 1.un 2.grupas pārstāvji(salīdzinoši gados jaunākās grupas). Tātad pastāv reālas atšķirības uzskatos un attieksmē par kino pieejamību attāluma un cenas ziņā starp dažāda vecuma kino apmeklētājiem. Vēl var secināt, ka mūsdienu filmu auditorijai būtiski ir ne tikai kāda veida filmas skatīties, bet arī kādos apstākļos tās skatīties. Diemžēl daudziem 21.gs skatītājiem kino apmeklējums vairs nesaistās ar īpaša notikuma statusu, Rīgā kino ir salīdzinoši pieejams. Sarežģītāk ir tiem skatītājiem, kuri tomēr izvēlas veikt garo ceļu uz novada centru vai galvaspilsētu.

J.Streiča filmās atainotas aktualitātes, kuras vitālas pašam režisoram un sabiedrībai kopumā. Režisors nopietnas un sarežģītas problēmas risina ar viegla humora palīdzību. To apstiprina arī aptaujātie respondenti, kuri atzīst, ka viņa filmas ir ar dziļu saturu, bet viegli uztveramas.

Daļēji strukturētajās intervijās tika iegūta nepieciešamā informācija, kuru apkopojot izdevās interpretēt J.Streiča mākslas filmu mērķauditorijas domas un viedokļus par pētījumā iekļautajām filmām, par nacionālā kino funkcijām un J.Streiču kā režisoru un radošu personību. Iegūtie dati ļāva secināt, ka J.Streiča mākslas filmās iekļautais popularitātes fenomens apmierina auditorijas gaidas. J.Streiča veiksmes formulas kritēriji uzsvērti tālākajā darba daļā- secinājumos.

Šis pētījums ļāva atklāt J.Streiča veiksmes formulas kritērijus. Tā bija interesanta pieredze darba autorei aplūkot viņa filmas populārās kultūras aspektā. Savukārt intervijās iesaistītajiem respondentiem tika dota iespēja aizdomāties dziļāk par lietām, kurām viņi ikdienā nepievērš uzmanību, skatoties uz mākslas filmām kopumā. Daudzi no viņiem atzina, ka tas bijis pozitīvs moments. Darba nozīmīgums citiem saistās ar potenciālo iespēju uz J.Streiča filmām paraudzīties minētajā aspektā. Turpmākajā pētniecības procesā varētu analizējamo filmu klāstu kvantitatīvi paplašināt, kā arī sekot līdzi režisora turpmākajam devumam kultūrā.

Secinājumi

Ievadā kā šī bakalaura darba galvenais mērķis tika izvirzīts uzdevums atklāt J.Streiča mākslas filmu panākumu veiksmes formulu. Popularitātes fenomena noteikšana vistiešākajā veidā ir saistīta ar auditorijas gaidām un to apmierināšanu. Lai paveiktu izvirzīto uzdevumu, pētījuma gaitā autore veica naratīva analīzi trim populārākajām un atpazīstamākajām režisora spēlfilmām, kā arī, izmantojot daļēji strukturētas intervijas, iztaujāja dažāda vecuma un vecuma respondentus, kuru atbildes zināmā mērā var attiecināt uz plašāku šo mākslas filmu auditoriju. Pētījuma gaitā, strādājot ar izvēlētās teorijas un metodoloģijas materiāliem, autore konstatēja, ka gan teorija, gan metodes ir atbilstošas bakalaura darba mērķa sasniegšanai.

Balstoties uz iepriekš minēto var teikt, ka režisora un scenārista J.Streiča mākslas filmas ir daļa no populārās kultūras produktiem. Tās pārstāv dažādus kino žanus, satur gan komēdijas, gan traģēdijas elementus. Filmās ir viegli uztveramas, satur pietiekoši daudz izklaides elementus, informatīvus vēsturiskus faktus un piesaista plašu dažāda vecuma auditoriju. Aplūkotajās mākslas filmās iekļautais stāsts ne tikai ir atbilstošs auditorijas gaidām, bet nereti ļauj skatītājam vilkt paralēles starp ekrāna varoņu dzīves stāstiem un realitāti, kas vēl vairāk satuvina auditoriju ar viņa veidotajām spēlfilmām.

J.Streiča filmās ir ietverti šādi veiksmes formulas kritēriji:

- J.Streiča filmas ir domātas plašai auditorijai, tajās ietvertās aktualitātes ir būtiskas ne tikai pašam režisoram, bet katra skatītāju paaudze vai vecuma grupa saskata tajās sev svarīgas lietas;
- J.Streiča filmas ir veidotas galvenokārt tieši latviešu auditorijai, tajās ir ne tikai latviešu kultūras artefakti, bet arī pietiekami liela daļa nacionālās pašapziņas;
- J.Streiča mākslas filmās ietvertās ētiskās vērtības-mīlestība, savstarpēja cieņa un labestība nekad „nenovecos”, nezaudēs savu aktualitāti skatītāju sirdīs;
- J.Streiča mākslas filmu sižetos ietvertie stāsti ir reālistiski- režisora prasme izvēlēties atbilstošus aktierus, ekranizēto notikumu vidi un rekvizītus padara atspoguļoto realitāti ticamu un pieņemamu auditorijai;
- J.Streičs gadu gaitā ir izveidojis savu veiksmes formulu un sekojis tai, lielā mērā nebaidoties atšķirties no citiem latviešu režisoriem, uzdrīkstoties meklēt veidus un

iespējas savu ideju realizēšanai. Viņa filmas caurvij režisora gandarījums par paveikto, to sajūt un novērtē arī auditorija.

Avotu un literatūras saraksts

1. Avotiņš, V. (1992). Nākotne kāda tā bija. Māksla, Nr. 7/8.
2. Bauer, M., Gaskel, G. (2000). *Qualitative Researching with Text Image and Sound: a Practical Handbook*. London: Sage Publications. 374 p.
3. Berger, A.A. (2000). *Media and Communication Research Methods: An Introduction to Qualitative and Quantitative Approaches*. Thousand Oaks: Sage Publications. 295 p.
4. Blaua, I. (2010, 20.01). Likteni nevajag izaicināt. Ieva, Nr. 3(639).
5. Bordwell, D., Thompson, K. (2008). *Film Art: An Introduction*. Boston: McGraw-Hill. 505 p.
6. Briggs, A., Cobley, P. (2002). *The Media: An Introduction*. Harlow [etc.]: Pearson/Longman. 500 p.
7. Daymon, C., Holloway, I. (2002). *Qualitative Research Methods in Public Relations and Marketing Communications*. London; New York: Routledge. 293 p.
8. Giannetti, L., Leach, J. (2001). *Understanding Movies*. Toronto: Prentice-Hall. 466 p.
9. Gubrium, J.F., Holstein, J.A. (2002). *Handbook of Interview Research: Context & Method*. Thousand Oaks [etc.]: Sage Publications. 981 p.
10. Kroplijs, A., Rašcevska, M. (2004). *Kvalitatīvās pētniecības metodes sociālajās zinātnēs*. Rīga: RaKa. 178 lpp.
11. Littlejohn, S.W., Foss, K.A. (2009). *Encyclopedia of Communication Theory*. California; Los Angeles: Sage Publication. 1105 p.
12. Matīsa, K. (2005). *Vecās labās... Latviešu kinoklasikas 50 spožākās pērles*. Rīga: Atēna. 502 lpp.
13. McQuail, D. (1997). *Audience Analysis*. Thousand Oaks [etc.]: Sage Publications. 166 p.
14. McQuail, D. (2005). *Mass Communication Theory*. London; Thousand Oaks; New Delhi: Sage Publication. 616 p.
15. Morley, D. (1992). *Television, Audiences and Cultural Studies*. London; New York: Routledge. 325 p.

16. Nichols, B.(2001).*Introduction to Documentary*. Bloomington; Indianapolis: Indiana University Press.223 p.
17. Nečaja, O.,Ratņikovs,G.(1983).*Kinomākslas pamati*. Rīga: Zvaigzne.199 lpp.
18. O'Brien, S.,Szeman, I.(2004). *Popular Culture :a User's Guide*.Australia:Thomson Nelson. 345 p.
19. Porter Abbott,H.(2002).*The Cambridge Introduction to Narrative*.Cambridge University Press.203 p.
20. Plotnieks, I.(2000). *Saskarsmes māksla*.Rīga: Latvijas Uzņēmējdarbības un menedžmenta akadēmija.381 lpp.
21. Пропп, В.Я.(2003). *Морфология волшебной сказки*. Москва : Лабиринт. 143 с.
22. Raita, S.(2010,30.01.-05.02).Pie kostīma esmu dikti piekasīgs. Nedēļas žurnāls Māja, nr.450.
23. Riekstiņš, E.(1982). Ak, šis „Pelēcītis”... Karogs,Nr.2.
24. Renov,M.,Donald,J.(2008). *The SAGE Handbook of Film Studies*. London; Thousand Oaks: Sage Publications. 522 p.
25. Rubenis, A. (2004).*20. gs kultūra Eiropā*.Rīga: Apgāds Zvaigzne ABC.456 lpp.
26. Rušeniece,L. (2010.15.01).Rūdolfa mantojums-latviešu pašapziņas stiprināšanai. NRA ,Nr.12(5602).
27. Shoemaker, P.J., Reese, S.D.(1996). *Mediating the Message :Theories of Influences on Mass Media Content*. White Plains (NY) : Longman.313 p.
28. Stam, R.,Miller, T.(2000). *Film and Theory*. Malden (Massachusetts); Oxford (UK): Blackwell Publications. 862 p.
29. Stokes, J.(2003).*How to do Media@ Cultural Studies*. London [etc.] : Sage. 198 p.
30. Storey,J.(2001).*Cultural Theory and Popular Culture*.Harlow [etc.] : Pearson/Prentice Hall.237 p.
31. Storey, J.(2003).*Cultural Studies and the Study of Popular Culture*. Athens:The University of Georgia Press.176 p.
32. Streičs,J.(1992,09.03). Latgales novada goda vērtos. Rīgas Balss.
33. Streičs, J. (1992,28.01). Būt pirms būšanas . Neatkarīgā Cīņa.
34. Strinati, D.(2007). *An Introduction to Theories of Popular Culture*. London ; New York : Routledge . 286 p.
35. Суминова, Т. Н. (2006). *Художественная культура как информационная система*. Москва: Академический Проект. 381 с.

36. Tinkcom, M., Villarejo, A. (2001). *Keyframes : Popular Cinema and Cultural Studies*. London ; New York : Routledge. 398 p.
37. Turner, G. (2002). *The Film Cultures Reader*. London ; New York : Routledge. 524 p.
38. Webb, J., Schirato, T. (2004). *Understanding the Visual*. London [etc.]: Sage. 213 p.
39. Wimmer, R. D., Dominick, J. R. (1991). *Mass Media Research: An Introduction*. Belmont: Wadsworth Publishing Company. 478 p.
40. Puriņš, R. (2010). Kinoeksperti: "Rūdolfas mantojums" paliks kā vēsturisks mantojums. *Diena.lv*. Sk. 2010.28.01.
<http://www.diena.lv/lat/izklaide/filmas/kinoeksperti-rudolfas-mantojums-paliks-ka-vesturisks-mantojums>

Pielikumi

1.pielikums

2.2.3.tab. **Intervijas atšķirība no parastas sarunas**

	<i>Saruna</i>	<i>Intervija</i>
Mērķis	Nav nopietns un iepriekš zināms	Ir vienmēr formulēts
Struktūra	Nav noteikta	Ir noteikta struktūra
Kontrole	Nav nepieciešama	Intervijas virza uz noteiktu mērķi
Runāšanas laiks	Abām pusēm aptuveni vienāds	Intervētājs 30%, intervējamais 70%

Daļēji strukturēto interviju pamatjautājumi

1. Kuras no J.Streiča filmām Jums šķiet labākās, populārākās, skatītākās ?
2. Vai kādu esat skatījis vairāk kārt ? Vai emocijas bija līdzvērtīgas kā, kad pirmoreiz skatījāties ?
3. Kāpēc Jūsprāt gadu gaitā „Limuzīns Jāņu nakts krāsā” „neiziet no modes” ?
4. Kā vērtējat „Cilvēka bērna” uzņemšanu latgaliešu dialektā ?
5. Kāpēc, Jūsprāt, filmas „Rūdolfas mantojums” pirmizrāde kino „Rīga” piesaistīja skatītājus tikpat lielā mērā, kā jebkurš no jaunākajiem Holivudas produktiem?
6. Cik lielā mērā Jūs ticat attēlotajiem notikumiem šajās mākslas filmās ? Lūdzu, pamatojiet savu atbildi !
7. Jūsprāt skatītājs piešķir nozīmi filmā iekļauto ģeogrāfisko objektu atpazīstamībai ? Un Jūs pats ? Ja, jā tad varat nosaukt kādu atpazītu Latvijas ģeogrāfisko objektu kādā no šīm filmām ?
8. Kādi motīvi Jūs vada, izvēloties kāda veida filmas skatīties ? Režisors, žanrs, īsa anotācija kādā medijā, reklāma vai draugu ieteikumi ?
9. Ko Jūs iegūstat skatoties viņa filmas ? Piemēram - izklaidi, informāciju, sociālo pieredzi ?
10. Kur Jūs biežāk skatāties filmas: mājās vai ejat uz kino ?
11. Vai iepriekš reklamēta pirmizrāde pamudinātu doties uz kino ?
12. Vai ir nozīme tam, cik atpazīstami aktieri šajās filmās piedalās ? Kurus Jūs varat nosaukt ?
13. Kā vērtējat paša J.Streiča aktīvo līdzdalību filmas tēlu atveidē ? Kurā gadījumā viņš skatītājam paliek prātā vairāk-kā režisors un scenārists vai kā aktieris ?
14. Vai Jūs pievēršat uzmanību filmās izmantotajiem rekvizītiem ? Varbūt kāds no tiem ir palicis īpaši atmiņā ?

15. Vai Jūsprāt Streiča filmas ietekmē sabiedrības nostāju, viedokli vai vērtību sistēmu ?
Kādā veidā ?
16. Vai kino ietekmē Jūsu rīcību, domas, vai attiecības reālajā dzīvē ? Ja jā, tad kādā veidā?
17. Vai Jums patika šīs mākslas filmas? Vai guvāt no tām to, ko sākumā gaidījāt ?
18. Vai latviešu skatītājam ir būtiska nacionālā kino attīstība un pastāvēšana ? Un Jums ?
19. Ar kuru no šiem atbilžu variantiem: a) kultūra, b)māksla, c) izklaide vai d) visi iepriekšminētie – Jūsprāt saistās nacionālais kino ?
20. Vai piekrītat apgalvojumam, ka Streičs savā ziņā ir kā Latvijas nacionālais kods ?

3.pielikums

3.9.2. tab.Strukturētajās intervijās aptaujātie respondenti

Apzīmējums	Uzvārds	Vārds	Vecums	Dzīvesvieta
A	Kalniņa	Līga	20	Liepupe
B	Nestere	Inga	25	Rīga/Jēkabpils
C	Gailīte	Inese	26	Limbaži
D	Bisle	Baiba	28	Rīga/Zasa
E	Bislis	Dainis	38	Rīga/Zasa
F	Sprudzāne	Solvita	39	Rīga/Rēzekne
G	Sprudzāns	Haralds	39	Rīga/Rēzekne
H	Āboliņa	Daiga	43	Rīga
I	Āboliņš	Māris	46	Jelgava
J	Kušķe	Dace	48	Viļķene
K	Lejiņš	Dzintars	56	Rīga
L	Āboliņš	Valdis	60	Jelgava

4.pielikums

Šī bakalaura darba pētījuma ietvaros veikto daļēji strukturēto interviju ieraksti pievienoti CD formā.

