

LAURA UZULE

Latvijas Universitāte
laurauzule@inbox.lv

Reģionālie mediji Latvijā: Covid-19 izraisītās krīzes izaicinājumi¹

Kopsavilkums

Tika veikts daudzpakāpju pētījums, lai noskaidrotu reģionālo mediju lomu koronavīrusa Covid-19 izraisītajā krīzē, problēmas, ar kādām saskārās plašsaziņas līdzekļi, kāds ir patērētāju viedoklis par reģionālo mediju darbu: 1) aptaujas anketa auditorijai (1428 respondenti); 2) aptaujas anketa nacionālo un reģionālo mediju vadītājiem (26 respondenti); 3) reģionālā laikraksta *Alūksnes un Malienas Ziņas* satura analīze (valstī izsludinātās ārkārtējās situācijas laikā, 12.03.2020.–10.06.2020.); 4) dziļās, daļēji strukturētās intervijas ar reģionālo mediju patērētājiem (auditoriju); 5) dziļās, daļēji strukturētās intervijas ar reģionālo laikrakstu redaktorēm.

Covid-19 krīze mainīja reģionālo mediju darbu. Dažādojās mediju informācijas iegūšanas veidi, mainījās savstarpējā komunikācija un arī radītais saturs, palielinājās mijiedarbība ar auditoriju. Abonentu un reklāmdevēju skaits ievērojami samazinājās (līdz 50 %), līdz ar to arī kopējie ieņēmumi, radot nopietnus draudus mediju eksistencei. Finanšu situācija piespieda vairākus mediju vadītājus reorganizēt līdzšinējo darbu – samazināt darbinieku skaitu un arī algu apmēru, lemt par laikrakstu periodiskuma samazināšanu un cenu paaugstināšanu. Vairāki reģionālo mediju vadītāji prognozē, ja situācija neuzlabosies, plašsaziņas līdzekļi tiks slēgti.

Sabiedrība novērtē un uzticas reģionālo mediju darbam, labprāt patērē, taču arvien biežāk nevar atļauties tos iegādāties. Aptaujas rezultāti apstiprina, ka ar katru sasniegto dzīves desmitgadi cilvēku interese par vietējiem notikumiem (jaunami pašvaldībā un reģionā, kultūra un sports) palielinās, līdz ar to arī reģionālo mediju patēriņa intensitāte. Ģeogrāfiskais tuvums veicina savstarpējo uzticēšanos starp reģionālo mediju darbiniekiem (radīto saturu) un vietējās kopienas iedzīvotājiem (auditoriju). Mijiedarbība (meklēt padomu un palīdzību pie žurnālistiem, piedalīties satura veidošanā, fiksēt valstī noteikto ierobežojumu pārkāpumus) bija īpaši aktīva Covid-19 krīzes laikā, kad ārkārtējās situācijas laikā valsts un vietējo varas iestāžu durvis bija slēgtas (darbs notika attālināti).

© Liepājas Universitāte, 2021

<https://doi.org/10.37384/SM.2021.13.044>

¹ Pētījums tapis projektā „Latvijas mediju ekoloģija: Ceturtās industriālās revolūcijas izraisīto pārmaiņu analīze” (Nr. lzp-2018/2-0260).

Straujā *Covid-19* izplatība mainīja reģionālo mediju ierasto dienaskārtību, informācijas vākšanas metodes un savstarpējo komunikāciju (attālinātas intervijas, videokonferences un tikšanās, virtuāla komunikācija elektroniskās saziņas platformās), kā arī radīto saturu. Satura analīzes rezultāti apstiprina *Covid-19* prioritāti (daudzskaitlīgums, intensitāte, novietojums) reģionālā laikraksta *Alūksnes un Malienas Ziņas* saturā. Ar *Covid-19* veltītajiem materiāliem žurnālisti informēja sabiedrību par jaunākajiem notikumiem, skaidroja valdības pieņemtus lēmumus, motivēja rīkoties atbildīgi, apelēja pie sirdsapziņas, aicināja būt savstarpēji izpalīdzīgiem, arī nosodīja, mierināja un glāba krīzes periodā. Ārkārtējās situācijas laikā žurnālisti pildīja ne tikai informētāja, bet arī pedagoga, psihologa un sociālā darbinieka funkcijas (izglītojot, skaidrojot, nomierinot, motivējot un palīdzot), tomēr vienlaikus samazinot vienu no savām galvenajām funkcijām – *sargsuņa* funkciju.

Reģionālā prese ir vienīgais varas līdzsvara mehānisms reģionos, kas īsteno varas kontroli pašvaldībās, kā arī vienīgie, kas regulāri fiksē lokālās vides unikalitāti, veicina vietējās identitātes veidošanos, rada piederības sajūtu, nodrošina objektīvas informācijas iegūvi no uzticamiem avotiem. Nesaņemot nepieciešamo atbalstu no valsts iestādēm (finansīšu palīdzību, nodokļu atvieglojumus, likumdošanas sakārtošana), jau drīzumā reģionālo mediju pastāvēšana tiks apdraudēta, līdz ar to tiks apdraudēta arī daudzpusīga mediju vide, viedokļu daudzveidība, objektīvas informācijas pieejamība reģionos, kā arī latviešu literārās valodas un kultūras saglabāšana.

Raksturvārdi: reģionālie mediji, *Covid-19*, krīze, kopiena, mediju funkcijas, apdraudējumi.

REGIONAL MEDIA IN LATVIA: CHALLENGES OF THE CRISIS CAUSED BY *COVID-19*

Summary

A multi-stage study was conducted to find out what is the role of regional media in the crisis caused by the coronavirus *Covid-19*, what problems do the media face, what is the opinion of consumers about the work of regional media: 1) audience surveys (1428 respondents); 2) survey of national and regional media (26 respondents); 3) analysis of the content of the regional newspaper *Alūksnes un Malienas Ziņas* (during the state emergency, March 12, 2020 – June 10, 2020); 4) in-depth, semi-structured interviews with regional media consumers (audience); 5) in-depth, semi-structured interviews with regional media editors.

The *Covid-19* crisis changed the work of regional media. The ways of obtaining media information diversified, mutual communication and the created content changed, and interaction with the audience increased. The number of subscribers and advertisers decreased significantly (up to 50 %), and therefore the total revenue, creating a serious threat to the existence of the media. The financial situation forced several media executives to reorganise the media – to reduce the number of employees and their salaries, decide on reducing the periodicity of newspapers, and raise prices. Several regional media leaders predict that the media will be shut down if the situation does not improve.

The public appreciates and trusts the work of the regional media, they are happy to consume them as well, but more and more often, they cannot afford to pay for them. The results of the survey confirm that with each decade of life achieved, people's interest in

local events (news in the municipality and region, culture and sports) and, consequently, the intensity of regional media consumption increase. Local proximity increases mutual trust between regional media workers (their content) and local community residents (audience). Interactions (seeking advice and assistance, participating in content creation, recording violations of restrictions) were particularly active during the *Covid-19* crisis when the doors of state and local authorities were closed (the work took place from home) throughout the emergency.

The rapid spread of *Covid-19* changed the traditional agenda of regional media – methods of information gathering and mutual communication (remote interviews, video conferences, and meetings, virtual meetings on electronic communication platforms), as well as the content created. The results of the content analysis confirm the priority status of the *Covid-19* topic (multiplicity, intensity, location) in the content of the regional newspaper *Alūksnes un Malienas Ziņas*. With the materials dedicated to *Covid-19*, journalists informed the audience about the latest events, explained the decisions made by the government, motivated them to act responsibly, appealed to conscience, called for mutual help, condemned, comforted, and also saved. During the emergency, journalists performed not only the functions of an informant but also an educator, psychologist, and social worker (educating, explaining, reassuring, motivating, and helping), while reducing one of their main functions – the watchdog function.

The regional press is the only mechanism of balance of power in the regions that exercises power control in local governments, as well as the only ones that regularly record the uniqueness of the local environment, promote the construction of local identity, create a sense of belonging, ensure objective information from reliable sources. Without receiving the necessary support from the state authorities (financial assistance, tax relief, arrangement of legislation), the existence of regional media will be endangered in the coming year, thereby a versatile media environment, diversity of opinions, availability of objective information, as well as preservation of literary Latvian language and culture will also be in danger.

Keywords: regional media, *Covid-19* crisis, community, functions, threats.

Ievads

Lai gan vēsturiski cilvēki ir piedzīvojuši dažādus pārbaudījumus (dabas katastrofas, epidēmijas, karus, ekonomiskas krīzes), tomēr līdzšinējā pieredze un zināšanas vēl aizvien neļauj būt pietiekami sagatavotiem jauniem, problemātiskiem izaicinājumiem. To apliecina arī pandēmijas apmērus strauji sasniegušais koronavīruss *Covid-19*, kas kopš 2020. gada janvāra (kad tika konstatēts Ķīnas Hubei provinces galvaspilsētā Uhaņā) ir prasījis jau teju divu miljonu cilvēku dzīvības (Valsts kanceleja 2021). Lai mazinātu vīrusa izplatību, visā pasaulē noteikti stingri ierobežojumi (pulcēšanās, savstarpējā distancēšanās, masku lietošana u. c.), kas atstāj lielu iespaidu gan uz cilvēku emocionālo stāvokli, gan arī uz finansiālo situāciju kopumā. Kopš 2020. gada 12. marta, kad Latvijas Republikas Ministru kabinets pirmo reizi izsludināja visā valsts teritorijā ārkārtējo situāciju, ierastais dzīves ritējums Latvijā

pilnībā mainījās (Ministru kabinets 2020). Finansiāli cietušas ļoti daudzas uzņēmējdarbības nozares, piemēram, tūrisma, kultūras, sabiedriskās ēdināšanas un skaistumkopšanas pakalpojumu sniedzēji, grāmatu izdevniecības (Gaidamaviča 2021), arī masu mediji un jo īpaši reģionālie mediji, kas par savas nozares izdzīvošanu cīnās jau vairākus gadus. Tā kā Latviju skāris arī pandēmijas otrais izplatības vilnis (turklāt ārkārtējās situācijas laikā noteiktie ierobežojumi ir stingrāki nekā pavasarī), šobrīd nav iespējams pilnībā prognozēt koronavīrusa radītās krīzes sekas un to ietekmi uz masu mediju vidi Latvijā.

Šī zinātniskā raksta mērķis ir noskaidrot, kā koronavīrusa *Covid-19* izraisītā krīze ietekmējusi/ietekmē reģionālo mediju darbu un sabiedrības attieksmi pret medijiem. Lai izzinātu, kāda ir reģionālo mediju loma *Covid-19* izraisītās krīzes periodā un ar kādām problēmām nākas saskarties, kā arī kāds ir patērētāju viedoklis par reģionālo mediju darbu, tika veikts daudzpakāpju pētījums: 1) aptaujas anketa auditorijai (1428 respondenti); 2) aptaujas anketa nacionālo un reģionālo mediju vadītājiem (26 respondenti); 3) reģionālā laikraksta *Alūksnes un Malienas Ziņas* satura analīze (valstī noteiktās ārkārtējās situācijas laikā, 12.03.2020.–10.06.2020.); 4) dziļās, daļēji strukturētās intervijas ar reģionālo mediju patērētājiem; 5) dziļās, daļēji strukturētās intervijas ar reģionālo mediju redaktorēm – Ivonnu Plaudi (*Neatkarīgās Tukuma Ziņas* – Kurzeme), Anitu Rozentāli (*Bauskas Dzīve* – Zemgale), Līgu Vīksnu (*Alūksnes un Malienas Ziņas* – Vidzeme) un Māru Nizinsku (*Rēzeknes Vēstis* – Latgale).

Pētījumam nepieciešamie dati iegūti, izstrādājot un izplatot divas aptaujas anketas, kas elektroniskā formā izsūtītas reģionālo mediju auditorijai un mediju vadītājiem, īstenota reģionālā laikraksta *Alūksnes un Malienas Ziņas* satura analīze, atlasot visus *Covid-19* tematikai veltītos rakstus un pēc noteiktām kategorijām veicot to analīzi. Iepriekš vienojoties par sarunas formu (attālināti vai klātienē – ievērojot valstī noteiktos ārkārtējās situācijas ierobežojumus), īstenotas dziļās, daļēji strukturētās intervijas ar reģionālo mediju redaktorēm un mediju patērētājiem. Apjomīgās intervijas atšifrētas, izanalizētas pēc izveidotajām kategorijām un zīmīgākie citāti atainoti sagatavotajā rakstā.

Latvijas reģionālo mediju raksturojums

Reģionālie mediji ir ļoti nozīmīga, neaizvietoājama Latvijas mediju telpas daļa. Jau kopš Otrā pasaules kara beigām, kad padomju masu mediju sistēma noteica obligātu laikrakstu esamību katrā rajonā un katrā republikas nozīmes pilsētā, tiem ir būtiska loma lokālās kopienas dzīvē, identitātes veidošanā, piederības radīšanā. Lai gan sākotnēji žurnālistu pienākums bija

veidot varas ideoloģijai piederīgu simbolisko vidi (Grigulis, Treijs 1984: 595), tomēr līdztekus jau tolaik tie veidoja arī kopējus lokālos simbolus, pašdefinējumus un pašvērtējumus, konstruēja t. s. identitātes stāstus, kas vienlaikus gan vienoja, gan arī veidoja lokālās kopienas atšķirību no citām kopienām, tostarp – lielās padomju kopienas (Zelče 2006: 150).

Reģionālie mediji ir piedzīvojuši vairākkārtējas transformācijas – strukturālas, saturiskas, ideoloģiskas, profesionālas, tehnoloģiskas u. c. Laikam ritot, mainījies arī žurnālistu prestižs sabiedrības vērtējumā – no augsta sociālā statusa padomju periodā (Jakubowicz 2004; Brikše 2005), tautas varoņiem – Atmosdas periodā (Brikše u. c. 2002; Hiebert, Gross 2003), līdz duāli vērtētiem (atzinīgi – pētnieciskā žurnālistika un arī kritiski – dzeltenā prese) mūsdienās (Šulmane, Uzule 2018). Profesijas prestiža mazināšanos sekmējuši vairāki faktori – informācijas pieejamība un darba temps, dzeltenās preses popularitāte, interneta mediju attīstība un nekontrolētība, profesionālo standartu mazināšanās.

Mediji simboliski tiek uztverti kā *logs uz pasauli*, savukārt reģionālie mediji tiek salīdzināti ar logu uz to pasaules daļu, kurā dzīvo reģionālo mediju patērētāji (McNair 2006: 37). Lokālais *tuvums* ar auditoriju vienlaikus ir gan ieguvums, gan arī drauds. Proti, ģeogrāfiskais tuvums (kopīgas dzīves telpas/vides dalīšana) palīdz ieraudzīt un fiksēt pat vismazākos notikumus kopienas ikdienā, sekmē auditorijas uzticēšanos un savstarpējo komunikāciju, kā arī abpusēju mijiedarbību (tematu ieteikumi no auditorijas, vēršanās pēc palīdzības pie žurnālistiem), tāpat palīdz radīt piederību videi un telpai, konstruēt lokālo identitāti. Tomēr vienlaikus savstarpējais tuvums (jo īpaši emocionālais) rada arī draudus – kļūstot par auditorijas *draugiem*, žurnālisti riskē pazaudēt vai mīkstināt *sargsuņa* funkciju (varas pārstāvju darbības uzraudzību), mazināt profesionālās vērtības un standartus (objektivitāti, neitralitāti, neatkarību u. c.), sagatavojot materiālus par pazīstamiem cilvēkiem, turklāt galvenokārt pozitīvi konotīvus materiālus, arī saskarties ar rutīnu medija satura veidošanā (vienveidīgi temati, informācijas avoti).

Lai gan reģionālo mediju loma mediju daudzveidības nodrošināšanā, ticamas un profesionāli veidotas informācijas izplatīšanā, lokālās kopienas identitātes un vienotības veidošanā, lokālo fenomenu fiksēšanā un unikālā satura radīšanā, kā arī reģionālās varas kontroles nodrošināšanā ir neaizvietoājama, tomēr mūsdienās reģionālo mediju eksistence ir apdraudēta. Jau ilgstoši reģionālie mediji ir spiesti strādāt *izdzīvošanas režīmā* un cīnīties par savu mediju eksistenci. Arī citvalstu pētījumi liecina, ka reģionālo mediju skaits sarūk (Clark 2020). Šādu situāciju radījuši vairāki faktori: auditorijas paradumu maiņa (elektronisko mediju un sociālo mediju patēriņa palielināšanās); demogrāfiskā situācija valstī un drukāto mediju patērētāju

skaita samazināšanās; ekonomiskā situācija valstī (iedzīvotāju ienākumu samazināšanās); nevienlīdzīgā konkurence reklāmas tirgū (pašvaldību dotētie informatīvie izdevumi); zemais atalgojums un darbinieku trūkums reģionālajos medijos.

Jau 2008. gadā piedzīvotā ekonomiskā krīze ļoti smagi skāra reģionālos medijus (samazinājās tirāžas, periodiskums, redakcionālie ieņēmumi, žurnālistu skaits redakcijās, atalgojums) (Uzule 2018), savukārt koronavīrusa *Covid-19* pandēmijas radītā krīze reģionālo mediju vadītājiem Latvijā liek pieņemt ļoti smagus lēmumus, tostarp arī lemt par medija slēgšanu, piemēram, kopš 2020. gada 1. oktobra Kurzemē drukātā veidā vairs neiznāk Liepājas novada reģionālais laikraksts *Kursas Laiks* (1990–2020). Mediju vadītāju aptaujas rezultāti apliecina, ka 96 % respondentu *Covid-19* pandēmija un valstī noteiktie ierobežojumi ir ietekmējuši viņu pārstāvēto mediju; visbiežāk visi respondenti norāda divus faktoros – samazinājies reklāmas apjoms un medija ienākumi. Krīze pilnībā mainījusi reģionālo mediju vadītāju attīstības plānus, piemēram, dažādot informācijas izplatīšanas kanālus, modernizēt tehnoloģisko nodrošinājumu, tādējādi paplašinot auditorijas loku, papildināt profesionālās prasmes, palielināt redakcijas darbinieku skaitu, lai mazinātu žurnālistu pārslodzi.

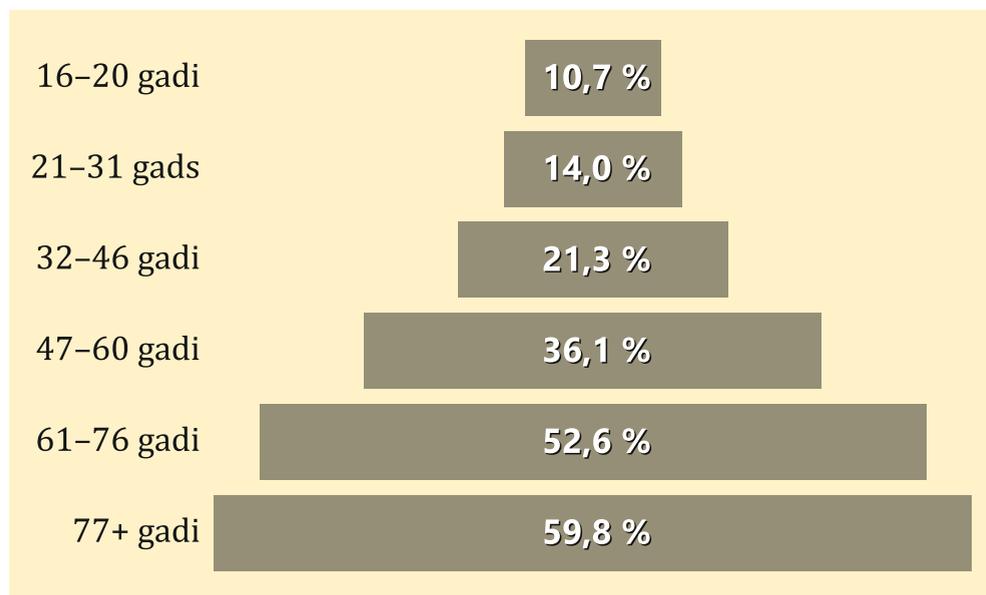
Laikraksta *Bauskas Dzīve* redaktore uzskata, ka reģionālie mediji no šīs krīzes neatgūsies: „Reklāmdevēji daudzi ir pilnībā pazaudēti, jo pārgājuši uz sociālajiem tīkliem, virtuālo vidi. Bez atbalsta es reģionālajai presei ilgu mūžu neprognozēju – abonentu skaits sarūk, tirdzniecības vietu skaits sarūk, reklāmdevēji un reklāmas ieņēmumi sarūk. No kā dzīvot?,” retoriski jautā Rozentāle, piebilstot, ka šobrīd nemitīgi piedalās projektu konkursos un attīsta laikraksta portālu, kur gan sludinājumu un reklāmu izcenojums, salīdzinot ar laikrakstā nopublicēto reklāmu izcenojumu, ir ļoti zems, līdz ar to arī ienākumi nelieli. „Šādā tempā strādājot un attīstoties, palielinot laikraksta cenu, optimizējot visus iespējamus izdevumus, saņemot no valsts atbalstu, aizvien palielinoties pašvaldības izdevumu intervencei, reģionālie mediji spēs eksistēt vēl divus gadus,” prognozē reģionālā laikraksta *Neatkarīgās Tukuma Ziņas* galvenā redaktore Plaude.

Reģionālie mediji sabiedrības vērtējumā

Aktuālas informācijas iegūšanai cilvēki vislabprātāk izmanto tradicionālos medijus: TV – 20,1 %, radio – 15,4 % un drukātos preses izdevumus – 10 %. Tā liecina pētījuma laikā īstenotās sabiedrības anketēšanas rezultāti. Pēc tam seko interneta mediji: interneta ziņu portāli – 21,2 % un preses izdevumi tiešsaistē – 5,9 %. Sociālos medijus, piemēram, *Facebook*, *Draugiem.lv*, *Twitter* u. c., aktuālākās informācijas ieguvei izmanto galvenokārt

gados jaunākie respondenti (16–20 gadi), kuriem sociālie mediji (60,2 %) ir otrs biežāk izmantotais informācijas ieguves veids aiz interneta portāliem (85,4 %). Savukārt vecākā respondentu grupa (77 un vairāk gadi) nepieciešamo informāciju pamatā iegūst no TV (90,6 %), radio (66,9 %) un drukātiem preses izdevumiem (59,8 %), bet gandrīz nemaz nelieto sociālos medijus (1,6 %). Arī citu pētījumu rezultāti norāda uz šādu pašu tendenci, proti, dažādu informācijas resursu patēriņš ir cieši saistīts ar cilvēku vecumu – jo jaunāka auditorija, jo vairāk lieto internetu (sociālos medijus un ziņu portālus), izmanto digitālās platformas, bet jo vecāka auditorija, jo biežāk izmanto televīziju, radio un preses izdevumus (Latvijas Fakti 2018: 9).

Drukātās preses lietošanas paradumi informācijas ieguvei mainās līdz ar respondentu vecumu, proti, jo cilvēks kļūst vairāk nobriedis, jo vairāk izmanto drukātās preses izdevumus (sk. 1. attēlu). Drukātos preses izdevumus respondenti visbiežāk izmanto mājās, turklāt informācijas ieguvei sievietes tos lieto biežāk nekā vīrieši. Drukātie izdevumi vairāk tiek lasīti Latvijas kultūrvēsturiskajos reģionos (visvairāk Kurzemē – 43,5 %), nevis Rīgā (26,5 %), kā arī tos biežāk patērē cilvēki ar zemākiem ienākumiem (reģionos cilvēku ienākumi ir zemāki nekā galvaspilsētā, lielākajai daļai pensionāru pensijas ir nelielas). Apgalvojumam, ka drukātie preses izdevumi ir analītiskāki nekā citi mediji, biežāk piekrīt pusmūža un vecāka gada gājuma respondenti – tie, kas visvairāk šo mediju veidu izmanto.



1. attēls. **Drukātās preses izdevumu patēriņš pa vecuma grupām**

Tā kā drukāto presi visvairāk lasa vidējās un vecākās paaudzes ļaudis, tad viņi arī biežāk nekā jaunieši (16–20 gadus veci cilvēki – 36,0 %) norādījuši, ka preses lasīšana viņiem ir kā patīkama atpūta. Par būtisku priekšnosacījumu drukātās preses patēriņam vidējās un vecākās paaudzes respondenti (74,8 %) min taktilo sajūtu – iespēju turēt drukāto laikrakstu vai žurnālu rokās. Šādi rezultāti skaidrojami ar preses izdevumu pieejamību (ģeogrāfiski un tehnoloģiski) un abonēšanas paradumiem, lietotprasmi un iemaņām, arī ar atšķirīgo dzīves tempu, paaudžu pārmantotajām mediju patērēšanas tradīcijām un dzīvesveidu, interešu un medija piedāvātās informācijas saturisko segmentāciju.

Apkopojot informāciju par reģionālo mediju auditoriju, iespējams izveidot vidējā reģionālo mediju patērētāja sociāldemogrāfisko portretu: latvietis (52,8 %), ar vidējo, vidējo profesionālo (47,3 %) vai augstāko (46,2 %) izglītību, ir precējies (51,0 %) vai arī atraitnis (54,1 %), mājsaimniecībā audzina vismaz 3 bērnus vecumā līdz 18 gadiem (54,9 %) un viņa personīgie ienākumi nepārsniedz 300 (52,5 %) līdz 500 eiro mēnesī (52,1 %).

Lokālo kopienu iedzīvotāji labprāt lasa reģionālos laikrakstus (viņus interesē to piedāvātais unikālais saturs), tikai aizvien biežāk (ierobežoto finansiālo resursu dēļ) cilvēki, nevis paši iegādājas (abonē vai pērk), bet gan atrod citus (bezmaksas) veidus, kā iegūt reģionālo presi. Pētījuma laikā veiktās aptaujas rezultāti apstiprina šo tendenci – 34,5 % visu respondentu norādījuši, ka šogad (2020. gadā) pērk/abonē drukātos preses izdevumus mazāk. Turklāt biežāk nekā citas sociāli demogrāfiskās grupas tieši atraitņi vai atraitnes (48,6 %), kā arī mazāk situēti cilvēki (ar ikmēneša ienākumiem līdz 300 eiro (44,3 %)) bijuši spiesti pieņemt šādu lēmumu.

Lai preses izdevumus varētu izmantot bez maksas, teju trešā daļa respondentu (29,3 %) norādījuši, ka drukātos preses izdevumus vismaz reizi mēnesī aizņemas no radiem, kaimiņiem vai kolēģiem. 22,9 % drukātos preses izdevumus lasa veikalā, kioskā vai preses tirdzniecības vietās. Biežāk šādi rīkojas atraitņi (25,4 %) vai arī šķirteņi (30,7 %), tādējādi gan ietaupot finanses, gan arī socializējoties. Ja drukātie preses izdevumi pārstātu iznākt, to trūkumu izjustu gandrīz puse (45,1 %) visu aptaujāto respondentu, visvairāk vecākās paaudzes cilvēki (61 līdz 76 gadus veci – 61,9 %, vecāki par 77 gadiem – 65,2 %), kas šo mediju veidu arī visbiežāk patērē. Sievietes (53,3 %) biežāk nekā vīrieši (35,4 %) norādījušas, ka drukātie preses izdevumi viņām pietrūktu.

Reģionālās žurnālistikas spēks slēpjas lokālajās ziņās, kurās iespējams iegūt informāciju par lokālo telpu, cilvēkiem un notikumiem – „lokālā žurnālistika informē par lokālajām problēmām, lokālo politiku un lokālajiem iedzīvotājiem” (Cole 2006: 74). Arī pētījuma rezultāti apstiprina, ka cilvēkus

reģionālajos medijos visvairāk interesē lokālā informācija – pašvaldības un novada ziņas (12,2 %), kam seko kultūrai (11,1 %) veltītie raksti, dzīvesstāsti/intervijas (8,8 %), izglītība (8,6 %), ekonomika (8,6 %), sports (8,5 %), politika (8,2 %) un lauksaimniecība (7,9 %). Cilvēki padziļinātāk interesējas par tematiem, kas skar viņus personīgi, piemēram, par lokālām aktualitātēm un notikumiem, izglītošanās iespējām, darbu, finansēm un hobijiem. Daudzi aptaujātie cilvēki norādījuši, ka viņus īpaši interesē reģionālo izdevumu redaktoru slejas un viedokļi (7,7 %), kā arī reklāmas un sludinājumi (6,3 %). Lai gan aptaujas rezultāti liecina, ka demogrāfiskās ziņas – tuvējā apkārtnē dzimušie (4,6 %), kā arī sēru vēstis un līdzjūtības (4,9 %) – respondentus interesē mazāk, tomēr veikto interviju laikā vairāki cilvēki atzina, ka šīs rubrikas ir vienas no pirmajām, kuras viņi izlasa.

Atlasot aptaujas laikā iegūtās atbildes pēc respondentu vecuma, interesējošākās rubrikas reģionālajos laikrakstos ir ļoti līdzīgas, nedaudz mainoties prioritāšu secībai. Jauniešiem vecumā līdz 31 gadam ir līdzīgas interesējošās tēmas, viņi vairāk lasa par lokālajiem notikumiem, kā arī par aktīvās atpūtas un izklaides iespējām. Arī vecuma grupās 32–46 gadi un 47–60 gadi cilvēku intereses ir līdzīgas – abas grupas iecienījušas rakstus par pašvaldības un novada aktualitātēm, kultūru un jaunumiem izglītības jomā vai ekonomikā. 61–76 gadu grupā un arī respondenti vecāki par 77 gadiem vienlīdz bieži par sev tīkamākajām rubrikām reģionālajos laikrakstos atzinuši pašvaldības un novadu ziņas, kultūras jaunumus, kā arī dzīvesstāstus un intervijas.

Zīmīgi, ka, pieaugot respondentu vecumam, palielinās cilvēku skaits, kurus īpaši interesē pašvaldības un novada ziņas, raksti par lauksaimniecību, kā arī sēru vēstis un līdzjūtības. Izglītības rubriku aktualitāte mainās līdz ar respondentu saskari ar izglītības sistēmu: līdz 20 gadiem interese ir augsta (respondenti vēl paši mācās, studē); 21–31 gadu vecumā ir neliels kritums (izglītība iegūta); vēlākajos vecuma posmos vērojams atkal intereses kāpums (skolas gaitas uzsāk bērni un mazbērni).

Reģionālo mediju funkcijas krīzes periodā

Krīzes periodā neatkarīgu un uzticamu mediju darbs ir jo īpaši nozīmīgs – operatīvas, aktuālas un ticamas informācijas iegūšanai, analīzei, skaidrošanai, psiholoģiskajam atbalstam, nepieciešamās palīdzības (padomu) saņemšanai. Ārvalstu pētījumi liecina, ka sabiedrības apziņā reģionālo laikrakstu veidotāji, galvenokārt, tiek asociēti ar *labiem draugiem* un *kaimiņiem*, kas „rūpējas par kopienu, raksta par interesantiem cilvēkiem un grupām, izprot lokālo kopienu un tās vajadzības, kā arī piedāvā iespējamus risinājumus problēmu gadījumā” (Poindexter u. c. 2006: 78). Veiktais pētījums apstiprina – Latvijas iedzīvotāji labprāt patērē reģionālos medijus,

tiem uzticas (viena no visvairāk lasītajām rubrikām reģionālajā presē ir redaktora sleja un viedoklis, tādējādi apliecinot žurnālistu augsto autoritātes statusu kopienā), viņu viedoklī ieklausās un ņem vērā, līdz ar to tieši reģionālo mediju devums krīzes laikā ir jo īpaši nozīmīgs. Arī reģionālo mediju veidotāji atzinīgi izsakās par savu darbu ārkārtējās situācijas periodā: visaugstāk viņi paši vērtē sagatavoto materiālu objektivitāti (labi un ļoti labi novērtējuši – 88,4 %) un darba operativitāti (88,4 %), tai seko sabiedrības izglītošanas funkcijas (84, %) un informācijas daudzveidības nodrošināšana (73 %). Kritiskāk vērtēta savstarpējā komunikācija ar auditoriju (65,4 %) un informācijas avotu pieejamība (57,7 %).

Covid-19 saslimstības pirmā viļņa laikā reģionālā laikraksta *Alūksnes un Malienas Ziņas* veiktās satura analīzes rezultāti liecina, ka rakstu tematika, kas veltīta koronavīrusam, ir ļoti dažāda, tomēr lielākoties tiek skaidroti valdības un pašvaldības pieņemtie lēmumi, būtiska vieta atvēlēta arī izglītības, kultūras un sociālās jomas tematiem. Reģionālās avīzes veidotāji līdztekus tradicionālajām funkcijām (informēt, uzraudzīt pie varas esošos, skaidrot, izglīt, izklaidēt) (Apker, Eggly 2004; Pasti 2005; Hadwin 2006) īsteno arī daudzas citas funkcijas, piemēram, likumdošanas uzrauga funkciju, veicot eksperimentus sabiedriskās iestādēs un konstatējot, vai un kā tiek ievēroti valstī noteiktie ierobežojumi saslimstības mazināšanai ar koronavīrusu *Covid-19*. Ja sākotnēji lielveikalos žurnāliste novērojusi „stihisku iepirkšanos ar pilniem iepirkumu ratiem ar griķiem, makaroniem, cukuru un tualetes papīru,” tad vēlāk šī tendence jau ir mazinājusies (Apine 2020a: 6–7). Veiktie eksperimenti, kuru laikā žurnālisti fiksēja, vai, piemēram, veikalos un kafejnīcās tiek ievēroti valstī noteiktie ārkārtējās situācijas ierobežojumi un drošības pasākumi, laikraksta saturu dara analītiskāku un saistošāku, kā arī motivē pārdomāt ikkatra individuālo rīcību un atbildību, sekmējot koronavīrusa izplatības ierobežošanu.

Tā kā reģionālo mediju veidotāji vēl aizvien izpelnās augstu sabiedrības uzticību savam darbam, kā arī ļoti daudzas valsts iestādes ārkārtējās situācijas laikā (12.03.2020.–10.06.2020.) bija slēgtas apmeklētājiem, jo strādāja attālināti, savukārt reģionālo laikrakstu redakcijas daudzviet bija atvērtas visu krīzes periodu, reģionālo laikrakstu veidotāji ir vieni no pirmajiem, pie kuriem sabiedrība vēršas pēc palīdzības, tādējādi žurnālisti pilda arī drauga un padomdevēja funkciju. Tā piemēram, laikraksta *Alūksnes un Malienas Ziņas* redakcijā vērsusies Alūksnes pasta nodaļas darbiniece Dace Mālkalniete un sūdzējusies par senioru vienaldzīgo attieksmi pret noteiktajiem drošības pasākumiem. „Es nezinu, pie kā vēl vērsties. Alūksnes vecākā gada gājuma cilvēki nereaģē uz norādījumiem. Strādāju pastā un par mani pat sūdzas, ka lieku ievērot gan izolāciju, gan drošības pasākumus, bet man ir, ko

sargāt – mana ģimene,” norāda sieviete (Jargane 2020b: 8–9). Intervētās žurnālistes atzina, ka bijuši vairāki gadījumi, kad kolēģiem nācies reāli iesaistīties, piemēram, doties līdzī uz sociālo dienestu, lai palīdzētu nokārtot trūcīgas personas statusu un cilvēks varētu saņemt pilsētas zupas virtuvē siltas pusdienas. Tāpat žurnālisti regulāri sagatavo materiālus par to, kā veiksmīgāk izvairīties no vīrusinfekcijām, kādi produkti stiprina cilvēku imunitāti, tiek skaidrots, kādam nolūkam kalpo sejas maskas un kad tās nepieciešams lietot, tādējādi izglītojot lasītājus (Lagzdiņa 2020).

Publikāciju satura analīzes rezultāti apliecina, ka koronavīrusa *Covid-19* krīzes laikā reģionālā medija *Alūksnes un Malienas Ziņas* veidotāji veikuši arī sociālā darbinieka un psihologa funkcijas, sagatavotajos materiālos vēstot, piemēram, par sociālās labdarības kustībām, kurās iespējams ziedot datorus skolēniem, lai nodrošinātu iespēju mācīties attālināti (Apine 2020b), kā arī brīvprātīgi palīdzot īpašajās riska grupās esošajiem cilvēkiem – „nopirkt produktus, izvest pastaigāties suni vai vienkārši piezvanīt un aprunāties” (Apine 2020c: 16). Tā kā noteiktie ierobežojumi ilgstošā laika posmā ietekmē pašsajūtu un emocionālo stāvokli, laikrakstā periodiski bija lasāmi raksti par to, kā mazināt stresu, jēgpilni aizpildīt brīvo laiku, kur vērsties pēc palīdzības (Vīksna 2020). Šāda veida raksti ne vien mudina apjaust situācijas nopietnību, būt aktīviem un palīdzēt līdzcilvēkiem, bet arī veicina lokālās kopienas vienotību un depresīvā noskaņojuma mazināšanos. Žurnālisti viedokļa slejās regulāri mudināja cilvēkus saglabāt mieru un optimismu: „Āfrikas cūku mēri pārdzīvojam, pārdzīvosim arī *Covid-19*” (Jargane 2020a: 2).

Koronavīrusa pandēmijas laikā reģionālo laikrakstu lasītāji īpaši aktīvi iesaistījās laikraksta satura veidošanā, iesakot tēmas, iesaistoties diskusijās par iepriekš publicētiem materiāliem, zvanot uz redakciju un paužot bažas par notiekošo sabiedriskās vietās, ziņojot par ierobežojumu pārkāpumiem (Lizdika 2020). Žurnālisti labprāt atsaucās ierosinājumiem, veica ziņojumu izpēti par ierobežojumu pārkāpumiem, īstenoja eksperimentus, regulāri savās publikācijās atgādināja lasītājiem par Ministru kabineta rīkojumiem ārkārtējās situācijas laikā, aicināja būt atbildīgiem un izpalīdzīgiem, skaidroja situācijas nopietnību (publicēta atklāta intervija ar *Covid-19* pārslimojušu meiteni par viņas gūto pieredzi un neiejūtīgo sabiedrības attieksmi) (Jargane 2020c), tādējādi pildot arī lokālās kopienas *sirdsapziņas* funkciju. Šāda veida materiāli (kopienas pārstāvja reāla pieredze) gan izglīto sabiedrību par slimības norisi, gan arī emocionāli palīdz izprast inficēto cilvēku situāciju. Patiesais stāsts un lokālais tuvums (*viens no mums*) vēl jo vairāk empātiski tuvina kopienas iedzīvotājus.

Mediju pārstāvju anketas rezultāti liecina par līdzīgu funkciju izpratni, proti, kā trīs svarīgākās mediju lomas krīzes periodā respondenti norāda –

operatīvi informēt (32,1 %), vairot sabiedrības zināšanas (20,5 %) un analizēt radušās problēmas (16,7 %). Retāk tiek minētas arī šādas lomas – aizstāvēt cilvēku intereses (10,3 %), uzraudzīt pie varas esošos (9 %) un izklaidēt (6,4 %). Zīmīgi, ka neviens aptaujātais respondents kā svarīgu mediju lomu krīzes periodā nav norādījis – atklāt nelikumības, tādējādi apstiprinot pozitīvās konotācijas tendences reģionālo mediju saturā un arī gauso *sargsuņa* funkcijas pildīšanu. Arī anketēšanas laikā mazāk nekā puse visu atbildējušo mediju vadītāju ļoti labi vai labi novērtējuši varas pārstāvju uzraudzības nodrošinājumu (46,1 %) un savstarpējo komunikāciju ar citu mediju darbiniekiem (38,4 %). Par vienu no lielākajiem ieguvumiem krīzes laikā reģionālo mediju pārstāvji uzskata jauniegūtās/papildinātās digitālo mediju un sociālo platformu lietošanas prasmes, kā arī pieredzi problēmsituāciju risināšanā.

Detalizētāk ar apjomīgā pētījuma rezultātiem būs iespējams iepazīties zinātniskajā krājumā „Latvijas mediju ekoloģija 2020. gada pandēmijas krīzē” (Uzule 2021), kas tiks publicēts 2021. gada nogalē.

Secinājumi

Pandēmijas apmērus sasniegušā koronavīrusa *Covid-19* izraisītā krīze izmainīja reģionālo mediju darbu – dažādojās informācijas ieguves veidi, savstarpējā komunikācija un arī to radītais saturs, palielinājās mijiedarbības intensitāte ar auditoriju, tomēr vienlaikus ievērojami samazinājās abonentu un reklāmdevēju skaits (līdz pat 50 %), līdz ar to arī kopējie ieņēmumi, radot nopietnus draudus mediju eksistencei. Finansiālā situācija vairākus vadītājus spiedusi veikt reorganizācijas uzņēmumā – samazināt darbinieku skaitu un arī atalgojumu, lemt par periodiskuma samazināšanu, cenu paaugstināšanu, tādējādi, riskējot vēl jo vairāk samazināt lasītāju skaitu un arī ieņēmumus. Vairāki reģionālo mediju vadītāji paredz, ka gada laikā, neuzlabojoties situācijai, mediju darbība tiks pārtraukta.

Sabiedrība atzinīgi novērtē un uzticas reģionālo mediju darbam, labprāt arī tos patērē, tomēr aizvien biežāk nevar atļauties maksāt par to radīto saturu. Aptaujas rezultāti apliecina, ka līdz ar katru sasniegto mūža desmitgadi palielinās cilvēku interese par lokālajiem notikumiem (jaunumi pašvaldībā un novadā, kultūrā un sportā) un līdz ar to arī reģionālo mediju patēriņa intensitāte. Lokālais tuvums vairo savstarpējo uzticēšanos starp reģionālo mediju darbiniekiem (viņu radīto saturu) un lokālās kopienas iedzīvotājiem (auditoriju). Mijiedarbība (vēršanās pēc padoma un palīdzības, piedalīšanās satura veidošanā, ierobežojumu pārkāpumu fiksēšana) jo īpaši aktivizējās *Covid-19* izraisītās krīzes laikā, kad valsts un pašvaldības iestāžu durvis bija slēgtas (darbs norisinājās attālināti), savukārt reģionālo laikrakstu redakcijas lasītājiem daudzviet bija atvērtas visu ārkārtējās situācijas laiku.

Covid-19 straujā izplatība mainīja reģionālo mediju ierasto dienaskārtību, informācijas vākšanas metodes un komunikāciju (attālinātas intervijas, video konferences un sēdes, virtuālas tikšanās elektroniskās saziņas platformās), kā arī radīto saturu. Proti, satura analīzes rezultāti apstiprina *Covid-19* tematikas prioritāro statusu (daudzskaitlīgums, nepārtrauktība, novietojums) reģionālā laikraksta *Alūksnes un Malienas Ziņas* saturā. Ar *Covid-19* veltīto materiālu palīdzību žurnālisti informēja auditoriju par aktuālākajiem notikumiem, skaidroja valdības pieņemtus lēmumus, motivēja rīkoties atbildīgi, apelēja pie sirdsapziņas, aicināja būt savstarpēji izpalīdzīgiem, nosodīja, mierināja un arī glāba. Žurnālisti ārkārtējās situācijas laikā veica ne vien informatora, bet arī pedagoga, psihologa un sociālā darbinieka funkcijas (izglītojot, skaidrojot, nomierinot, motivējot un palīdzot), tomēr vienlaikus samazinot vienu no savām pamatfunkcijām – uzraudzīt pie varas esošos.

Reģionālā prese ir vienīgais varas līdzsvara mehānisms reģionos, kas veic varas kontroli pašvaldībās, tāpat vienīgais, kas regulāri fiksē lokālās vides unikalitāti, veicina lokālās identitātes konstruēšanu, piederības sajūtas radīšanu, nodrošina objektīvas informācijas ieguvu no uzticamiem avotiem. Nesaņemot nepieciešamo atbalstu no valsts varas pārstāvjiem (finansiālu palīdzību, nodokļu atvieglojumus, likumdošanas sakārtošanu), reģionālo mediju eksistence jau 2021. gada noslēgumā būs apdraudēta, līdz ar to daudzpusīga mediju vide, viedokļu dažādība, objektīvas informācijas pieejamība reģionos, kā arī latviešu literārās valodas un kultūras saglabāšana.

Avoti

- Apine, Sandra (2020a). Paliec mājās jeb dzīve ārkārtas režīmā. *Alūksnes un Malienas Ziņas*, 20.03.2020., 6.–7. lpp.
- Apine, Sandra (2020b). Aicina bērniem sarūpēt datoru mācībām attālināti. *Alūksnes un Malienas Ziņas*, 17.04.2020., 10. lpp.
- Apine, Sandra (2020c). „Sirdskustība”, kas palīdz palikt mājās. *Alūksnes un Malienas Ziņas*, 08.05.2020., 16. lpp.
- Covid-19 izplatība pasaulē. *Valsts kanceleja*, 2021. Pieejams: <https://covid19.gov.lv/covid-19-izplatiba-pasaule> [sk. 30.01.2021.].
- Gaidamaviča, Gunta (2021). Grāmata – aizliegtā prece? Covid-19 ierobežojumu dēļ „Zvaigzne ABC” vērsīsies Satversmes tiesā. *Latvijas Sabiedriskie Mediji*, 2021. Pieejams: https://www.lsm.lv/raksts/kultura/kulturtelpa/gramata-aizliegta-prece-covid-19-ierobezojumu-del-apgads-zvaigzne-abc-versies-satversmes-tiesa.a390902/?utm_source=inbox&utm_campaign=news&utm_medium=frontpage [sk. 30.01.2021.].
- Jargane, Loreta (2020a). Būt atbildīgam – būt mājās. *Alūksnes un Malienas Ziņas*, 17.03.2020., 2. lpp.
- Jargane, Loreta (2020b). Svarīgākais šobrīd: drošība, pienākumi, atbildība. *Alūksnes un Malienas Ziņas*, 03.04.2020., 8.–9. lpp.
- Jargane, Loreta (2020c). „Covid-19” inficētā: Lana Sniedzāne. *Alūksnes un Malienas Ziņas*, 03.07.2020., 6.–7. lpp.
- Lagzdiņa, Gunta (2020). Mīts vai patiesība. *Alūksnes un Malienas Ziņas*, 31.03.2020., 8. lpp.
- Lizdika, Aivita (2020). Cienīsim cits citu! *Alūksnes un Malienas Ziņas*, 10.03.2020., 2. lpp.

- Par ārkārtējās situācijas izsludināšanu. *Ministru kabineta rīkojums Nr. 103*, 2020. Pieejams: <https://likumi.lv/ta/id/313191-par-arkartejas-situacijas-izsludinasanu> [sk. 09.11.2020.].
- Pētījums par Latvijas iedzīvotāju interesēm, dienaskārtību un uzticēšanos medijiem. Kvantitatīvais pētījums. *Latvijas Fakti*, 2018. Pieejams: [https://www.neplpadome.lv/lv/assets/documents/Petijumi/Mediju_lieto%C5%A1ana_atskaite_08.2018_%20\(002\).pdf](https://www.neplpadome.lv/lv/assets/documents/Petijumi/Mediju_lieto%C5%A1ana_atskaite_08.2018_%20(002).pdf) [sk. 06.08.2020.].
- Viksna, Līga (2020). Sniedz palīdzību. *Alūksnes un Malienas Ziņas*, 03.04.2020., 3. lpp.

Literatūra

- Apker, Julie; Eggly, Susan (2004). Communicating Professional Identity in Medical Socialization: Considering the Ideological Discourse of Morning Report. *Qualitative Health Research*, 14 (3). Ed. Janice M. Morse, pp. 411–429.
- Brikše, Inta (2005). Publiskās sfēras demokratizācijas iespējas: Perestroikas un glasnostj aspekts Latvijā (1985–1990). *Komunikācija: kultūras un vēstures diskurss. Latvijas Universitātes raksti: rakstu krājums*, 683. sēj. Atb. red. Inta Brikše. Rīga: LU Akadēmiskais apgāds, 16.–37. lpp.
- Brikše, Inta, Skudra, Ojārs, Tjarve, Rolands (2002). Development of the media in Latvia in 1990s. *Baltic media in transition*. Ed. Peeter Vihalemm. Tartu: Tartu University Press, pp. 65–102.
- Clark, Tor (2020). From The Silent Watchdog to the Lost Watchdog. *Media History*, 26, pp. 1–20.
- Cole, Peter (2006). Educating and training local journalism. *Local journalism and local media*. Ed. Bob Franklin. London, New York: Routledge, pp. 73–82.
- Grigulis, Arvīds; Treijs, Rihards (1984). Periodiskā prese. *Latvijas padomju enciklopēdija*. Red. Pēteris Jērāns. 5. sēj., 2. daļa. Rīga: Galvenā enciklopēdiju redakcija, 595. lpp.
- Hadwin, Sara (2006). Real readers, real news. *Local journalism and local media*. Ed. Bob Franklin. London, New York: Routledge, pp. 140–149.
- Hiebert, Ray; Gross, Peter (2003). Remedial Education: The Remaking of Eastern European Journalists. *Journalism Education in Europe and North America*. Eds. Romy Frohlich, Christina Holtz-Bacha. NJ: Hampton Press, pp. 257–282.
- Jakubowicz, Karol (2004). Ideas in our Heads. Introduction of PSB as Part of Media System Change in Central and Eastern Europe. *European Journal of Communication*, 19 (1). Ed. Els de Bens, Peter Golding, Denis McQuail, pp. 53–74.
- McNair, Brian (2006). News from a small country. *Local journalism and local media*. Ed. Bob Franklin. London, New York: Routledge, pp. 37–48.
- Pasti, Svetlana (2005). Two Generations of Contemporary Russian Journalists. *European Journal of Communication*, 20 (1), pp. 89–115.
- Poindexter, Paula M.; Heider, Don; McCombs, Maxwell (2006). Watchdog or good neighbor? The public's expectations of local news. *Press/Politics*, 11 (1). Ed. Scott L. Althaus, pp. 77–88.
- Šulmane, Ilze; Uzule, Laura (2018). Latvijas mediju vides raksturojums: ieskats nacionālo un reģionālo mediju darbinieku viedoklī. *Latvijas mediju vides daudzveidība*. Zin. red. Vita Zelča. Rīga: LU Akadēmiskais apgāds, 117.–135. lpp.
- Uzule, Laura (2018). Reģionālie mediji. *Latvijas mediju vides daudzveidība*. Zin. red. Vita Zelče. Rīga: LU Akadēmiskais apgāds, 156.–188. lpp.
- Uzule, Laura (2021). Reģionālo mediju loma krīzes vadišanā un izzīņošanā. *Latvijas mediju ekoloģija 2020. gada pandēmijas krīzē*. Zin. red. Skaidrīte Lasmane. Rīga: LU Akadēmiskais apgāds.
- Zelče, Vita (2006). Lokālā prese – kopienas informācijas vides veidotāja. *Informācijas vide Latvijā: 21. gadsimta sākums*. Red. Inta Brikše. Rīga: Zinātne, 144.–166. lpp.