

Biznesa augstskola *Turība*
Zinātniskie raksti

Acta Prosperitatis

Nr. 1

KOMUNIKĀCIJA
PUBLISKAJĀ TELPĀ

ISSN 1691-6077



Rīga, 2010

Biznesa augstskola *Turība*

Zinātniskie raksti

Acta Prosperitatis Nr. 1

KOMUNIKĀCIJA PUBLISKAJĀ TELPĀ

Galvenais redaktors: Dr.sc.ing. **Ilmārs Viksne**, Biznesa augstskola *Turība*

Redaktore sastādītāja: Mg.phil. **Velga Vēvere**

Redakcijas kolēģija:

Dr.phil. **Jānis Broks**, Biznesa augstskola *Turība*

Dr.phil. **Ainārs Dimants**, Biznesa augstskola *Turība*

Dr.phil. **Jāko Lehtonens** (*Jaakko Lehtonen*), Biznesa augstskola *Turība*, Jiveskiles universitāte (*University of Jyväskylä*), Somija

Dr.sc.soc. **Andris Pētersons**, Biznesa augstskola *Turība*

Dr.phil. **Braiens Rēbers** (*Bryan Reber*), Džordžijas universitāte (*University of Georgia*), ASV

Dr.phil. **Aksels Rēcs** (*Axel Reetz*), Biznesa augstskola *Turība*

Dr.psych. **Daina Škuškovnika**, Biznesa augstskola *Turība*

Citējot atsauce uz izdevumu obligāta

Izdevējs SIA “Biznesa augstskola *Turība*”

Izdevniecības vadītāja Daiga Rugāja

Latviešu tekstu literārā redaktore Lilita Viksna

Angļu tekstu literārais redaktors Sundars Vaidēsvarans

ISSN 1691-6077

© SIA “Biznesa augstskola *Turība*”, 2010, 120 lpp.

SATURS

Ievads	4. lpp.
Introduction	5. lpp.
<i>Jānis Broks</i>	
Masu mediju komunikācijas telpa Space of Mass Media Communications	7. lpp.
<i>Ainārs Dimants</i>	
Krievijas masu mediji Latvijā Russian Mass Media in Latvia	28. lpp.
<i>Daina Šķeškovnika</i>	
Latviešu un krievu avīžu lasītāju emocionālā reakcija uz informāciju Emotional Reaction to Information of Latvian and Russian Newspaper Readers.....	41. lpp.
<i>Guntis Zemītis</i>	
Komunikācija Latvijā 12. gadsimta beigās un 13. gadsimta sākumā pēc Indriķa Livonijas hronikas ziņām Communication in Latvia at the End of 12th Century and in the Beginning of the 13th Century According to the Chronicle of Henry of Livonia	53. lpp.
<i>Līga Mirlina</i>	
Pārvaldot radošo šķiru: publiskā pārvalde un komunikācijas procesi radošā sabiedrībā Governing Creative Class: Public Administration and Communication Processes in Creative Society.....	76. lpp.
<i>Aksels Rēcs</i>	
Reakcijas uz Gruzijas konfliktu Vācijā Reactions to Georgia's Conflict in Germany	85. lpp.
<i>Renāte Cāne</i>	
Latvijas kino sistēmas raksturojums Characteristics of the Latvian Film System.....	92. lpp.
<i>Anda Rožukalne</i>	
Latvijas jauniešu mediju lietojuma paradumi The Media Usage Patterns of Latvian Youth	102. lpp.
<i>Valdis Tilgalis</i>	
Pārmaiņas reklāmā Latvijā 2009. gadā Advertising changes in Latvia in 2009	114. lpp.

IEVADS

Klajā nāk Bizensa augstskolas *Turība* zinātniskā žurnāla *Acta Prosperitatis* pirmais numurs. Šī žurnāla mērķis ir veicināt akadēmisko un lietišķo pētījumu veikšanu augstskolā un pētījumu rezultātu popularizēšanu, piesaistot kā autorus un redkolēģijas locekļus pasniedzējus, doktorantus, kā arī ievērojamus Latvijas un ārzemju savas nozares profesionāļus un ekspertus. Katrs žurnāla laidiens būs velīts noteiktai problemātikai – komunikācijas, vadībzinātnes, jurisprudences un tūrisma nozares aktuālajiem jautājumiem. Savukārt, stratēģiskais, proti, ilgtermiņa mērķis ir žurnāla (līdz ar to arī rakstu) iekļaušanās starptautiskajās citējamo žurnālu datu bāzēs, veicinot lokālo pētniecisko aktivitāšu atpazīstamību pasaulē un starptautisko sadarbību, augstskolas akadēmiskā prestiža un intelektuālā potenciāla stiprināšanu. Tādēļ redakcijā iesniegtie manuskripti tiek recenzēti un publicētajiem rakstiem tiek pievienotas anotācijas angļu valodā.

Žurnāla pirmā laidiena tēma ir “Komunikācija publiskajā telpā”. Mūsdienā mainīgā komunikatīvā situācija, sociālo norišu dinamika, informācijas apjoma strauja palielināšanās, netradicionālo komunikācijas kanālu ienākšana aprītē un pašas komunikācijas izpratnes maiņa prasa apzināt pašreizējo situāciju, lai prognozētu iespējamās attīstības tendences un, ne mazāk svarīgi, arī komunikācijas tirgus stāvokli. Taču ko šajā kontekstā saprast ar šajā numurā tematiski centrālo publiskās telpas jēdzienu? Tradicionāli termins “publiska telpa” apzīmē cilvēku sastapšanās vietu (kā tipiskus piemērus te var minēt tādus laukumus kā – *agora* antīkajā Grieķijā, rātslaukums viduslaiku Eiropas pilsētā, *piacenza* renesanses laikmeta Itālijā), kur iespējams iegūt jaunāko informāciju, pavēstīt ziņas citiem, tirgoties, izklaidēties, rīkot politikas sapulces utt. Daudzas no šīm funkcijām saglabājušās arī mūsdienās, taču jārūnā par publiskās telpas jēdziena paplašinājumu, proti, tagad tikšanās iespējama arī virtuālajā vidē (sociālajos tīklos, video konferencēs utt.) vai mūsdienu laukumu ekvivalentos – lielajos iepirkšanās centros, kas kļuvuši arī par izklaides un dažādu sociālo aktivitāšu centriem. Neapšaubāmi tas ietekmē gan vēstījuma saturu, gan vēstījuma formu, proti, vēstījumam jābūt pamanāmam, koncentrētam un arī, iespējams, viegli uztveramam. Tādējādi vispārinot, termins “publiska telpa” apzīmē to vidi (reālu vai virtuālu), kur iespējama brīva (gan ne absolūti) viedokļu apmaiņa un kur cilvēki spēj saprast cits citu (kur eksistē noteikti informācijas nodošanas un uztveršanas modeļi jeb, citiem vārdiem sakot, sociālie un kultūras kodi). Šis jautājumu komplekss nosaka rakstu tematisko ievirzi. Jānis Broks savā rakstā “Masu mediju komunikācijas telpa” pievēršas telpas vispār un komunikācijas telpas filozofiskam aplūkojumam un telpas subjektīvajām noteiksmēm, savukārt Ainārs Dimants rakstā “Krievijas masu mediji Latvijā” un Daina Škuškovnika apcerē “Latviešu un krievu lasītāju emocionālā reakcija uz informāciju” – dažādu etnisko grupu dalībai Latvijas mediju tirgū un specifiskajai informācijas uztverei (jāatzīmē, ka šie trīs raksti tapuši Latvijas Zinātnes padomes grantu Nr. 07.2087 un 09.1133 ietvaros). Komunikācijas vēstures Latvijā lappusi savā rakstā “Komunikācija Latvijā 12. gadsimta beigās un 13. gadsimta sākumā pēc Indriķa Livonijas hronikas ziņām” paver Guntis Zemītis, bet mūsdienā komunikācijas organizatoriskajiem jautājumiem pievēršas Līga Mirlina

publikācijā “Pārvaldot radošo šķiru: publiskā pārvalde un komunikācijas procesi radošā sabiedrībā”. Aksels Rēcs veic konkrētu situācijas analīzi, rakstot par Gruzijas militārā konflikta atspoguļojumu Vācijas masu medijos. Par kino kā komunikāciju vēsturiskā un šodienas skatījumā domā Renāte Cāne rakstā “Latvijas kino sistēmas raksturojums”. Žurnālu noslēdz divi raksti, veltīti jauno mediju, to lietotāju un jauno komunikācijas formu analīzei, tie ir Andas Rožukalnes “Latviešu jauniešu mediju lietojuma paradumi” un Valda Tilgaļa “Pārmaiņas reklāmā Latvijā 2009. gadā”.

Kopumā ņemot, šie raksti sniedz aptverošu ieskatu komunikācijas procesos un aktuālajā problemātikā un ir vērā ņemams akadēmiskās pētniecības pieteikums Biznesa augstskolā *Turība*, kas ieinteresēs gan studentus, gan pasniedzējus, gan pētniekus, gan nozares profesionāļus. Tikpat nopietns darbs turpināsies arī nākamajos žurnālos.

Velga Vēvere

Acta Prosperitatis redaktore-sastādītāja

INTRODUCTION

The present publication is the first issue of the scientific journal *Acta Prosperitatis* by the School of Business Administration *Turība*. The task of this journal is to promote academic and applied research within *Turība*, as well as the popularization of results, involving in the process as authors and editors the teaching staff and doctoral students as well as renowned Latvian and foreign professionals and experts in their respective fields. Each edition of the journal will be devoted to a specific set of problems – topical issues in the fields of communication, management, law, and tourism. In turn, the strategic, namely, long-term goal for the journal (wherewith published articles) is to be included into databases of internationally citable publications (citation indexes), thus facilitating the international recognition of local research and international cooperation, the strengthening of academic and intellectual potential of the School of Business Administration *Turība*. Therefore, all manuscripts submitted are peer reviewed and supplied with abstracts in English.

The theme of the first edition is “Communication in the Public Space.” The ever changing communicative situation, the dynamics of social processes, the rapid growth of the extent of information, the emergence of unconventional channels of communication and the changes of the very conception of communication requires analysis in order to predict future development and – not the least – the status of the market in the field. But still the question stands: how one of the central concepts of the present issue, i.e. the one of public space is to be understood? Traditionally the term “public space” designates the place where people meet (typical examples are *agora* in the Ancient Greek city, the town hall square in Medieval Europe, the Renaissance *piazza*), where it is possible to share the latest news, to trade, to entertain and to be entertained, to hold political meetings and

etc. Many of these functions survived until present; nevertheless it is necessary to speak about the broadening of the concept of public space, for now-a-days we can also meet others in the virtual medium (e.g. via social network, video conferences etc.) or in the contemporary “city plazas” – the shopping malls, which have become also the centers of entertainment and different social activities. Doubtless, all this has its impact upon both the content and the form of the message; it has to stand out, it has to be brief and, if possible – easily comprehensible. Thus, in general, the term “public space” denotes the medium (real or virtual) where the free (though not entirely free) exchange of opinions is possible and where people are able to understand each other (employing specific models for transferring and receiving information, that is, some social and cultural codes). This cluster of questions determines the themes and approaches of the articles. Jānis Broks in his article “Space of Mass Media Communications” offers a philosophical view of the space in general and of the communication space, in particular, whereas Ainārs Dimants (“Russian Mass Media in Latvia”) and Daina Škuškovnika (“Emotional Reaction to Information of Latvian and Russian Newspaper Readers”) analyze the participation of different ethnic groups in the media market in Latvia and their specific perception of information (it has to be noted that all three articles have been written under the auspices of the grants of the Science Council of Latvia No. 07.2087 and 09.1133). Guntis Zemītis (“Communication in Latvia at the End of the 12th Century and in the Beginning of the 13th Century according to the Chronicle of Henry of Livonia”) describes the stages of the history of communication in Latvia, but contemporary questions regarding communication and public administration are being pondered on by Līga Mirlīna (“Governing Creative Class: Public Administration and Communication Processes in Creative Society”). Axel Reetz investigates a specific case – the reactions to Georgia’s conflict in German mass media. At the same time Renāte Cāne’s reflections are devoted to cinema as communication from the historical and today’s point of view (“Characteristics of the Latvian Film System”). The concluding two articles are devoted to the analysis of media usage patterns and new media; their authors are Anda Rožukalne (“The Media Usage Patterns of Latvian Youth”) and Valdis Tilgalis (“Advertising Changes in Latvia in 2009”).

In sum, all these articles offer a comprehensive insight into the communicative processes and actual problems and altogether represent a serious step towards academic achievement in the School of Business Administration *Turība*, that will be the matter of interest for students, professors, researchers, and professionals of their respective fields. Such a serious work will continue in the next issues of the journal.

Velga Vēvere

Editor of the *Acta Prosperitatis*

MASU MEDIJU KOMUNIKĀCIJAS TELPA

SPACE OF MASS MEDIA COMMUNICATIONS

Dr. phil. **Jānis Broks**
Biznesa augstskola *Turība*, Latvija

The use of spatial designations to characterize processes and phenomena of communication, especially of mass media communication has become the routine practice in social sciences, religious studies and their respective genres of publicism. Despite that, there are certain doubts about the possibility and productivity of such approach, particularly in the contemporary media communication research. The article demonstrates that from the standpoint of philosophy, the conception of space is not to be grounded in its mathematical or physically substantial interpretation, rather it is possible to offer the understanding of space traditionally regarded as subjectively relational that successfully explains idea of the absolute space as one of the manifestations of individual's being in the world. From this viewpoint communications doesn't occur in the space, instead it itself forms spatial phenomena and their constellations. Modern media as well, being seemingly independent of their location in the space, create spatial structures by both representing the world and distributing the message selectively, thus differentiating the process of reception. As a result there occurs the permanent configuration and restructuring of the world according to spatial parameters on the mental level as well as on the level of social action.

Keywords: substantial space, relational space, subjectivity, objectivized space, space of communication

Atslēgas vārdi: substancionālā telpa, relacionistiskā telpa, subjektivitāte, objektivētā telpa, komunikācijas telpa

Ievads

Telpisku apzīmējumu lietošana, runājot par mediju komunikāciju, mūsdienās kļuvusi par visnotaļ ierastu parādību. Īpašu izplatību tā guvusi, apspriežot masu mediju tematiku. Ar telpiskiem apzīmējumiem te jāsaprot ne obligāta vārda “telpa” lietošana, bet arī veselas virknes, ja ne gluži sinonīmu, tad pēc ģimeniskās līdzības saistītu vārdu, kuri atkarībā no konteksta un konotatīvā saistījuma, aprakstot masu mediju komunikācijas parādības, tiek lietoti kā telpiskuma sinonīmi: vide, sfēra, apgabals, joma, novads, lauks; specifiski saistībā ar elektroniskiem medijiem vēl ēters, arī gaiss. Pavisam reti un ne gluži kā sinonīmi satopami arī apzīmējumi: fons, ietvars.

Visu šo daudzveidību un ar to saistīto nenoteiktību varbūt varētu uzskatīt vienīgi par kādu retorisku modi. Taču, no citas puses, ņemot vērā mūsdienu cilvēkzinībās vērojamo “telpisko pavērsienu” (sk. par to Rubene, M., 2007, 57), šī, pat ja to pieņemam vienīgi par modi, ir jāuztver kā simptoms kaut kam dziļākam un nopietnākam.

Neskatoties uz telpisko atribūciju plašo lietojumu, komunikācijas procesu kopumā un masu mediju nozarē jo īpaši, to kā telpā noritējušo parādību analīzei līdz šim nav

pievērsta pietiekama uzmanība. Jau pats telpisko apzīmējumu daudzveidības fakts liecina par tēmas uzskatīšanu par perifēru un pat nesvarīgu masu mediju pētniecībā. Tas var likt domāt, ka telpiskā aspekta iesaistīšana te uzskatāma par vairāk retorisku nekā konceptuālu. Vienīgais pamatojums – centieni masu mediju komunikācijas procesu padarīt priekšstatāmāku, bet bez pretenzijām uz kādu tālāku konceptualizāciju.

Dažkārt tiek izteikti pat iebildumi pret šādu praksi. Izskan bažas par fizikālisma briesmām, kas rastos šādā veidā lietisnojot cilvēka publiskās sociālās esamības faktoros kā telpiskus. Piemēram, komunikācijas pētnieks Sergejs Kruks recenzijā par rakstu krājumu, kurā komunikatīvie procesi aprakstīti kā publiskā telpā notiekoši, aizrāda: ““Telpas” koncepts priekšmetisko (reificē) publisko sfēru, reducējot to līdz gataviem tekstiem, kuri fiziski bombardē telpā atrodošos indivīdus. Bet no publiskās sfēras koncepcijas ir izņemti paši cilvēki, kas apmainās viedokļiem, strīdas, interpretē informāciju sociālās interakcijas procesā, satiekoties noteiktā kontekstā.” (Kruks, S., 2007) Ja šādas bažas būtu pamatotas, tad no tā izrietētu redukcionisma, sociālās un cilvēciskās realitātes specifikas ignorēšana un līdz ar to neadekvāta izpratne.

Visbeidzot, pat prinči neiebilstot, ka cilvēka esamībai piemīt arī telpiskums, nereti tiek norādīts, ka telpiskuma aspekts vairs nav aktuāls attiecībā uz mūsdienu cilvēku. Franču medijsabiedrības pētnieks Pols Viriljo (*Virillio*, dz. 1932) apgalvo, ka cilvēki “vairs neapdzīvo telpu, bet gan laiku”. (cit. no *Lön, M.*, 2001, 10) Šādas nostādnes garā arī Latvijas pētnieki apgalvo, ka masu mediju telpiskuma (runājot gan vienīgi par telpiskā izvietojuma aspektu) vērā ņemšana attīstoties mediju tehnoloģijām mūsdienās zaudējusi aktualitāti. (Brikše, I., 2006, 11)

Raksta mērķis ir parādīt masu mediju komunikācijas principiāli telpisko iedabu un ieskicēt dažus tās izpētes virzienus un nozīmi mūsdienu pasaules norīšu, ciktāl tās ir masmediāli pastarpinātas.

1. Telpa: lieta vai attiecība

Mūsdienu izglītotam cilvēkam telpas jēdziens šķiet visnotaļ skaidrs un pašsaprotams. Var teikt, ka izpratne par to ielikta skolas ģeometrijas un dabaszinātņu kursos. Tomēr, pārrunājot telpiskuma sīžetus ar jauniešiem filosofijas studiju gaitā, nākas atzīt, ka vienai daļai šī izpratne nemaz tik skaidra un pašsaprotama nav un balstās, piem., uz ikdienā lietojamo vārda “telpa” kā “īstabas” sinonīma lietojumu. Tas, no vienas puses, protams, liecina par minēto vispārējās izglītības priekšmetu apguvi skolās, bet, no otras, par uz zinātnisko pasaules redzējumu balstīto telpisko priekšstatu nebūt ne pašsaprotamību no t.s. veselā saprāta viedokļa, kura klātesamību nevar noliegt arī modernās izglītības sistēmas produktu prātos. Cita starpā tas liecina arī par zinātniskā pasaules uzskata lokālo raksturu un tā pamatnostādņu šķietamu pašsaprotamību tikai specifiskā cilvēciskās esamības perspektīvā, kura acīmredzami izsīkst. Martins Haidegers savulaik norādījis, ka zinātniskās zināšanas ir uzspīestas. Būdamas uzspīestas, tās ir izspīedušas no cilvēka izpratnes par pasauli daudzus aspektus, kas tai piemītis sākotnējākās formās un saspīedušas pasaulī līdz pasaules ainai – lietošanai un pārveidošanai iespējami ērtākām ģeometriski mehāniskām konstrukcijām.

Telpas jēdziens, priekšstats par telpiskumu nebūt nav bijis vienkāršs un pašsaprotams sengrieķu kultūrā un intelektuālajos meklējumos, kuri lielā mērā bijuši bāze visai tālākai Eiropas cilvēces tipa vēsturei. Sengrieķu valodā nav pat īsti tāda vārda, ko varētu viennozīmīgi tulkot Jaunlaiku eiropeiskā telpas jēdziena nozīmē. Pazīstamākais pretendents – *topos* visupirms nozīmē vietu, labākajā gadījumā lokālo telpu (līdzīgi kā mūsdienu jauniešiem istabu). Tā to skaidro arī par pirmo telpiskuma konceptualizētāju uzskatāmais sengrieķu filozofs un enciklopēdistis Aristotelis. Uzskaitot vispārīgākos aspektus, kādos var runāt par jebko, viņš norāda arī jautājumu “kur”. Paskaidrodams, ko tas nozīmē, Stagīrīts aprobežojas ar piemēriem: “Likejā, uz laukuma” (Aristotelis. Kategorijas. 2a 2), kurus aptverošais sugas vārds ir drīzāk vieta nekā telpa.

Pazīstams un bieži kā “telpa” tulkots arī *hōra*. Taču tā varam rīkoties tikai, kamēr nav iepazīta franču filozofa Žaka Derida (*Derida*, 1930–2004) eseja ar šādu pat nosaukumu. Tajā viņš dalās pārdomās par šī vārda nozīmi un izpratni Platona dialogā *Tīmajs*, kurā šis termins tiešām spēlē ļoti nozīmīgu lomu stāstā par visa esošā trim dzimtām: to, atbilstoši kurai kā paraugam viss rodas, to, kas rodas, un visbeidzot, to, kur viss rodas. Šo pēdējo tad arī Platons sauc par hōru, ko vispār nav grūti iztulkot un traktēt kā telpu un telpu absolūtā nozīmē. Tomēr, kā parāda Žaks Derida, šāds tulkojums un traktējums tomēr uzskatāms par pārsteidzīgu un pārlietu modernizē Platona domu. Derida ierosina to vispār netulkot (sk.: *Derida*, J., 1993, 142) un, ja arī kaut kā raksturot, tad izmantot tikai paša Platona lietotos apzīmējumus – māte, visa pieņēmēja un barotāja u. tml. Hōra Platona versijā, nenoliedzot, ka sengrieķu kultūrā un valodā kopumā tai ir arī vispārējā telpiskuma konotācijas, drīzāk ir sava veida pirmviela. Minētajā tekstā sengrieķu domātājs norāda: “Tāpēc mēs neieksim, ka māte un pieņēmēja visam, kas dzimis redzams un vispār sajūtam, būtu zeme, gaiss, uguns, ūdens vai kāds cits, kurš dzimis no šīm četrām stihijām vai no kura tās pašas dzimušas. Gluži otrādi, apzīmējot to kā neredzamu, bezformīgu un visupieņemamo veidu, kas ārkārtīgi divainā kārtā piedalās domājamā, un galēji netveramu, mēs būsim ne pārāk kļūdušies”. (Platons. *Tīmajs*. 51a) Šajā fragmentā un tekstā kopumā vēl noteikti jāpiemin, ko daudzkārt uzsver arī Derida, Platona tāda kā ārkārtīga izvairība, atvairošanās, runājot par hōru. Tas apzīmē kaut uz priekšstatāmā un nepriekšstatāmā robežas, ko vēl nu nekādi nevarētu uzskatīt par telpu, it sevišķi tādā nozīmē, kā to saprot Jaunlaiku kultūrā.

Vēl viens apzīmējums, kuru varētu mēģināt tulkot no sengrieķu tekstiem kā telpu, ir sfēra (*sphaira*). Taču arī šis vārds ir ar ārkārtīgi plašu semantiku un, viennozīmīgi to tulkojot, vismaz attiecībā uz antīkajiem autoriem ir jārikojas ārkārtīgi piesardzīgi. Saistībā ar dotajā rakstā iztirzāto tēmu var minēt Sergeja Kruka rosinājumu nelietot, kad tiek apspriesta publiskā komunikācija, vārdu “telpa”, par veiksmīgāku uzskatot it kā vācu sociālfilozofa Jirgena Hābermasa (*Habermas*, dz. 1929) ieviesto publiskās sfēras konceptu. Tas, pēc S. Kruka domām, pasargātu no nepieļaujāmās komunikācijas procesa reifikācijas, to telpisko. (Kruks, S., 2007) Taču termins “sfēra” telpiskās reifikācijas problēmu nekādi neatrisina, jo grieķu cilmes vārds “sfēra” arī pieder telpisko nomenklācijai saimei. Nenoliedzot, ka tajā ietverta arī vairāk nekā telpiskuma jēga, mūsdienu sfēroloģijas klasiķis Peters Sloterdijks norāda, ka sfēra kā “zemes un debesu lode, ir tas totalitātes simbols, ko kopš Empedokla un Parmenīda laikiem vienādā mērā godāja un pētīja kā ģeometri, tā arī metafiziķi”. (*Sloterdijk*, P., 1999, 9)

Norādot uz publisko sfēru kā Hābermasa terminu, kurš varētu veiksmīgāk apzīmēt publiskās komunikācijas realitāti, bez tam jāņem vērā, ka pats Hābermass šādu terminu nav lietojis, un tas radies, “amerikāniski reificējot” citās valodās līdz šim tā īsti neiztulkoto paša vācu domātāja lietoto un par nozīmīgu sociālās filosofijas kategoriju padarīto “Öffentlichkeit”.

Latīņu valoda eiropēiskajā intelektuālajā diskursā dod vārdu, kuru arī mēdz izmantot telpiskuma apzīmēšanai – “*spatium*”. Mēdz runāt par spacismu, spacisko pieeju u. tml. Taču arī to bez īpašām atrunām nav iespējams viennozīmīgi tulkot kā telpu. Vārdnīcas uzrāda tādu pat un arī specifisku nozīmju buķeti, kā tas ir ar nule apspriestajiem sengrieķu vārdiem. *Spatium* ir gan telpa, gan arī vieta, attālums, lielums, izmērs, gan pastaigas un zirgu skriešanas vieta, gan, kas var likties pavisam neparasti, – laika sprīdis, termiņš. Latīņu valoda devusi vēl vienu vārdisku nojēgumu – darbības vārdu *extendo*, ko substantivizētā formā parasti tulko kā izplatību, izplatīgumu. Agrīnajā Jaunlaiku kultūrā tas bieži tiek lietots, runājot par mūsdienu terminoloģijā par telpiskām dēvētām reālijām. Izplatīguma jēdziens telpiskumā akcentē momentu, kas atstāts novārtā Jaunajos laikos par dominējošo kļuvušajā telpas izpratnē. Kad runājam par izplatību, tad vienmēr var jautāt: izplatība no kurienes. Tādējādi tas saistāms ar antīkajā kultūrā tik ierasto vietas jēgumu, kā arī ar telpas kā attiecības starp dažādām lietām vai vietām koncepciju.

Neturpinot un neejot dziļumā Eiropas intelektuālā mantojuma telpisko nomināciju iepazīšanā, pāriesim pie telpas klasisko traktējumu pamatnostādņu izklāsta un modernā telpas izpratnes koncepta formulēšanas. Filosofijā un zinātniskajā pasaules uzskatā jau kopš antīkajiem laikiem pastāv divas atšķirīgas nostādnes par telpas iedabu. Pirmo dēvē par absolūtisko jeb substancionālo. Saskaņā ar to telpa ir patstāvīga realitāte, kura ir neatkarīga no tajā novietotām lietām un notiekošiem procesiem. Tiek runāts par tukšu un bezgalīgu telpu, arī absolūto telpu. Par šīs nostādnes aizsācēju tiek uzskatīts sengrieķu domātājs Dēmokrits (460–370. p. m. ē.). Absolūtu pēc sava rakstura priekšstatu par telpu reprezentē arī antīkais matemātiķis Eukleids (365–287. p. m. ē.) un viņa izstrādātā ģeometrijas koncepcija (Eukleida ģeometrija). Jaunajos laikos šī nostādne kļūst par dominējošo dabaszinātniskajā pasaules uzskatā un to pauduši tādi pazīstami domātāji kā Galileo Galilejs, Tomass Hobss, Džons Loks, Isaks Ņūtons u. c. Klasikā formā to izteicis Tomass Hobss: “Neviens neuzskata telpu par ar kaut ko faktiski piepildītu, bet katrs uzskata to par vienīgi par ar kaut ko piepildāmu.” (*Hobbes, T.*, 1655, 139) Lielā mērā pateicoties vispārējās izglītības līmenī apgūtajām ģeometrijas un dabaszinātņu pamatatziņām, substancionālu priekšstatu par telpu kā pašu par sevi saprotamu uztver gluži vai katrs mūsdienu cilvēks. Tāda pat skolas ģeometrijā sakņotā absolūtiskā ievirze telpas uztverē un izpratnē dominē arī citu zinību jomu, t. sk. sociālo un humanitāro pārstāvju priekšstatos, kad viņi par telpiskumu spriež savas nozares konceptuālajos ietvaros. Vairākas XIX un XX gs. zinātniskās koncepcijas gan liek nopietni šaubīties par absolūtisko priekšstatu par telpu adekvātumu (neeukleida ģeometrijas, relativitātes teorija), tomēr vairākuma cilvēku uzskatā un arī specializētās intelektuālās sistēmās tas vēl arvien nav pietiekami apjēgts.

Otrā, ne mazāk senas izcelsmes nostādne, ir relacionistiskā. Par tās klasisko aizsācēju uzskata Aristoteli (384–322. p. m. ē.). Stingri ņemot, no šī viedokļa pareizāk ir

runāt nevis par kādu vispārējo telpu kā visu ķermeņu novietni, bet gan tikai par to savstarpējo izvietojumu vienam līdzās otram jeb citam citā. Sengrieķu filosofs apgalvo: “Ķermenis, ap kuru atrodas kāds cits, to aptverošs ķermenis, atrodas kādā vietā. Ja ķermenim tā nav, tad tas neatrodas nekur.” (Aristotelis, Fizika. 212a. 30) Visa pasaule ir veidota kā savstarpēji cita citā ievietotu ķermeņu kopums: “.. zeme ievietojas ūdenī, ūdens – gaisā, gaiss – ēterā, ēters – Debesīs, bet debesis vairs nekur citur.” (tur pat, 212b, 15) Aristotelis tādējādi atsakās apspriest kaut kādu vispārēju bezķermenisku telpu. Viņa filosofiskās vispārinājuma galējā kategorija šajā aspektā ir vieta, kas arī izteikts jau minētajā peripatētiskās tradīcijas tekstā “Kategorijas”.

Šis viedoklis, neskatoties uz nule minēto absolūtiskās izpratnes dominanti zinātnē un filosofijā, tomēr turpināja pastāvēt arī Jaunajos laikos. Pie pazīstamākajiem tā reprezentētajiem jāmin tādi ievērojami XVII domātāji, kuri devuši būtisku ieguldījumu arī modernā zinātniskā pasaules redzējuma izveidē, kā Renē Dekarts un Gotfrids Vilhelms Leibnics. Dekarts, neskatoties uz sava laikabiedra Tomasa Hobsa iepriekš teikto, ka neviens neuzskata telpu par faktiski piepildītu, norāda par neiespējamu domāt telpu bez tajā esošās matērijas: “Visas telpas, kuras parasti uzskata par tukšām ..., patiesībā ir tāpat piepildītas un ar to pat matēriju, kā tās telpas, kurās mēs sajūtam citus ķermeņus.” (*Descartes, R.*, 1634, 190) Zīmīgi, ka Kartēzijs te runā nevis par telpu, bet telpām, kas būtu uzskatāms par pārejas formulējumu no vietas uz telpu. Leibnics izsakās jau par telpu kā tādu: “Uzskatu telpu, tāpat kā laiku, par kaut ko relatīvu, telpu par pastāvēšanas kārtību, bet laiku par secības kārtību.” (*Leibniz, G. W.*, 1716, 441)

Tomēr reizē ar karteziāniskās u. c. neņūtonisko fizikālo un kosmoloģisko koncepciju izzušanu XVIII gs. jau var runāt par gluži vai pilnīgu absolūtiskās telpas izpratnes uzvaru pār relacionistisko. Kā jau tika norādīts, arī mūsdienās absolūtiskie priekšstati ir saglabājuši dominējošo statusu. Kultūrvēsturiskos pētījumos gan visai bieži tiek norādīts arī uz relacionistiskā telpas modeļa iespējamību un pastāvēšanu vēsturē. To nav iespējams ignorēt, piem., iztīrājot apgrieztās perspektīvas konceptu pirmsrenesanses tēlotājā mākslā, kā arī runājot par dažādu kultūru, it sevišķi, t.s. mītisko priekšstatu par pasaules uzbūvi un iekārtojumu. Un tomēr, pretenziju uz kādu plašāku telpas koncepta traktējumu, kas nebalstītos uz, kaut ne vienmēr eksplīcētu, tomēr allaž visu pārspriedumu pamatā jūtamu, absolūtisko priekšstatu, šie pētnieki nepārstāv. Bijība un pieradums pie Jaunlaiku dabaszinātniskā pasauluzskata, tajā sakņotās civilizācijas sistēmas ar atbilstošām telpas pārvaldīšanas tehnoloģijām joprojām noteic ģeometriski mehāniskā pasaules redzējuma bāzisko statusu.

Laikā, kad norisinājās absolūtiskā priekšstata par telpu uzvaras gājiens pār relacionistisko, tika pieteikta vēl viena telpas traktējuma versija, kura pēc sākotnējā iedalījuma paliek absolūtiska, bet vienlaicīgi kardināli to izmaina. Runa ir par vācu filosofa Imanuela Kanta koncepciju, kas iegājusi vēsturē ar apzīmējumu subjektīviskā. Ja visās iepriekš minētajās koncepcijās runa bija par telpu kāda tā ir objektīva, neatkarīgi no to uztveroša, priekšstatoša subjekta, tad Kants atsakās iztīrāt šādu sīzetu. Kopernika apvērsuma gnosioloģijā garā viņš telpu traktē kā ārēju uztveres formu, nevis lietu pastāvēšanas aktuālu vai potenciālu vietu.

Šādu izpratni var uzskatīt arī par relacioniskās pieejas ekstravaganu paveidu: visi ķermeņi gūst telpiskumu attiecībā ar uztveri. Tomēr līdzība ar relacionismu ir tikai

formas ziņā. Attiecības ar uztveri te nav tās pašas, par kurām runā Aristotelis un viņa piedāvātās telpas traktējuma sekotāji. Ķermeņi nepastāv uztverē, kā citā, tos aptverošā ķermeņi, bet gan uztverē tiek uztverti un tas nebūt nav līdzīgs fiziskai uztveršanai, bet intelektuāls process. Runājot Kanta terminoloģijā, telpa ir apriora ārēja uztveres forma, kurai piemīt transcendentāla iedaba, t. i., tā nevis tiek uztverta pieredzē, bet ir jebkuras uztveršanas un pieredzes iepriekšējs nosacījums.

Mēģinot klasificēt kantiānisko versiju atbilstoši sākotnēji aprakstītajām versijām, tā biežāk tiek pieskaitīta absolūtisko koncepciju grupai, jo transcendentālās subjektivitātes telpa kā apriora ārēja uztveres forma savos raksturojumos sakrīt ar Eukleida ģeometrijas telpu par kādu runā vairākums Jaunlaiku fiziķu un viņu iespaidā citi intelektuāļi.

2. Telpas antropoloģija

Kanta ieviestais subjektivitātes faktors paver iespējas arī telpas subjektīvi relacioniskiem traktējumiem. Apgalvodams, ka “Mēs tādējādi varam runāt par telpu, izplatītām būtnēm utt. tikai no cilvēka viedokļa.” (Kants, I., 1934, 71) Kants, protams, domāja cilvēku transcendentālās subjektivitātes nozīmē, taču šāds apgalvojums paver iespējas arī cilvēka un līdz ar to arī tā subjektivitātes, kā pats Kants teiktu, pragmatiskam, t. i., empīriskam, psiholoģiskam, kultūrvēsturiskam u. tml. aplūkojumam. Un šādu cilvēka esamības traktējuma attīstību var redzēt lielā mērā Kanta inspirētā pēckantiāniskā filosofijā.

Nekavējoties pie dažādu modernās filosofijas un citu zinību jomu izstrādēm telpiskuma izpratnē, var teikt, ka no intelektuālo resursu viedokļa ir izveidoti pietiekami priekšnosacījumi relacioniski subjektīvai pieejai ne tikai telpas uztveres īpatnību, savdabības u. tml. pētījumiem, bet arī bāziskā telpiskuma traktējumā. Pie šī, pirmkārt, noteikta jāņem vērā, ka subjektīviskā pieeja te nav jāsaprot kā sinonīms patvaļīgai, anarhiskai. Ar subjektīvo te jāsaprot tas, ko latviešu (un vācu) valoda dažās gramatiskās formās ļauj ērti apzīmēt kā subjektivitāti. Tas ir tas, ko ar savu Kopernika apvērsumu gnosioloģijā akcentē Kants. Mēs varam runāt par pasauli tikai no subjekta, kā jebkura cilvēka viedokļa, bet tas nebūt nenozīmē, ka katram empīriskam subjektam tā dota vai arī tas var un spēj to iztēloties un rīkoties tajā pilnībā savdabīgi.

Otrkārt, subjektivitātes traktējumi mūsdienu filosofijā un cilvēkzinībās kopumā nebūt nesakrīt ar Kanta filosofijā izstrādāto transcendentālās subjektivitātes koncepciju. Ja Kanta transcendentālā subjektivitāte ir cilvēka apziņa vispār (subjektīvā vispārējība), tad mūsdienās tā tiek traktēta kā kultūrvēsturiski daudzveidīga, taču nekādā ziņā ne subjektīviska, kā tika norādīts iepriekš. Atsevišķs cilvēks pārstāv subjektivitāti ļoti mazā mērā, to drīzāk var apzīmēt vienīgi kā atsevišķu singularitāti dinamiskā un nebeidzamā pārindividuālo identitāšu (subjektivitāšu) tapšanas, veidošanās un pārveidošanās procesā.

Treškārt, cilvēka izpratne kā atsevišķā indivīda, tā arī pārindividuālo identitāšu formā netiek traktēta kā tīri gnosioloģiska, kā tas visumā bija vēl XVIII gs. Bez tīrā prāta un arī praktiskā, un tomēr vēl arvien prāta, cilvēkam piemīt arī viņa garīgajā esamībā aktīvi līdzdarbojošies ķermeņi, kā arī tādas neatņemamas t.s. dvēseles dzīves noteiksmes kā griba, jūtas, emocijas, bezapzinātie veidojumi u. tml. Pie kam visi šie cilvēka mentālās dzīves līdzvērtīgie “partneri” tāpat kā kādreizējais par to kungu

uzskatītais prāts tikai ļoti nosacītā veidā uzskatāmi par individuāliem, atsevišķam cilvēkam piederošiem vai piemītošiem. Un runa nav tikai par kolektīvo bezapziņāto, gribu, masu afektiem, bet arī par to, ka, piem., ķermenis, nekādi fiziski nesaplūstot ar citiem ķermeņiem, mūsdienās netiek uzskatīts tikai par piemītošu indivīdam, kurš ar to ir pastāvīgi kopā. Ķermenis pilnā mērā nepieder tikai mums un to, kas tam jādara, kādam tam jābūt, nenosakam mēs vieni paši. Un tas ne tikai tāpēc, ka mēs paši neesam kaut kas vienpatns un savrups, bet arī ķermeniskās kolektivitātes dēļ.

Katrs atsevišķs ķermenis kopā ar citiem ķermeņiem un citām ķermeniskām lietām veido kopīgo visu cilvēku esamību pasaulē, kuras norises izkārtojas ne tikai atbilstoši tam, ko cilvēki kopīgi domā, bet arī kopīgi jūt un darbojas. Tāds vispārīgos vilcienos ir mūsdienu skatījuma uz pasauli un dažādu tās aspektu traktējuma filosofiski antropoloģiskais ietvars. Par filosofiski antropoloģisku tas dēvējams, lai, no vienas puses, akcentētu mūsdienu filosofijas kardināli antropoloģisko raksturu, bet, no otras, nepazeminātu antropoloģiskā skatījuma fundamentalitāti.

Tāču šāds telpiskuma traktējums nav kaut kas pilnīgi jauns un neapzīstams, raugoties uz to no visu cilvēces vēsturē praktizēto un priekšstatīto dzīves formu viedokļa. Prestatā Jaunlaiku ķermeniskās pasaules ainai, kuras pamatā ir absolūtais telpiskums, arī antīkā kultūra šīs reālijas izkārtojusi citādi. Ķermeniskums tiek likts telpiskuma vietā kā esamību aptveroša priekšstata pamats. Antīkais cilvēks nepazīst nepiepildītu telpu, nestrukturētu tukšumu. Tikai ķermeniskā pasaule viņiem ir īstā pasaule, pasaule vārda patiesajā nozīmē – esamība. Vācu filosofs Osvalds Špenglers (*Spengler*, 1880–1936) konstatējis: “Izplatība antīkajiem cilvēkiem nozīmē ķermeniskumu. ...antīkajam izziņas tipam pamatā kā apriora forma ir ķermeniskums sevī, kam kantiāniskajā pasaulē ainā atbilst absolūtā telpa.” (*Spengler*, O., 1918, 121)

Telpiskums allaž un visās tā versijās ir izaudzis no ķermeniskuma, cilvēka ķermeniskuma. Var gan iebilst, ka absolūtā ģeometriskā telpa nav nekādā saistībā ne ar kādu specifisku ķermeni, pat ķermeniskumu kā tādu, jo tajā nekas taču nemainās, pat ja izņemam no tās visus ķermeņus. Bet no kurienes šī absolūtā un sevī tukšā telpa ņēmusi īpašības, jo tādas taču tai ir: viendabīgums, bezgalīgums, trīsdimensionalitāte? Protams, no ķermeņiem, iedomājoties absolūtu vērojumu (teoriju), kurā izdodas abstrahēties gan no dažādu ķermeņu specifiskām īpašībām, gan atsevišķu vērotāju ķermeniskās attiecības pret novērojamo. Absolūtais vērotājs, kura skatījumā dota absolūtā telpa ir empīrisku ķermenisku vērotāju idealizācija, kas radusies reducējot reālo daudzveidību.

Par mūsdienās arvien skaidrāk apjaušamā eiropiskā cilvēcības tipa panīkuma un draudoša norieta simptomiem tiek norādīts absolūtā vērotāja, absolūtās subjektivitātes diskreditācija. Reizē ar tās norietu cilvēka-eiropieša priekšstatu sistēmā būtu laiks atteikties vai vismaz radikāli (kritiski kantiāniskā nozīmē) pārskatīt arī citus simtiem un pat tūkstošiem gadus par pašsaprotamām un aksiomātiskām uzskatītas konfigurācijas. Telpa, vismaz telpiskuma izpratne noteikti būtu pieskaitāma šajā kontekstā izvērtējamām reālījām.

Eiropas intelektuālajā vēsturē gadu tūkstošu ilga strīds starp substancionālās un relacionistiskās telpas izpratnes piekritējiem būtībā ir konfrontācija starp priekšstatu par telpu kā idealizētu matemātisku (ģeometrisku) struktūru un telpu kā lietu un parādību savstarpējām attiecībām no to faktiskās izkārtošanās un mijiedarbības

viedokļa. Ļoti svarīga šajā ziņā ir, piem., to savstarpējā pārvietošanās. Viena lieta ir divu ķermeņu tuvums vai tālums no abstrakti ģeometriskā viedokļa, pavisam cita – cik ātri, ērti attālums ir reāli pārvarams. Pie kam visai atšķirīgu tuvuma vai tāluma ainu iegūsim atkarībā no tā, vai attālumu centīsimies mērot tikai domās, acīm vai ķermeniski pārvietojoties dažādā veidā. Dažādie attāluma pārvarēšanas veidi te jāsaprot nevis kā abstraktas iespējas, bet gan reālas ikdienas noteikti organizētā telpā dzīvojoša cilvēka darbības. Dažādu apdzīvotu vietu tuvumu vai tālumu pat mūsdienās cilvēki samēro atkarībā no satiksmes iespējām: sabiedriskā transporta kustības biežuma un ērtuma vai ceļa seguma kvalitātes, vēl lielākā mērā tas ir bijis spēka laikos, kad nepastāvēja viendabīgs ceļu tīkls ar vairāk vai mazāk pieejamu un regulāru satiksmi.

Bez tam, jebkuras parādības tuvumu vai tālumu būtiski ietekmē tās iekļaušanās intensitāte dzīvespasaules telpā. Vārdiem “tuvs” un “tāls” ir ne tikai attālumu subjektīvi aprakstoša nozīme, bet arī tuvību vai tālumu subjekta interesēm, ieradumiem, vēlmēm apzīmējoša. Tādā gadījumā ģeogrāfiskais un cilvēciskās attiecības tuvums vai tālums var izkārtoties pavisam atšķirīgā veidā. Piemēram, dažus kilometrus attālais mežs, ar kuru cilvēkam visu mūžu ir tikai vizuāla saskarsme, no dzīvespasaules viedokļa ir tālāks, nekā ģeometriski pat nedaudz tālāka pastāvīgā daba vieta, ceļā uz kuru ejot kājām ikdienas jāpatērē krietna stunda, bet ar kuru cilvēks ir domās, ieceļ un atmiņās kopā ceļā uz to un atpakaļ.

Tomēr no atziņas, ka telpu var traktēt antropoloģiski vēl viennozīmīgi nekļūst skaidrs, vai un kā un cik lielā mērā to var un vajag attiecināt uz pašas cilvēka esamības skaidrojumu. Iztīrāšanas vērts šajā sakarā ir Dekarta iedibinātais cilvēciskās subjektivitātes principiāli netelpiskais traktējums. Viņš raksta: “Lai gan var būt (vai, drīzāk, kā es teikšu vēlāk, – droši) ir ķermenis, kas ir ļoti cieši sajūgts ar mani, tomēr, tā kā, no vienas puses, man ir skaidra un izšķirta ķermeņa ideja, ciktāl tas ir izplesta {res extensa}, nevis domājoša lieta, tad droši, ka ‘es’ ir īstenībā izšķirts no mana ķermeņa un var pastāvēt bez tā.” (Dekarts, R., 2006, 193) Tādējādi viss esošais tiek strikti iedalīts ķermeniskajās, telpā (ekstensīvi) pastāvošajās lietās (*res extensia*) un bezķermeniskajās, kuru izpratnei priekšstats par to izplatību nav nepieciešams, jo tās nepastarpināti dotas domāšanā (*res cogitans*). Nostādne gan nebūt nebija kaut kas revolucionārs, bet drīzāk rezumēja un precīzi formulēja kristīgajā pasaules izpratnē jau no pašiem tās pirmsākumiem uzsvērto ķermeniskā un dvēseliskā, materiālās un garīgās pasaules pretmetu. Izteikts konsekventi filosofiskā formā tas ir duālisms, par kura spilgtāko visu laiku pārstāvi tāpat tiek atzīts Dekarts. Tiesa, nedz kristīgā, nedz Jaunlaiku intelektuālā tradīcija duālismu tā konsekventā formā nav uzskatījusi par pieņemamu. Ir mēģināts realizēt monistisku pasaules traktējumu vai nu uz garīgā (pirmajā tradīcijā), vai uz ķermeniskā (otrajā) bāzes. Taču tā kā nekad šie centieni nav pārliecinoši īstenojušies, nošķiršanas un pat pretstatīšanas tradīcija arī nav zaudējusi savu sparū.

No šīs nostādnes gan viennozīmīgi nevar teikt, vai tā attiecināma arī uz sociāliem procesiem, kāds neapšaubāmi ir komunikācijas process. Sociālo procesu specifiska iezīme, par cik tie ir domājošu ķermenisku būtņu darbība, ir tieši Dekarta norādītā ‘es’ un ķermeņa sajūgtība. Tas nozīmē, ka to izpētē ir jāanalizē kā tas, ko klasiskā kultūra uzskatīja par cilvēka esamības garīgiem aspektiem, tā arī par tūri ķermeniskām norisēm. Attiecībā uz telpiskumu tas gluži vai vienmēr nozīmējis tā atvēlēšanu

vienīgi ķermeniskajai pasaulei. Patiesības labad gan jāatzīst, ka arī priekšstati par garīgo telpu kā dvēseļu mājvietu u. tml. ir sastopami, taču parasti traktēti vai nu kā metaforiskas figūras vai arī kā telpas, kam nav nekā kopīga ar ķermeņu mājvietu.

Par telpu var runāt vismaz trīs līmeņos. Pirmais un bāziskais līmenis ir telpa, kura veidojas cilvēka esamības norisēs. Tā izaug, nošķiras no cilvēka esamības atributīvās strukturētības kā tās izplatīgais aspekts, kurā mitinās ķermeņi, notiek izkārtošanās un darbošanās pēc vizuāliem orientieriem. Otrais ir objektīvētā telpa, kurā atstāti ķermeņi to abstrakti izplatīgajā esamībā bez saikņu uzrādes ar cilvēka esamību. Šeit un no tā rodas priekšstats par absolūtu substancionālu telpu, kura iedomājama arī pilnībā tukša un neatkarīga no ķermeņiem. Taču arī šis telpas konstrukts sakņojas kādā iedomātā absolūtā subjektivitātē, kurā konstituējusies Jaunlaiku (galvenokārt eiropeiskā) cilvēces tipa centienos uz pasaules vispārēju pārveidojošu un pakļaujošu aptveršanu. Visbeidzot trešā – subjektivētā telpa, cilvēka (kā individuāla, tā arī kolektīva tipa) iedomu, centienu, intelektuālo konstrukciju struktūra, kuru lielākas uzskatāmības labad, ko nevajag uzskatīt tikai par ērtības faktoru, ierasts reificēt telpiskojot. Ņemot vērā divu pēdējo izcelsmi un arī saglabājošos sakņošanās pirmajā, ir vienlīdz korekti un produktīvi dažādās intelektuālās perspektīvās spriest par esamību kopumā un atsevišķām tās izpausmēm, ieskaitot arī sociālo un gara zinību kompetencē esošām, visos trīs veidos. Pirmais ir telpiskuma fundamentāla pamatošana, kas kalpotu par konceptuālu ietvaru un attaisnojumu pārējiem diviem aspektiem. Otrais, kas pats par sevi ir Eukleida ģeometrijas telpas izklāsts un primārā projekcijas zinātniskajā perspektīvā fiziskās pasaules ainas veidā, ietverot tajā arī ģeogrāfisko, dod t.s. fiziskās telpas konceptu. Ar tā palīdzību var aprakstīt cilvēka esamības norises fiziski ķermeniskās realitātes kontekstā. Atceroties par šīs objektīvētās pasaules antropo sākotni, tā nebūs cilvēciskās esamības fizikālistiski redukcionistiska vienkāršošana.

Nostājoties antropoloģiskā pašas t.s. fiziskās pasaules izpratnes pozīcijā, nākas risināt pat pretēja rakstura problēmu: kā aiz visiem šiem antropajiem raksturojumiem saredzēt kaut ko vairāk kā tikai cilvēcisko esamību. Franču sociologs Pjērs Burdjē (*Bourdieu*, 1930–2002) atzīst: “Tā telpa, kurā mēs dzīvojam un kuru mēs izzinām, ir sociāli iezīmēta un uzkonstruēta. Citādi sakot, fiziskā telpa ir sociālā konstrukcija un sociālās telpas projekcija, sociālā struktūra objektīvētā stāvoklī, agrāko un pašreizējo sociālo attiecību objektīvācija un naturalizācija.” (*Bourdieu, J.*, 1990, 53) Tādējādi nav iespējama cilvēka esamības reifikācija, vien izmantojot tās aprakstam un izpētei no fizikālo priekšstatu kopuma patapinātas reālijas. Lietiskots cilvēka attēlojums, ja tāds rodas, izriet nevis no reālajām un valodas pašas par sevi, bet gan no cilvēka esamības atsvešinātā veida, problēmām priekšmetiskošanās-atpriekšmetiskošanās procesā, kā rezultātā pazūd pavediens, kas vienu dzīvo darbību un saskarsmi sasaista ar citām, saaužot no tā visa pasaules ainu, kurā cilvēks ir nevis nejaušs ciemiņš, bet gan tajā mājjošs iemītnieks.

Telpisko reāliju cilvēcisko izcelsmi, konstituēšanos cilvēka darbības procesā visnotaļ pārliecinoši skaidro tāds mūsdienu socioloģijas strāvojums kā lietu socioloģija, kas atzīst un iekļauj cilvēka esamības izpētē lietas kā konkrētās cilvēka esamības situācijās un attiecībā pret tām objektīvi pastāvošas reālijas, ar kurām cilvēks savā darbībā saskaras un rēķinās ar tām. Balstoties uz aktortiklu teorijas principiem, viņi

nonāk pie secinājuma: “ Mūsu ikdienas dzīvē formēts, deformēts vai pārvietots objekts reizē ar savas formas saglabāšanu Eukleida telpā vienlaicīgi arī rada šo telpu. ... telpas ir radītas reizē ar objektu izmantošanu.” (*Law, J.*, 2000, 5) Pie šāda veida objektīvā lietiskuma tiek pieskaitīts arī sociālās darbības subjektu izvietojums ģeogrāfiskā telpā, kā izpēti un fiksāciju sauc par kartēšanu.

Kartēšanas metode jau krietnu laiku ir samērā labi zināma un to lietojuši daudzi dažādu cilvēkpētniecības nozaru pārstāvji. Kā vienu no pirmajiem var minēt franču kriminologu Gabrielu Tardu (*Tarde*, 1843–1904) kas pazīstams arī ar savām novatoriskām ierosmēm psiholoģijā un socioloģijā. Kartēšanas metodi viņš izmantojis kriminogēnās situācijas izplatīšanas analīzei. (*Tarde, G.*, 1890, 126) Savukārt jau minētais XX gs. socioloģijas klasiķis Pjērs Burdjē, kurš sociālā telpiskuma konceptu izstrādājis arī teorētiski, to izmantojis arī lietīšķākas ievirzes pētījumos un norāda: “noteiktas šķiras aģentu un institūtu telpiskā izvietojuma kartografēšana ir ļoti spēcīga novērošanas tehnika”. (*Bourden. J.*, 1977, 191) Viņš pats to izmanto franču sabiedrības patērētāju ticības cīņas lauka, kas veidojas noteiktās topoloģiskās struktūrās izvietojoties kultūras resursiem, to patēriņa praksēm.

Mākslinieciskās kultūras parādību pētniecībā metode ieguvusi stabili statusu ar nosaukumu – kultūrkartēšana. Viens no šī jomas speciālistiem Ričards Rodžerss (*Rogers*) norāda, ka ar šīs metodes palīdzība notiek nevis vienkārša pastāvošo saikņu un tīklu attēlošana, bet arī radīšana, jo šāda veida vizualizācija piedalās cilvēka esamības struktūru konstituēšanā. “Apgalvojumus, ka kartes organizē tīklus, var interpretēt kā konstruktīvu pozīciju: tīkls ir tikai tad, kad pastāv tā reprezentācijas kartes (vai, tehniski runājot, grafa) formā – reprezentācija, kas, tāpat nevar būt šķirta no realitātes.” (Rodžerss, R., 2004, 52)

Šajā telpiskuma pētniecības perspektīvā paveras visplašākās iespējas arī masmediju komunikācijas pētniecībā. Recipientu izvietojums, fiziskās saiknes veids, noturība u. tml. ar konkrēto mediju ir ļoti svarīgs gan medija auditorijas fiksācijas un novērtēšanas paņēmieni, gan dažāda veida iedarbības uz sadarbības ar auditoriju rādītājs.

3. Telpa kā komunikācijas atribūts

Apstiprinājumu apgalvojumam, ka komunikācija, tās raksturs ir būtisks esamības telpiskuma veidošanā vispār, kā arī dažādo telpisko priekšstatu specifikai, rodām vairāku pētnieku izstrādātnēs. Franču lingvists Emils Benvenists (*Benveniste*, 1902–1976), salīdzinot saziņas formas dzīvnieku pasaulē ar cilvēku valodu, norāda, ka par valodu īstenā nozīmē var runāt tikai cilvēku komunikācijā, jo tajā parādās kāda valodai ļoti būtiska iezīme – dialogs. (*Benveniste, E.*, 1974, 101) Tikai cilvēks spēj viņam sūtītu saziņas signālu uztvert un reproducēt kā zīmi un nodot tālāk citiem. Mūsu gadījumā interesi izraisa Benvenista izmantotais piemērs, kas šo sakarību ilustrētu. Viņš apraksta saziņu bišu saimē. Ir labi zināms, ka bites-izlūki, atrodot nektāraugus, ar savu lidojumu paziņo darba bitēm, kurp doties. Tādējādi mēs redzam telpā notiekošu procesu, kura gaitā vienas bites it kā nodod savus “telpiskos priekšstatus” citām, kuras tos uztvērušas spēj atbilstoši savai iedabai adekvāti darboties. Taču te nevar būt runa par telpiskiem priekšstatiem un vēl jo vairāk to (priekšstatu) apmaiņu. Bites-izlūka lidojums nav zīme šī vārda patiesajā nozīmē, bet tikai uzvedības akts.

Izlūks ar savu uzvedību joprojām ir telpiskajā situācijā, kurā, atbilstoši lidojot to nepastarpinātā veidā demonstrē citām būtēm. Veidojas situācija, kādu to apraksta Dekarta telpas koncepcija. Karteziāniskā fizika neatzīst tukšu telpu un uzstāj, ka ķermeņi vienmēr mijiedarbojas pēc tuvdarbības principa. Atrodoties ciešā kontaktā cits ar citu, tie pārvietojas, mainoties vietām, vienmēr nesot līdzī arī savu izplatību. Līdz ar to nekādas vispārējas, visaptverošas telpas nav, bet ir tikai katra ķermeņa izplatība.

Priekšstati par telpu kā kaut ko atšķirīgu no ķermeņa veidojas, tikai attīstot spēju to uztvert un apzīmēt nesaistītā ar ķermeni veidā, un tādu iespēju dod valoda, tās ķermeņu savstarpējo izvietojumu un pārvietošanos apzīmējošas zīmes. Kad komunikācijas procesā šīs zīmes kļūst tik patstāvīgas, ka var tikt uztvertas, kombinētas, analizētas utt. bez katrreizējās saistīšanas ar ķermeņiem, konstituējas telpa. Nav jēgas prātrot par to, vai telpa tādā veidā pastāvēja vēl pirms cilvēks ar savu objektivējušos zīmju palīdzību beidzot spēja apjēgt. Komunikācijas formu izmaiņas vēsture un mūsdienu situācija liek domāt, ka telpiskie priekšstati, kādi gadu simtiem šķituši bāziski, ir tikai viena no telpas komunikatīvās konstruēšanas versijām.

Par gluži vai klasisku uzskatītu komunikācijas trīs pamatformu iedalījumu ieviesis kanādiešu mediju pētnieks Māršals Makluens (*McLuhan*, 1911–1980). Viņš nošķir: 1) pirms rakstības – audiotaktilo, 2) līdz ar pietiekami plaši izplatījušos rakstības prasmi, bet jo sevišķi pēc grāmatiespiešanas izgudrošanās attīstījušos – vizuāli abstrakto un 3) līdz ar elektronisko (elektrisko, kā tos dēvē pats Makluens) mediju plašu ienākšanu mūsdienu cilvēka dzīvē – audio vizuālo. (*McLuhan, M.*, 1962, 48–49) Atbilstoši dominējošām komunikācijas formām veidojas arī pasaules tēls, tajā sastopamo lietu un parādību izkārtošanas principi. Tartu semiotiķis Jurijs Lotmans norāda, ka pirms rakstības cilvēkam pasaule ir drīzāk lokālu zīmju mozaīka, kurā jāprot orientēties. “Par cik tās vai citas birzis, svētnīca, elks tiek “iekļauts” kultūras aprītē ar rituāla, upurēšanas, zilēšanas, dziesmu un deju palīdzību, bet visas šīs darbības pieskaņotas noteiktam laikam, tad šīs birzis, svētnīcas, elki ir saistīti ar noteiktu zvaigžņu vai saules, mēness stāvokli, cikliskiem vējiem vai lietiem, periodisku ūdens līmeņa celšanos upē utt.” (Lotmans, J., 1987, 10) Saprāšanu par kārtību, kuras uzturēšanā jāpiedalās arī cilvēkam, nodrošina šamaņi, pareģi, zīmju tulki, kuru zināšanas eksotēriskajā pasaulē dzīvojošiem nav pieejamas un izprotamas. Šādā komunikatīvajā vidē priekšstati par pasauli kā vienotu telpu nemaz nevar rasties.

Situācija mainās ar rakstības un tās rezultātā tekstuālas komunikācijas parādīšanos. “Rakstības kultūra sliecas uz to, lai Dieva vai Dabas radītā pasaule uzlūkotu kā Tekstu, un tiecas izlasīt tajā iešifrēto ziņojumu. Tāpēc galvenā jēga tiek meklēta rakstos – sakrālos vai zinātniskos – un pēc tam ekstrapolēta uz ainavu.” (Lotmans, J., 1987, 10) Kurš no priekšstatiem par pasauli: dzīvā komunikācijā ar dabas spēkiem un tos skaidrojošiem medijiem iegūtais vai abstrahētā no apkārtējās vides grāmatu studēšanas procesā izveidotais ir patiesāks? Jautājums nav nemaz tik viegli un viennozīmīgi atbildams. Rakstības kultūras veidošanās rītausmā Platona tēlotais Sokrats dialogā “Faidrs” izsakās par labu pirmajam zināšanu ieguves veidam. Rakstītais teksts nedod nekādas zināšanas, tikai palīdz labāk atcerēties dvēselē izprasto tiem, kuri cilvēciskā komunikācijā noskaidrojuši to vai citu jautājumu. Rakstītos tekstos nav iespējams gūt jaunas vai dziļākas zināšanas, jo “tev šķiet, ka tie runā kā saprātīgas

būtnes, bet, kad tu tiem uzdod kādu jautājumu par to, ko tie saka, jo grib to saprast, tie atkārtro vienmēr vienu un to pašu.” (Platons. Faidrs. 275d.) Mūsdienās var tikai brīnīties par to, ka tāds intelektuālis kā Sokrats nav spējis veidot dialogu ar rakstītu tekstu. Tas cita starpā tikai liecina, cik tālu komunikācijas formu ziņā mēs atšķiramies no sengrieķu cilvēka.

Līdzīgas kardinālas pārmaiņas reizē ar jaunu komunikācijas formu parādīšanos notiek arī mūsdienu cilvēka pasaules uztverē. Viņam nācās apgūt jaunus telpiskās uztveres paņēmienus. Makluens norāda, ka sabiedrību, kurās rakstība nav kļuvusi par ierastu komunikācijas līdzekli, pārstāvjiem ir lielas grūtības bez iepriekšējas sagatavotības adekvāti uztvert kino vai fotogrāfiju, jo viņi nav spējīgi vienkārši pasīvi vērot notiekošo. (*McLuhan, M.*, 1962, 79) Taču līdzīgam uztveres trenīnam savulaik gājuši cauri arī rakstu kultūru pārstāvji, jo kino kā medijs tomēr piedāvā citādu esamības uztveres veidu kā teksts. J. Lotmans un J. Civjans parāda, ka visgrūtāk izmainīt savu telpas percepciju bijis pēc skaņas kino parādīšanās. “Skaņa izrādījās nevis vienkārši jauns kino attīstības etaps citu virknē, bet gan kardināli izmainīja visu kinematogrāfiskās telpas “navigāciju””. (Lotmans, J. Civjans, J., 1994, 135) Kustīga (un arī runājoša) attēla vērošanas pieredzi rietumu civilizācijas cilvēki bija izkropuši jau citos mākslas veidos. Skaņas kino tomēr ienesa tajā kādu novitāti – skaņa reāli nāca nevis no tām vietām uz ekrāna, kurā tai vizuāli it kā vajadzēja rasties, bet no skaļruņa, kas bija statiski novietots aiz ekrāna. Skaņu kino pastāvēšanas pirmajos gados skatītāji žēlojušies, ka skaņa nesakrīt ar aktieru lūpu kustībām u. tml., kaut patiesībā tā nemaz nav bijis. Skatītāji vienkārši ļoti precīzi identificējuši skaņas reālā avota un tā attēla nekongruenci. Izmainot savu telpas uztveres nostādni un nemēģinot obligāti savienot skaņu ar attēlu dabā redzamā veidā, skaņas kino skatītāji šajā komunikācijas veidā apguva jaunu telpiskās uztveres formu.

Līdzīgas, vairāk vai mazāk kardinālas izmaiņas telpas “navigācijā” norisinās reizē ar katra jauna medija ienākšanu cilvēka dzīvē. Mūsdienās jau ir visai riskanti pieņemt, ka cilvēka dzīvespasaule bāzējas Eukleida ģeometrijas telpiskajos priekšstatos. Veidojas pavisam cita telpiskuma pieredze. Darmšates tehniskās universitātes socioloģijas profesore Martina Leva (*Lön*) pētījusi, cik neparasti mūsdienās veidojas bērnu telpas uztveres un izpratnes struktūra, pateicoties modernajām komunikācijas tehnoloģijām, kuras tos apņēma no pašiem pirmajiem dzīves gadiem. “Bērnu un jauniešu telpiskā socializācija dod pieredzi par tādas telpas konstituēšanu, kas vairs nav vienota un kuras daļas izpaužas kā savstarpēji pārklājošas, daudzveidīgas, saistītas un kustīgas”. (*Lön, M.*, 2001, 101)

Izmaiņas vispārējā komunikācijas raksturā korelē ar modernajā vēstures filozofijā dažādos terminos aprakstīto cilvēces trīsdalīgo vēsturi no dominējoša nodarbošanās veida viedokļa: agrāro, industriālo un postindustriālo. Tiem visumā atbilst pirmsrakstības, rakstības un postrakstības komunikācija. Klasiski dabaszinātniskā telpas koncepcija atbilda industriālā laikmeta praksei, kas bīzīs un upju ūdeņos saskatīja vienīgi izejvielu un enerģijas avotus iespējami efektīvākai materiālai ražošanai, svētnīcas un elkus atbīdot perifērijā – bezrūpīgas mākslinieciskas fantāzijas kompetencē. Postindustriālā ekonomika par savas attīstības arēnu arvien lielākā mērā izvēlas cilvēka vēlmes, baudas un izklaides, vienvārdsakot – patērēšanu pāri vitālo vajadzību ietvariem, kuros tūkstošiem gadu galvenokārt noritēja cilvēka dzīve

un darbs. Pasaule kā cilvēka darbības ekspluatējamā daba ne tikai naturālo biržu un upju, bet arī kultivētu lauku, raktuvju un rūpnīcu veidā atvirzās cilvēka esamības perifērijā. Līdz ar to mainās arī dominējošie pasaules uztveres, izpratnes un modeļēšanas telpiskie parametri. Tā iegūst arvien virtuālākas un plurālākas aprises, dota mediju kultivētā veidā.

4. Komunikācija kā telpisks process

Komunikācija ir cilvēku kopā būšanas process. Faktiski tā ir visa cilvēka esamība tās korbūtnes procesuālajā, kolektīvās darbības, darbības formu apmaiņas aspektā. Ļoti daudzas komunikācijas formas darbības veidu diferenciācijas un specializācijas procesā ir ieguvušas patstāvīgu statusu un apzīmējumus: darbs, tirdzniecība, politika, audzināšana, izglītība un vēl daudz kas cits. Tā rezultātā to komunikatīvais statuss dažkārt ir īpaši jāatgādina. Kā par komunikāciju šaurākā nozīmē mūsdienās mēdz runāt vienīgi tikai par personisko saskarsmi un zināšanu (ziņu) apmaiņas procesiem.

Vienkāršākajā veidā komunikāciju varam iedomāties kā ne ar ko nepastarpinātu cilvēku saskarsmi. Taču pat tādos gadījumos šī saskarsme nav tik elementāra, ka tajā nebūtu iesaistīti kā starpnieki arī citi cilvēki, ja ne kā aktuāli līdzdalībnieki, tad noteikti fonā, pagātnes vai nākotnes horizontos klātesoši, kā arī dažādas lietas un parādības gan aktuāli, gan potenciāli. Un tomēr pirmatnēji komunikāciju viegli iztēloties kā procesu, kas aktuāli norisinās starp cilvēkiem. Dzīvai saskarsmei beidzoties, beidzās arī komunikācija, lai atsāktos no jauna, kad atkal sastopas tie vai citi cilvēki, savstarpēji apmainās domām, uzskatiem, ietekmējot citam cita rīcību u. tml. Par komunikāciju kā kaut ko pašu par sevi bez dzīvā saskarsmes procesa šādos apstākļos ir visai grūti iedomāties un nerodas nepieciešamība to kaut kā īpaši pētīt un apcerēt. Patiesības labad gan var atzīmēt, ka jau ļoti agrīnā eiropiskās civilizācijas tipa veidošanās periodā (V–IV gs. p. m. ē.) parādās interese un pētījumi par cilvēciskās saskarsmes formām pašām par sevi, to prasmīgu pārvaldīšanu un izmantošanu sev vēlamo rezultātu sasniegšanā. Runa ir par sengrieķu sofistiem, to pētījumiem retorikas, eristikas u. tml. jomās. Taču tas neatceļ iepriekšteikto par komunikācijas kā īpaša no cilvēku aktuālas saskarsmes šķirta procesa apjēgšanas grūtībām, kamēr šīs saskarsme tiek praktizēta pārsvarā dzīvā formā.

Ja komunikāciju pastarpinošie elementi iegūst noturīgu starpnieku statusu, tos dēvē par medijiem. Medija apzīmējums vēsturiski “pieaudzis” ziņu apmaiņas procesu pastarpinātājiem un ar mediju komunikāciju saprot visupirms un galvenokārt ziņu izplatīšanas procesu, kurā tiek izmantoti tam īpaši izvēlēti vai speciāli izgatavoti starpnieki. Zināmā Jaunlaiku civilizācijas attīstības etapā, kad mediju komunikācijas procesā par ziņu saņēmēju kļuva pietiekami liela (lielākā, ja ne obligāti pēc skaita, tad pēc līdzdalības sociālajās norisēs) sabiedrības daļa, tika apjausts masu mediju fenomēns un masu mediju komunikācija.

Šaurākā nozīmē par medijiem dēvējami materiālie nesēji, ar kuru palīdzība ziņa tiek izplatīta lielākam vai mazākam recipientu skaitam. Taču, kļūstot masveidīgiem, mediji aizvien jaušamāk veidojās kā īpaša nozare, cilvēka darbības sfēra, kurā bez specifiskiem materiāliem resursiem darbojās īpaši specializējušies darbinieki, izveidojās noteikta institucionālā struktūra ar savām funkcionēšanas sakarībām, normām un

pašapziņu. Līdz ar to rodas iespēja un pat nepieciešamība apzināt un pētīt šo parādību kā īpašu realitāti – masmediju realitāti, kurā bez pašiem medijiem, to struktūras un funkcijām noteikti jāņem vērā arī to aktuāli un potenciāli realizētā komunikācija, tās rezultātā radušies efekti. Komunikācijas procesu, kaut arī īstenā veidā tas joprojām ir un paliek dzīvs kā saikne starp cilvēkiem, masmediālajās norisēs nākas fiksēt un analizēt ne līdz galam pabeigtā veidā; tikai, piemēram, kā ziņojuma radīšanu un nosūtīšanu, īpaši neņemot vērā paša ziņas pirmatnējā avota un galēja patērētāja nostādnes. Ziņas radītā publicitāte, tās uztvere un efekti gan tiek paredzēti un kaut kādā summārā veidā atgriezeniski tie arī ietekmē ziņojumu producēšanas procesu. Un tomēr zināmos ietvaros mediju pētniecība fokusē uzmanību vienīgi uz pašos medijos notiekošo, bet ziņojumu sākotnējos avotus un gala patērētājus atstājot zināmā nenoteiktības statusā. Tieši šo masmedijos notiekošo tad parasti arī dēvē par masmediju realitāti.

Veidojoties šai realitātei, mediju darbības rezultātā pilnā mērā izpaužas telpas vispārējie antropoloģiskas izcelsmes raksturojumi. Jau minētais Gabriels Tarde norāda: “..saikņu vairošana starp cilvēkiem ar vēstuļu un preses palīdzību, jebkura veida garīga līdzpilsoņu saskarsme, kas izkļiedēti plašā teritorijā mazina attālumu starp viņiem.” (Tarde, G., 1890, 110) Mūsdienās, veicot grandiozu pasaules pietuvināšanu masmediji, ne tikai virtuāli pārvieto mūs uz visattālākajiem tās nostūriem, bet arī padara tos tuvākus pazīstamības un tajos notiekošo procesu līdzpārdzīvošanas nozīmē. Līdz XX gs. 80. gadu beigām tikai ģeogrāfijas entuziasti zināja par Āfrikas valsti Ruandu un nezinātājam tā likās ne mazāk tāla kā kāds krāteris uz Mēness neredzamās puses. Medijos daudz un plaši atspoguļotais pilsoņu karš, tutsi un hutu cilšu realizētais savstarpējais genocīds padarīja šo posta pārņemto zemi tik tuvu, ka Latvijā pat parādījās tradicionālā kalendārā neatrodams meitenes vārds – Ruanda. Protams, var iebilst, ka tā rezultātā ģeogrāfiski attālums nav necik mainījies un var runāt vienīgi par tuvuma un tāluma, pat ne attāluma, subjektīvas uztveres un novērtējuma izmaiņām. Un tomēr, pieņemot lēmumus par savām aktivitātēm ģeogrāfiskā vidē, cilvēki noteikti ņem vērā arī šo subjektīvo tuvību-tālību, atbilstību-neatbilstību viņu vēlmēm, dzīves ieradumiem un stratēģijām. Piem., ja A(H1N1) jeb t.s. cūku gripa savu izplatību pa pasauli būtu sākusī nevis no Meksikas, bet Taizemes, Latvijas iedzīvotāji tās tuvumu un tuvošanās draudus no paša sākuma būtu uztvēruši nopietnāk tieši vērā ņemamas Latvijas iedzīvotāju lielākas dzīvespasaulīgas saistības ar Taizemes kūrortiem, bet nevis ģeogrāfiskākas tuvības dēļ. Bez tam var piebilst, ka tieši dēļ masmediju pastiprinātās intereses par šo gripas veidu ziņas par tās izplatības ģeogrāfiju uztveram kā mums daudz aktuālāku fronti, nekā par citām mūs ne mazāk apdraudošām nelaimēm. Lūk, tas viss tad arī veido masmediju komunikācijas telpiskumu.

Jebkura masmedija komunikācijas telpa veidojas kā sarežģīta un daudzslāņaina struktūra. Vispirms to varam iedomāties un attēlot ģeogrāfiskā vai topogrāfiskā kartē kā medija un tā piedāvāto ziņojumu recipientu izvietojumu. Abonēto mediju gadījumā tas attēlosies kā abonentu tīkls. Elektronisko mediju, kuru signāls izplatās atbilstoši Zemes elektromagnētiskajā laukā un brīvi uztveram ar individuālām antenām, to fiksēt jau grūtāk. Te jānošķir potenciālā komunikācijas telpa – teritorija, kurā signāls ir uztverams, un aktuālā – kurā tas vairāk vai mazāk regulāri tiek uztverts. Regularitāte papildus raksturo dotās komunikācijas telpas intensitāti. Mērot

to pārraižu vai uztveres laiku aspektā tiek iegūti mediju reitingi, kas arī raksturo tā komunikācijas telpas intensitāti. Tomēr reitingu mērījumi parasti aprobežojas vienīgi ar recipientu skaita fiksāciju dotā laika momentā. To izvietojums telpā tiek ņemts vērā ne tik daudz.

Būtībā arī abonēto mediju komunikācijas telpas uzmērījumos nevar aprobežoties tikai ar abonētāju izvietojuma fiksēšanu. Arī te jānosaka gan medija patērēšanas intensitāte, gan arī profils, t. i., kādus raidījumus, sadaļas drukātajos medijos abonētājs patērē un kādā intensitātē. Tomēr vislielākā vērtība mediju komunikācijas telpas pētīšanā jāpievērš tieši moderno elektronisko mediju telpas fiksācijai. Tas, ka šo mediju ģeogrāfiskais novietojums mūsdienās vairs nav īpaši svarīgs, to pārraidīto ziņojumu uztveršanai, tad ar šādu konstatāciju nekāda ziņā nevar atrunāties, ka līdz ar to mediju komunikācijas telpas pētīšana vairs nekļūst aktuāli. Drīzāk otrādi. Līdz ar mediju pieejamību caur vispasaules tīmekli praktiski jebkurā zemeslodes vietā un laikā nenotiek arī to vispasaules patērēšana jebkurā vietā. Potenciāliem recipientiem kļūstot pieejamiem arvien vairāk medijiem, arvien lielāku interesi izraisa to izvēļu ģeogrāfija un patēriņa intensitāte. Tikai šie parametri veido faktisku dotā medija komunikācijas telpu.

Līdz šim aprakstītās struktūras gan ir tikai mediju komunikācijas telpas viena puse. Tā attēlo komunikatīvās saiknes, kas veidojas starp mediju un tā ziņojumu patērētājiem. Neaizmirstot, ka vārds “medijs” nozīmē starpnieks, pilna komunikācijas procesa izpētē ir jāanalizē arī tā otrā puse – medija atspoguļotā pasaule. Arī te iespējams fiksēt ģeogrāfisko šīs pasaules struktūru: lokālo, reģionālo, nacionālo, pasaules daļu un globālo. Taču ne mazāk svarīgi ņemt vērā arī pasniegto ziņojumu tematisko struktūru. Arī to pārnestā nozīmē var traktēt kā telpisku struktūru. Ja medijs stāsta par to, kas notiek pasaulē pārsvarā, piem., modes, sporta vai popkultūras aspektā, tad attiecīgā veidā tas arī dod recipientam priekšstatu par pasaules telpu. Nozīmīgi ir tikai tie reģioni, kuros kaut kas vērā ņemams notiek minētajos vai kādos citos aspektos. Pārējā ģeogrāfiskā telpa līdzinās neapdzīvotas teritorijas attēlojumam uz pasaules iedzīvotāju blīvuma kartes. Tādējādi ziņojumu veids “kartē” abstrakto pasaules telpu mediju patērētāju priekšstatos.

Uzskatīt šo kartējumu tikai par variācijām un improvizācijām par bāziskām ģeometriski ģeogrāfiskām metriskām struktūrām nav īsti pareizi, būtībā spriešana par to fizikālistiski. Telpas uztvere, izjūta un arī objektīvēšana izšķirošā veidā ir atkarīga to visu darošā subjekta ķermeniskās esamības. Ar ķermenisko esamību jāsaprot ne tikai ķermeņa statika, bet daudz lielākā mērā dinamika, jo tieši dinamikā – kustībā mums atklājas un konstituējas telpa. Tādā gadījumā var teikt, ka cilvēka ķermeniskā esamība telpā laika gaitā ir ārkārtīgi mainījusies un mūsdienās kļuvusi ļoti variabla. Tādas cilvēka esamības telpiskā pozicionējuma kategorijas kā tuvs – tāls, no tā izrietošas: savējais – svešais, tas, kas attiecas uz mani un kas ne attiecas. Modernie sakaru (saziņas un satiksmes) līdzekļi padara visu pasauli teorētiski potenciāli tuvu jebkuram cilvēkam. Taču tikai teorētiski un potenciāli. Teorētiski tādā ziņā, ka jebkurš zemeslodes iedzīvotājs gan var gluži vai momentāni uzzināt par kādu notikumu jebkurā pasaules vietā, vai gluži vai dažu stundu laikā tur arī nokļūt, faktiski absolūtajam vairākumam cilvēku tas nav tik vienkārši un ātri pieejams. Potenciāli tādā ziņā, ka pat tie indivīdi, kuriem nav materiālu vai intelektuālu šķēršļu piekļuvei gluži vai jebkurai ziņai

un nokļūšanā jebkurā zemeslodes vietā, to nedara, jo nav spējīgi darīt savas psihiskās un ķermeniskās esamības aktuālai telplaicīgai lokalizācijai. Cilvēks var vienlaicīgi atrasties tikai vienā vietā un dotajā momentā apzināties tikai vienu domu vai ziņu. Ņemot vērā, ka ļaužu dzīve nav pašmērķīga tiekšanās pabūt kaut uz brīdi pēc iespējas vairāk vietās un redzēt, dzirdēt, izlasīt vai kā citādi uztvert pēc iespējas vairāk ziņu, tad jebkura cilvēka un to grupu esamība, neskatoties uz milzīgām mobilitātes iespējām, kas mūsdienās pavērusās, joprojām veido visai lokālas, kaut krietni variablākas un mērogos plašākas ģeogrāfiskas struktūras, kā pat tikai dažus gadu desmitus agrāk.

Reāli savu dzīvi un esamību pasaulē mūsdienu cilvēki veido un izdzīvo visai selektīvi veidotā pasaulē. Masmediji šajos selekcijas un arī dzīvošanas procesos aktīvi piedalās un ne tikai kā starpnieki, bet arī sava veida telpas līdzās citām un pārklājoties ar citām lielākā vai mazākā mērā reālām vai virtuālām politiskām, kultūras, patēriņa u. c. telpām. Mūsdienu cilvēka esamības situācija paredz šo telpisko konfigurāciju apzināšanos un vērā ņemšanu jebkura atsevišķa sižeta izklāstā, t. sk. arī masmediju darbības un iedarbības uz cilvēkiem izpētē. Lai arī aprakstītajā veidā fiksētās struktūras jau var uzskatīt par dotā medija komunikācijas telpas karkasu, tas jākonkretizē saturiski. Runa visupirms ir par jau saistībā ar reitingu mērījumiem minēto medija patērēšanu raidījumu, rubriku un tematiku aspektā.

Ar masmediju komunikācijas telpu parasti un šaurākā nozīmē saprot konfigurācijas, kas veidojas un pastāv starp masmediju un tā recipientiem. Taču medijs šajā gadījumā ir tikai nodotais ziņojums tā materiālā nesēja ietērpā (avīze, īpašā veidā modulētie elektromagnētiskie viļņi) kā starpnieks starp redakciju un ziņu patērētāju. Īstētais medijs ir redakcija kopā ar tās darba materializētajiem rezultātiem, kas uzstājas kā starpnieks starp pasauli un recipientu. Citiem vārdiem sakot – var runāt par visas medija komunikācijas telpas trim daļām, jeb apakštelpām:

- 1) pasauli tās dotībā medijam;
- 2) pašā medija iekšējo telpu;
- 3) medija aptvertu patērētāju telpisko esamību.

Kaut arī šeit runājam par trim komunikācijas telpas daļām, varētu pat teikt – trim apakštelpām, noteikti jāņem vērā to atributīvā savstarpējā saistība, neviena no tām nevar pastāvēt bez intencionālas pārējo divu līdzāspastāvēšanas un savstarpējas ietekmēšanas, kas izriet no medija eidētiska triādiskuma. Jebkurai mediālai struktūrai obligāti jāpastāv no trim secīgi saistītiem elementiem. Kur ir starpnieks, tur jābūt vēl vismaz diviem, starpniecību starp kuriem, medijs realizē. Pasaule dodas medijā, orientējoties un orientējot to uz caur mediju pasauli uztverošo auditoriju. Auditorija uzzina pasauli veidā, kādā to piedāvā medijs. Medijs izvēlas pasaules norises kā notikumus savam saturam, orientējoties uz auditoriju, kurai tas to paredz nodot.

Masmedijs nav ziņu aģentūra, kas tikai savāc un publisko jaunums. Pie tam arī tā neņem visu, kas pagadās. Masmediji kā ceturta vara pārstāv arī noteiktu sociālu grupu intereses un viedokļus, dažādas kultūras, sociālās politikas, ekonomiskas un intelektuālas nostādnes. Līdz ar to tas jau strukturēti uztver pasauli, pārstrukturē to atbilstoši savai iekšējai konstitūcijai un mērķtiecīgi iedarbojas uz savu auditoriju. Tādējādi ideāla medija iekšējā telpa, kurā ienākot, izejot cauri tai un iznākot no tās, konfigurējas arī ārējā vide.

Ja dzīvo starppersonu komunikācijas procesu ir visnotaļ vienkārši priekšstatīt un pašiem tā dalībniekiem arī kontrolēt, vismaz priekšstatīt, ka viņi to kontrolē, tad masmediju komunikācijas gadījumā situācija abos šajos aspektos zaudē skaidrību un noteiktību. Korekcijas ienes abi specifiskie komunikācijas parametri – gan medijs, gan masveida raksturs. Pirmais ar savu patstāvību izvēloties gan ziņojumus, gan to nodošanas veidus un adresātus, otrs ar bezpersonalitātes un nenoteiktības ieviešanu pie kam ne tikai attiecībā uz ziņu saņēmēju, bet arī avotu. Vācu sociologs Niklass Lūmans (*Luhmann*, 1927–1998) norāda, ka “masmedijs ar savu tematiku palīdzību var iekļūt visās sabiedrības sfērās, kamēr tādas sistēmas iekšēji sabiedriskās ārpusaules ietvaros kā politika zinātne, tiesība nereti izjūt grūtības, piedāvājot savas tēmas masmedijiem un cenšoties panākt to adekvātu priekšmetisku uztveri”. (*Luhmann*, N., 1996, 25) Līdz ar to masmediju realitāte, kaut sakņojas dzīvā komunikācijas procesā, bet zināmos aspektos zaudējot ar to saiknes, it kā paliek nekuriene. Komunikācija īstenā nozīmē ir saskarsme, bet te tā savā veidā pastāv vēl bez īstenas saskarsmes un saskarsme, kas galu galā norisinās ar šī mediju satura starpniecību, veido visai nenoteiktu saistību starp mediju un komunikācijas dalībniekiem.

Rodas grūtības ne tikai pilna komunikācijas procesa novērošanu, bet arī tā, kas veidojas kā jaunā, t. i., masmediju komunikatīvā realitāte, identificēšanu. Masmediju realitāte bez pilnībā un pietiekamā noteiktībā identificējama komunikācijas procesa pati iegūst īpatnējas realitātes statusu: it kā aktuālas, bet arvien arī tikai potenciālas un nenoteiktas savā potencialitātē.

Masmediju komunikācijas telpa, kas veidojas ap mediju virzienā uz auditoriju, nav tikai medija un receptientu attiecību tīkls. Jāpiebilst, ka tās var būt ne tikai vienvirziena, kad auditorija medija sniegto vienkārši uztver, gan ar atgriezenisko saikni. Mūsdienu elektronisko mediju sniegtās iespējas paver jo plašas interaktivitātes iespējas un paši mediji cenšas tās izkopt. Taču receptienta aktivitāte ir arī tangenciāla, t. i., vērsta ne tikai pa saistības līniju ar mediju, bet izmainās arī attiecībās ar citiem cilvēkiem. Vienkāršākajā variantā to var fiksēt kā medija ziņojuma kopīgu apspriešanu, izvērtēšanu, taču tā izpaužas arī kā ārēji varbūt nemaz neartikulēta kopīga rīcība, pieņemot medija doto ievirzi bez refleksijas vai kā visiem pašsaprotamu.

5. Masmediju komunikācijas telpas pētniecība

Socioloģisko aptauju anketās parasti iekļautais jautājums par respondenta dzīves vietu mediju pētniecībā var būt valids ne tikai izlases kopas ģeogrāfiskās reprezentativitātes novērtēšanai, bet arī informācijas ieguvei par masmediju komunikācijā veidotām viedokļu, attieksmju u.tml. izvietojuma struktūrām, kas var pārveidoties un bieži vien arī pārveidojas par elektorālās un cita veida sociālās uzvedības apgabaliem. Interesants un pieminēšanas vērts šajā sakarā ir Benedikta Andersona grāmatā “Iztēlotās identitātes” stāstītais. Viņa pētījuma tēma ir etnosu veidošanās, pieņemot, ka tie ir izauguši nevis no kaut kādām fundamentāli antropām vai stabilām kultūrvēsturiskām tendencēm, bet ļoti lielā mērā ir tajos apvienojušos cilvēku kolektīvo priekšstatu, kuri formējas un pārveidojas visai dinamiski un nelineāri, realizācijas.

Ļoti pateicīgs materiāls šajā ziņā atrodams Dienvidamerikas spāņu valodā runājošo nacionālo valstu veidošanās vēsturē, kuru iedzīvotāji tagad sevi identificē kā

kolumbieši, bolīvieši, argentīnieši utt., bet šie apzīmējumi ir pilnīgi nejauši attiecībā uz tajās jēlkad dzīvojošiem etnosiem. Izrādās, ārkārtīgi svarīgs daudzu šīs pasaules daļas valstu nacionālās kopības un vēlāk arī etniskās identitātes veidošanas faktors ir bijuši masmediji – prese. Visa spāņu kolonizētā teritorija sākotnēji bijusi sadalīta pārvaldes zonās, īpaši neņemot vērā tur dzīvojošās pirmiedzīvotāju etniskās grupas, drīzāk gan pārvaldīšanas ģeogrāfisko ērtību. Arī pirmo iecelotāju no metropoles pēcteči kreoli sākotnēji nav sevi īpaši diferencējuši pēc piederības tai vai citai kolonijai. Tiesa, vienmēr saglabājusies diezgan strikta norobežošanās pašidentifikācijas ziņā no Pireneju pussalas nule atbraukušiem, kas parasti bijuši karaļa varas amatpersonas un kalpotāji. Lielākajās pilsētās, kas parasti bijušas arī administratīvie centri, iznākušas avīzes, kas līdzās “globālajām” ziņām par notiekošo metropolē, Eiropā un citur pasaulē diezgan daudz aprakstījušas arī vietējos jaunumus. Paši par sevi tie nebūt nav bijuši kaut cik nozīmīgi, ja vērtējam no kultūras vai sociālās vēstures viedokļa, taču ar laiku pietuvināja šai videi, šai ģeogrāfiskai telpai tos, kuri vairāk vai mazāk regulāri uzzināja kārtējos jaunumus par pazīstamās (bieži vien tikai no iepriekšējām publikācijām) vietām un cilvēkiem. “Tādējādi avīze, kas iznāca Karakasā, pilnīgi dabiski un pat apolītiski veidoja izdomāto sabiedrību specifiska līdzlāsītāju loka kopienā, kuriem šie kuģi, līgavas, bīskapi un cenas piederēja”. (*Anderson, B.*, 1991, 85) Ar laiku, protams, atlika tikai sagaidīt politisko elementu ienākšanu tajā.

Savukārt no Spānijas nesen atbraukušiem tas nav izraisījis interesi un viņu priekšstatus par pasauli turpinājušas uzturēt Madridē izdotās avīzes. Tā visa rezultātā etniski, valodiski, dzīves vietas un nodarbošanās veida ziņā līdzīgi cilvēki pamazām konstruē atšķirīgas kolektīvās identitātes, kas gala rezultātā izvērtās kā vienas grupas vēlmi saraut saiknes ar kādreizējo metropoli, pilsoņu karu un nacionālo valstu izveidošanās ar tās iedzīvotāju nacionālo kolumbisko, bolīvisko, venecuēlisko utt. pašapziņu.

To, ka prese ir bijusi nozīmīgs nacionālās identitātes, politiskās pašapziņas veidošanas faktors, ir labi zināms arī no Eiropas tautu vēstures, taču te drukāto mediju ietekme izpletās jau esošās politiskās un etniski kaut cik diferencētās robežās. Savukārt Dienvidamerikas piemērs parāda, ka masmediji var kļūt par noteicošo kopienas diferencējošu faktoru citā ziņā visai amorfā vidē.

Benedikta Andersona izklāstītais gadījums cita starpā arī parāda, kā fiziskās telpas konfigurācijas saistās ar priekšstatu, nostādņu un attieksmju telpu, kā notiek pāreja no vienas uz otru un atpakaļ. Protams, telpisko apzīmējumu izmantošana tikai cilvēka priekšstatu lokalizācijas un struktūru fiksācijai var palikt tikai telpisku metaforu līmenī bez pretenzijas un reālas iedarbības uz ķermenisko cilvēka esamību, tikai kā domtelpa vai ideju vide. Nopietnos pētījumos tās nekad nepaliek tikai metaforu līmenī. Kaut pētniekiem ne vienmēr pietiek resursu, empīriskās informācijas, lai pilnībā izpētītu idejisko sistēmu izplatības telpas, viņi apjauš un atzīst šī aspektā nozīmību. Franču strukturālists Rolāns Barts (*Barthes*, 1915–1980) savos sociāli angažētās apziņas formu pētījumos “Mitoloģijas” norāda: “Tā arī katrā mītā var būt sava vēsture un ģeogrāfija, pie kam viena no tām ir otras zīme – mīts vairāk nobriest, jo plašāk tas izplatās.” Ilustrēdams teikto ar piemēru no XX gs. 50. gados franču publiskajā vidē populāru priekšstatu izplatīšanos, viņš par pamatu ņem dažādu masmediju komunikācijas telpu ģeogrāfiju: “Mīts par Minu Druē izplatījās kā minimums

trijos arvien plašākos lokos: 1) “L'Express”, 2) “Paris Match”, “Ellé”, 3) “France Soir”. Daži mīti svārstās nenoteiktībā – vai tie spēs nokļūt lielajā presē, piepilsētas rantjē vidē, frizētavās, metro?” Atzīstot šādas analīzes skīčveidīgumu, Barts piebilst: “Noteikt mītu sociālo ģeogrāfiju nebūs viegli, kamēr mums nav analītiskās preses socioloģijas. Taču katrā ziņā, tās vieta jau iezīmējas.” (Barthes, R., 1957, 277)

Vairākus pēdējos gadus Biznesa augstskolas *Turība* Komunikācijas zinātņu katedras docētāju pētnieciskajās izstrādēs un viņu vadīto studentu darbos savākts faktu materiāls, veikta to analīze un interpretācija par Latvijas preses komunikācijas telpu. 2006. g. Ingrīdas Greizes studiju darbā tika izpētīta nacionālo preses izdevumu abonētu izvietojuma ģeogrāfija reģionu un toreiz vēl pastāvējušo administratīvo rajonu līmenī. (Greize, I., 2006) Veicot šādu pat pētījumu vēl sīkākā mērogā: novadu, pilsētu un pagastu līmenī, iespējams iegūt ļoti detalizētu informāciju par tās vai cita masmedija ietekmes vietām un intensitāti. Tas pats iespējams arī pētot citu mediju auditoriju izvietojuma ģeogrāfiju.

Cik lielā mērā tās vai citas priekšstatu subjektīvās telpas konfigurācijas materializācijas fiziskā telpiskumā, cilvēku rīcībā, ir katrā atsevišķā gadījumā atkarīgs no ļoti daudziem un dažādiem faktoriem. Taču nav noliedzama mūsdienu masu komunikācijas veidoto un uzturēto priekšstatu sistēmu telpiskotas atainošanas loma gan pašu šo priekšstatu sistēmu adekvātai izpratnei, gan to iespējamās ietekmes uz ķermenisko subjektu darbību sociāli politiskajā vidē. Jau gandrīz kopš pašas Latvijas valstiskās neatkarības atjaunošanas mediju pētnieki runā par mūsu zemē pastāvošām divām informatīvām telpām, ar to saprotot divas cilvēciskās saskarsmes, kā arī mediju komunikācijas vides. Kaut arī šāda situācija pati par sevi uzskatāma par nopietnu Latvijas sabiedrības integrāciju traucējošu faktoru, par sabiedrības sašķelšanās un, vēl jo vairāk, valsts politiski ģeogrāfiskās sašķelšanās faktoru, tas nav kļuvis. Krievvalodīgā masmediju komunikācija uztur krievvalodīgajiem Latvijas iedzīvotājiem kā lingvistiskā tā arī saturiskā ziņā komfortablu mentālo un kultūras priekšstatu vidi, kas neliedz tiem vienlaicīgi justies pietiekami labi Latvijas un caur to arī ES politikā, tiesiskajā, ekonomiskajā vidē. Kamēr Latvijas krievvalodīgā komunikācijas telpa nekļūst par Krievijas sociālo, ekonomisko un ģeopolitisko priekšstatu komunikācijas telpas daļu, nekādi nopietni draudi Latvijas sabiedrības un valstiskuma integritātei nepastāv. Var pat teikt, ka, pastāvot lielai krievvalodīgai iedzīvotāju daļai, ir tikai normāli, ka viņu garīgo, kultūras vajadzību izpaušmei un kultivēšanai radusies un pastāv cita tipa komunikācijas telpa. Kā liecina pētījumi, šajā telpā tāpat runa ir par Latvijas ekonomiskajām un politiskajām reālijām, tikai citā tonalitātē, izmantojot citādus retoriskos paņēmienus u.c. (Barkāns, Ģ., 2008) Būtu varbūt pat sliktāk, ka, nespēdami pilnībā iejusties latviskajā kultūras vidē, daudzi mūsu valsts iedzīvotāji būtu spiesti pilnībā pārslēgties uz ne Latvijas medijiem un meklēt to radītajā telpā sev komunikatīvu patvērumu.

Secinājumi

Telpiskā pieeja jāatzīst par heuristiski (jaunas zināšanas dodošu) visai nozīmīgu kā komunikācijas procesa vispār, tā masmediju komunikācijas, it īpaši izpratnes un izpētes konceptuālu un metodoloģisku paņēmieni. Tas pilnā mērā attiecas arī uz

mūsdienu masmedijiem, kas tehnoloģiskās attīstības rezultātā zaudē tās piesaistes un lokalizācijas formas, kas piemita tradicionālajiem medijiem, taču to it kā globalizācijas procesā nepārstāj izplatīties un strukturēties arī telpiski fiksējamā un analizējamā aspektā. Lai komunikācijas telpiskuma izpēte noritētu iespējami produktīvi, tai jābalstās uz mūsdienu filosofiski antropoloģisku telpas fenomena traktējumu, kurš nevis noliedz, bet ietver un izskaidro arī klasiskos telpas izpratnes konceptus, atvēl tiem atbilstošu lomu cilvēka esamības pētniecībā.

Raksts tapis, pateicoties Latvijas Zinātnes padomes grantiem Nr. 07.2087 un 09.1133.

Literatūras saraksts

1. Anderson, B. (1991) *Imagined Communities*. Citēts no tulkojuma krievu valodā: Андерсон Б. Воображаемые сообщества. – Москва: КАНОН-пресс-Ц, Кучково поле, 2001. – 287 с.
2. Aristotelis. *Fizika*.
3. Aristotelis. *Kategorijas*.
4. Barthes, R. (1957) *Mythologies* France, Editions de Seuil. Citēts no tulkojuma krievu valodā. Барт Р. Мифологии. – Москва: Издательство имени Сабашиных, 2000. – 320 с.
5. Bourdieu, P. (1977) *La production de la croyance*. Citēts no tulkojuma krievu valodā: Бурдьё П. Социальное пространство: поля и практики. – Москва: Институт экспериментальной социологии; Санкт-Петербург: Алетея, 2005. – 176–271 с.
6. Bourdieu, P. (1990) *Sociologie de l'espace social*. Citēts no tulkojuma krievu valodā: Бурдьё П. Социология социального пространства. – Москва: Институт экспериментальной социологии; Санкт-Петербург: Алетея, 2007. 288 с.
7. Brikše, I. (2006) *Informācijas vide: teorētiskās pieejas un skaidrojumi*. // Informācijas vide Latvijā: 21. gadsimta sākums. – Rīga: Zinātne, 2006. – 7–42. lpp.
8. Dekarts R. (2008) *Meditācijas par pirmo filozofiju*. – Rīga: Liepnieks un Rītups. – 703 lpp.
9. Descartes, R. (1634) *Le monde ou Traité de la Lumière*. Citēts no tulkojuma krievu valodā: Декарт Р. Сочинения в двух томах. Том 1. Москва: Мысль, 1989. с. 179–249.
10. Derrida, J. (1993) *Essai sur le nom. Khôra*. Citēts no tulkojuma krievu valodā: Дерида Ж. Эссе об имени. Санкт-Петербург: Алетея, 1998. с. 135–190.
11. Hobbes, T. (1655) *De corpore*. Citēts no tulkojuma krievu valodā: Гоббс Т. Сочинения в двух томах. Том 1. Москва: Мысль, 1989. с. 66–218.
12. Kants, I. (1934) *Tīra prāta kritika*. – Rīga: Izdevis A. Rolavs. – 333; 266 lpp.
13. Kruks, S. (2007) *Rāmējumi u.t.t. u.tml. Recenzija par grāmatu "LR 9. Saeimas vēlēšanu kampaņa: priekšvēlēšanu publiskā telpa"*. Skat. 20.03.2007. <http://www.politika.lv/>
14. Leibnitz, G. W. (1716) *Der dritte Brief an Clarke*. Citēts no tulkojuma krievu valodā: Лейбниц Г.В. Сочинения в четырех томах. Том 1. Москва: Мысль, 1982. с. 441–445.
15. Löw, M. (2001) *Raumsoziologie*. – Frankfurt am Main: Suhrkamp, – 309 S.
16. Law, J. (2000) *Objects, Spaces and Others*. Skat 30.03.2009. <http://www.lancs.ac.uk/fass/sociology/research/resalph.htm#lr>
17. Luhmann, N. (1996) *Die Realität der Massenmedien*. Citēts no tulkojuma krievu valodā: Луман Н. Реальность массмедия. – Москва: Республнка, 2005. – 254 с.
18. McLuhan, M. (1962) *The Gutenberg Galaxy. The Making of Typographic Man*. – Toronto: University of Toronto Press, 2002. – 294 p.
19. Platons. *Tīmajis*.
20. Platons. *Faidrs*. // Platons. Dialogi un vēstules. – Rīga: Zinātne, 1999. – 127–197. lpp.
21. Rodžerss, R. (2004) *Kādēļ karte? Tehnoepistemoloģiskais skatījums*. 52–55. lpp. // Akustiskā telpa: kultūrkartēšana. – Rīga: RIXC, 2004. – 246 lpp.
22. Rubene, M. (2007) *Tuvienes estētiskas / distances kultūra: Martina Heidegera telpas fenomenoloģija*. // Filosofija'6. Almanahs. – Rīga, FSI, 2007. – 56–69. lpp.

23. Sloterdijk, P. (1999) *Sphären II – Globen, Makrosphärologie*. Suhrkamp, Frankfurt am Main 1999. Слотердайк П. Сферы. Макросферология. Том II. Глобусы. – Санкт-Петербург: Наука, 2007. – 1023 с.
24. Spengler, O. (1918) *Der Untergang des Abendlandes*. Citēts no tulkojuma krievu valodā: Шпенглер О. Закат Европы. – Новосибирск: Наука, 1993. – 592 с.
25. Tarde, G. (1890) *La philosophie pénale* Citēts no tulkojuma krievu valodā: Тард Г. Преступник и преступление. – Москва: ИНФРА–М, 2004. – 390 с.
26. Бэнвенист, Э. (1974) *Коммуникация в мире животных и человеческий язык*. // Бэнвенист Э. Общая лингвистика. – Москва: Прогресс, 1974.
27. Лотман, Ю. М. (1987) *Несколько мыслей о типологии культур*. // Языки культуры и проблема переводимости. – Москва: Наука, 1987.
28. Лотман, Ю., Цивьян, Ю. (1994) *Диалог с экраном*. – Таллин: Александра, 1994.
29. Barkāns, Ģ. (2009) *Latviešu valodā un krievu valodā iznākošo Latvijas drukāto mediju komunikācijas taktikas atšķirības 2008. gada pēdējā ceturksnī*. Biznesa augstskolas Turība Sabiedrisko attiecību studiju programmas studenta diplomdarbs. – Rīga: 2009.
30. Greize, I. (2007) *Krievvalodīgās dienas preses komunikācijas telpa Latvijas Pasta abonēšanas sistēmā*. Biznesa augstskolas Turība Sabiedrisko attiecību studiju programmas studentes studiju darbs. – Rīga: 2007.

KRIEVIJAS MASU MEDIJI LATVIJĀ

RUSSIAN MASS MEDIA IN LATVIA

Dr. phil., **Ainārs Dimants**
Biznesa augstskola *Turība*, Latvija

The characteristics of the public or audience for Russian mass media in Latvia is dependent on the ethnic demographics of the Latvian population, their territorial location and national affiliation, their knowledge of Russian, their media consumption needs, and their degree of trust in the Russian media. Unlike Estonia, Latvia lacks a more differentiated social sciences study on the media consumption habits of Russian speakers and their trust in the media. TNS Latvia's regular surveys of internet use certainly are not representative when it comes to the Russian-language audience, as it encompasses only sites in Latvia. However, available data allow us to draw conclusions about the Russian media's considerable effect on the forming of public opinion in this demographic of Latvian society. Teams of researchers – including some from Russia – have concluded that the Russian Diaspora in the Baltic States has an irreplaceable role in the implementation of Russia's interests in the Baltic States. This paper analyzes the negative role of Russian media for the establishing of common national identity of democratic Latvian nation and gives also suitable media policy recommendations.

Keywords: media effects, transparency of media ownership, media legislation, media policy, media content, media structures, national identity

Atslēgas vārdi: mediju iedarbība, mediju īpašumu caurskatāmība, mediju likumdošana, mediju politika, mediju saturs, mediju struktūras, nacionālā identitāte

1. Publika un mediju iedarbība

Acīmredzami, ka Krievijas masu mediju publiku jeb auditoriju raksturlielumi Latvijā ir atkarīgi galvenokārt no Latvijas iedzīvotāju etniski demogrāfiskā sastāva, to teritoriālā izvietojuma un valstiskās piederības, viņu krievu valodas zināšanām, kā arī mediju patēriņa vajadzībām un uzticēšanās pakāpes Krievijas medijiem. Šajā rakstā aplūkosim galvenokārt to publikas daļu, kuras dzimtā valoda ir krievu valoda.

Kaut gan kopš 1989. gada krievu tautības iedzīvotāju skaits ir samazinājies visos Latvijas apgabalos jeb reģionos (Bērziņš, 2006, 139), 27,79% no valsts iedzīvotājiem 2009. gada 1. janvārī bija etniskie krievi¹. Viens no Latvijas iedzīvotāju etniskā sastāva izaicinājumiem, kas radies galvenokārt padomju rusifikācijas politikas rezultātā, ir arī zems etnisko latviešu īpatsvars lielākajās pilsētās (Bērziņš, 2006, 134,

¹ Pilonības un migrācijas lietu pārvaldes Iedzīvotāju reģistra dati
http://www.pmlp.gov.lv/iv/statistika/dokuments/ISVN_Latvija_pcc_TTB_VPD.pdf (06.09.2009.).

139), viņiem paliekot absolūtā mazākumā Rīgā un Latgales lielpilsētās Daugavpilī un Rēzeknē, lai gan galvaspilsētā beidzot atkal kļūstot par relatīvi lielāko etnisko grupu².

Etniskie krievi, tāpat kā krievu valodas zināšanas, ir vairāk izplatītas valsts dienvidaustrumos (Orcier/Orsjē, 2005, 72)³. Turpretī bijušās Padomju Savienības pilsoņu, kuri pastāvīgi dzīvo Latvijā un nav izmantojuši tiesības iegūt Latvijas pilsonību (t. s. nepilsoņu), īpatsvars lielāks ir Rīgā⁴. Saprotams, ka šīs publikas daļas integrācijas pakāpe Latvijas sabiedrībā ir relatīvi mazāka un attiecīgi identitātes meklējumi Krievijas virzienā – lielāki.

Kopumā 357 811 nepilsoņu vidū etniskie krievi 2009. gada 1. janvārī bija absolūtais vairākums, taču vienlaikus krievu tautības iedzīvotāju kopskaitā absolūtais vairākums ir Latvijas pilsoņi⁵. Turklāt etnisko krievu vidū tikai 30 328 ir Krievijas pilsoņi⁶, kas ir divkārt mazāk nekā Igaunijā (Kaun, 2008, 12).

2000. gada tautas skaitīšanā krievu valodu kā dzimto norādīja 36% iedzīvotāju (Bērziņš, 2008, 144) un joprojām Latvijā mazliet vairāk iedzīvotāju prot krieviski, nekā latviski – tādu ir par diviem procentiem vairāk jeb 81% no visiem valsts iedzīvotājiem⁷.

Runājot par Krievijas mediju iedarbību, izšķiroša ir to patēriņa jeb lietojuma vienādība, respektīvi – jo vairāk un, galvenais, bez alternatīvas izvēles tiek patērēti šie mediji, jo lielāka ir to iedarbība (Noelle-Neumann, 1999, 545⁸). No šī viedokļa, zinot, ka visas Krievijas televīzijas atrodas oficiālā autoritārā režīma kontrolē, izceļas lielais televīzijas un it īpaši Krievijas televīzijas kanālu skatīšanās īpatsvars tieši krievvalodīgo iedzīvotāju vidū Latvijā. Viņi ne tikai vairāk nekā etniskie latvieši skatās televīziju un mazāk patērē drukātos medijus, it īpaši dienas avīzes (vairāk lasa nedēļas avīzes)⁹, turklāt salīdzinoši mazāk uzticas tām¹⁰, bet arī televīzijas patēriņā dominē¹¹ Krievijas televīziju piedāvājums, visvairāk – *Pirmais Baltijas kanāls* (*Pervyj*

² Pilsonības un migrācijas lietu pārvaldes Iedzīvotāju reģistra dati

http://www.pmlp.lv/lv/statistika/dokuments/ISPN_Pasvaldibas_pec_TTB.pdf (06.09.2009.).

³ Aptaujā Latgales apgabalā piederību krievu valodai kā savu lingvistisko identitāti uzrādījuši 29,3% (Lazdiņa, 2009).

⁴ Sal. Pilsonības un migrācijas lietu pārvaldes Iedzīvotāju reģistra datus

http://www.pmlp.lv/lv/documents/statistika/ISPP_Pasvaldibas_pec_VPD.pdf (06.09.2009.).

⁵ Pilsonības un migrācijas lietu pārvaldes Iedzīvotāju reģistra dati

http://www.pmlp.gov.lv/lv/statistika/dokuments/ISVN_Latvija_pec_TTB_VPD.pdf (06.09.2009.). Jāņem vērā, ka lingvistiskā identitāte ir Latvijas krievu mazākumtautības apziņas galvenā sastāvdaļa un krievvalodīgie mediji apmierina arī to daudzo nekrievu etnisko jutīgumu, kuri uzskata krievu valodu par savu dzimto valodu (Brikše, Zelče, 2008, 92).

⁶ Sal. Pilsonības un migrācijas lietu pārvaldes Iedzīvotāju reģistra datus

http://www.pmlp.lv/lv/statistika/dokuments/ISVP_Latvija_pec_VPD.pdf (06.09.2009.).

⁷ Valsts valodas komisijas dati <http://www.vvk.lv/index.php?sadala=129&id=433> (06.09.2009.).

⁸ “Je mehr aber die selektive Wahrnehmung von den Medien oder Mediensystemen behindert wird, desto größer kann die Medienwirkung sein. ... hat das Publikum keine Wahl: Es muß sich den angebotenen Informationen aussetzen, wenn es die Augen gar nicht verschließen will. Es ist unter diesen Umständen äußerst beeinflussbar.”

⁹ Izņēmums ir vienīgi Rīgas bezmaksas avīze *5 min.* Tā Biznesa augstskolas *Turība* Komunikācijas zinātņu katedras pētījumā *Latvijas krievvalodīgo masu mediju tirgus un auditorija* (Latvijas Zinātnes padomes grants Nr. 07.2087), 2008. gada maijā aptaujājot 2596 Latvijas iedzīvotājus, no kuriem ģimenē krievu vai latviešu un krievu valodās runā 22,8%, atklājās, ka avīzes nelasa 12,3% un reti lasa 26% šo ģimeņu, kamēr ģimenēs, kurās runā tikai latviešu valodā – attiecīgi 7,8% un 22,6%. Sal. arī Vihalemm, 2002, 283; Simonjan, 2005, 371–372; Latvijas reklāmas gadagrāmata 2009/10, 18–19.

¹⁰ Tā, piem., 2004. gadā avīzēm uzticējās 66,9% latviešu un tikai 46,9% krievu (Šulmane, 2006, 73).

¹¹ Sal., piem., mediju, tirgus un sociālo pētījumu firmas *TNS Latvia* datus

<http://www.tns.lv/?lang=lv&fullarticle=true&category=showuid&id=2995> (06.09.2009.);

<http://www.tns.lv/?lang=lv&fullarticle=true&category=showuid&id=2898> (06.09.2009.); Simonjan, 2005, 413–414.

Baltijskij kanal – PBK) ar 10,7% TV skatīšanās daļu 2007. gadā (*Outside Influence on the Ethnic Integration Process in Latvia*, 2008, 65)¹². Aptauju dati spilgti parāda, ka etniskie latvieši pārsvarā skatās Latvijas televīzijas kanālus, bet krievi Latvijā – pārsvarā Krievijas telekanālus, lai gan notiek izmaiņas par labu Latvijas privātajām televīzijas sabiedrībām. Latviešu vidū galvenokārt vai biežāk Latvijas kanālus skatās 81%, krievu vidū – 19%, un apgriezti attiecībā uz Krievijas telekanāliem – latviešu vidū galvenokārt vai biežāk Krievijas kanālus skatās 16%, krievu vidū – 76%. Raksturīgi, ka latviešu jauniešu vidū ir mazāk to, kas vēro tikai vai biežāk Latvijas telekanālus – 79% (vecuma grupā 61–75 gadi – 90%), bet krievu jauniešu vidū tieši otrādi, salīdzinot ar citām grupām, ir vairāk to, kas skatās Krievijas televīzijas kanālus: krievi vecumā 15–30 gadi – 86%, bet vecumā 61–75 gadi – 61%. (Baltijas Sociālo zinātņu institūts 2006, 86) Eiropas Komisijas pasūtītās regulārās *Eurobarometer* u. c. aptaujas Latvijā parāda uzticēšanās kritumu preseī, savukārt uzticēšanās televīzijai pastāvīgi ir lielāka – piem., 2004. gadā attiecīgi 56,9% uzticējās avīzēm un 72,4% televīzijai¹³, savukārt 2008. gadā jau tikai 48% uzticējās preseī, bet 66% – televīzijai (Brikše, Zelče, 2008, 108).

Tirgus un sabiedriskās domas pētījumu centra *SKDS* 2007. gada vasarā veiktā aptauja par populārākajiem televīzijas kanāliem Latvijā nepārprotami parādīja, ka tie iedzīvotāji, kuri saziņai ģimenē lieto krievu valodu, priekšroku dod Krievijas kanāliem. Pirmie trīs populārākie telekanāli minētajā auditorijā bija *PBK*, *RTR Planeta* un *NTV Mir* (*Outside Influence on the Ethnic Integration Process in Latvia*, 2008, 64). Šajā *SKDS* aptaujā, kas tika veikta Austrumeiropas politikas pētījumu centra pētījuma ietvaros, tika uzdots arī jautājums “Kuriem no televīzijas kanāliem Jūs uzticaties – uzskatāt, ka tajos pārraidītā informācija ir objektīva?”. 36,1% no respondentiem ar krievu sarunvalodu ģimenē norādīja *PBK*, 14,6% – *RTR Planeta*, 8,9% – *LTV* (sabiedriskā raidorganizācija Latvijas Televīzija). (*Outside Influence on the Ethnic Integration Process in Latvia*, 2008, 64–65) No minētā redzams, ka Krievijas televīzijas kanāli ir ne tikai populāri, bet to ziņu un analītisko raidījumu paustajām idejām uzticas liela daļa krieviski runājošo Latvijā.

Lai gan atšķirībā no Igaunijas Latvijā trūkst diferencētāku sociālzinātnisku pētījumu par krievvalodīgo iedzīvotāju mediju patēriņa paradumiem un viņu uzticēšanos medijiem (par Krievijas interneta mediju lietojumu, tāpat kā Igaunijā, reprezentatīvu datu nav vispār), pieejamie dati ļauj izdarīt secinājumus par visai ievērojamu Krievijas mediju iedarbību uz sabiedriskās domas veidošanos šajā Latvijas sabiedrības daļā. Vienlaikus vērojama tendence, ka nacionāla (valsts) mēroga dienas avīzēm, sieviešu žurnāliem un dzeltenajai preseī latviešu valodā pamazām palielinās citas tautības lasītāju īpatsvars (Latvijas reklāmas gadagrāmata, 2009, 18, 20).

¹² 2009. gadā – 11,2%. <http://www.tns.lv/?lang=lv&fullarticle=true&category=showuid&tid=3060> (27.01.2010.).

¹³ Sal. http://ec.europa.eu/latvija/news/public_opinion/index_lv.htm (06.09.2009.); Šulmane, 2006, 73.

2. Mediju struktūras

Visai pamatoti ir izskanējis apgalvojums, ka Rīgas pašvaldības vēlēšanās 2009. gada 6. jūnijā, līdzīgi kā pirms 9. Saeimas vēlēšanām 2006. gada 7. oktobrī, koordinēti un neslēpti izmantojot t.s. slēpto reklāmu par labu apvienībai *Saskaņas centrs*¹⁴, ir uzvarējusi telesabiedrība (Mihailovs, 2009) *Pirmais Baltijas kanāls*¹⁵, kas no Rīgas darbojas kopš 2002. gada 4. septembra uz visām Baltijas valstīm, formāli kā satelītelevīzija, izmantojot Eiropas Savienības kopējā tirgus priekšrocības, un pamatā balstās uz Krievijas valsts televīzijas – *Pirmā kanāla (Pervyj kanal)*¹⁶ – raidījumiem¹⁷. Savukārt Krievijas *Pirmais kanāls* – padomju Centrālās televīzijas pēctecis – visnotaļ iekļaujas Kremļa kontrolēto mediju lokā¹⁸. *PBK* ietilpst Latvijā bāzētā holdingā *Baltic Media Alliance*¹⁹, kura pirmsākums ir 1995. gadā, kad neilgi pirms Krievijas valsts televīzijas *ORT (Pirmā kanāla tiešās priekšteces)* translācijas pārtraukšanas Latvijas ēterā (1996. gadā²⁰) akciju sabiedrība *TEM ART GROUP* sāka izvietot Latvijas reklāmu šīs kaimiņvalsts televīzijas reklāmas blokos, tādējādi kropļojot Latvijas mediju reklāmas tirgu. 1998. gadā *TEM ART GROUP* noslēdza līgumu par kanāla *ORT* retranslācijas tiesībām Latvijā, savukārt gadu vēlāk *SIA TEM TV* kā oficiālais *ORT* pārstāvis Baltijas valstīs paplašināja *ORT* kanāla retranslācijas zonu, noslēdzot licences līgumus ar lielākajiem kabeļu televīzijas operatoriem visās trijās Baltijas valstīs.²¹

Baltic Media Alliance televīzijas kanālu formātu raksturojums: *PBK* ir vispārēja rakstura ģimenes kanāls, *REN TV Baltic* – izklaides kanāls pilsētu iedzīvotājiem, savukārt *Pirmais Baltijas mūzikas kanāls (1BM)* ir atraktīvs jaunatnes kanāls (Brikše, Zelče, 2008, 98).

¹⁴ Tieši 9. Saeimas vēlēšanās pārliecinoši parādījās, ka izšķiroša nozīme krievvalodīgo iedzīvotāju balsu mobilizēšanā ir tieši viņu vidū skatītākajam TV kanālam *PBK*, nevis avīzēm krievu valodā – dienas avīzes *Vesti segodnja* un nedēļas laikraksta *Vesti* izdevēja, izdevniecības nama *Fenster* (kura kapitāli bija iekļātī toreiz politiski ietekmīgajā *Parex banka*) valdes priekšsēdētāja Andreja Kozlova un dienas avīzes *Čas* galvenās redaktores Ksenijas Zagorovskas kandidēšana apvienības *Par cilvēka tiesībām vienotā Latvijā* kandidātu sarakstā toreiz nepalīdzēja uzvarēt šai apvienībai. Nav brīnums, ka Rīgas domē Andrejs Kozlovs tika ievēlēts jau no *Saskaņas centru* un arī avīze *Čas* pirms šīm vēlēšanām pārorientējās uz atbalstu uzvarētājiem – *Saskaņas centram* un *Latvijas ceļam* / Latvijas Pirmajai partijai. Sal., piem.: Novicka, 2009; Šulmane, 2006, 66, 69; Nagla, Kehre, 2005, 259.

¹⁵ Sal. [http://www.1tv.lv/1tv.nsf/\(main1\)?openagent](http://www.1tv.lv/1tv.nsf/(main1)?openagent) (09.09.2009.).

¹⁶ Sal. <http://www.1tvrus.com/> (09.09.2009.).

¹⁷ <http://www.1bma.lv/?coll=484&mod=3&id=538&nid=539> (09.09.2009.);

<http://209.85.129.132/search?q=cache:N7p9OO7Wh4wJ:arhivs.db.lv/online/news.php%3Faid%3D10240+pirmais+baltijas+kan%C4%81s+online&cd=6&hl=lv&ct=clnk&gl=lv> (09.09.2009.).

¹⁸ Sal., piem.: Simons, 2008; Simons, 2007; Goble, Paul, (2006) *Window on Eurasia: TV Promoting Massification, Not Modernization in Russia* (25.04.2006.). Krievijas valsts ziņu aģentūras *RIA Novosti* aptauja 2008. gadā atklāja, ka Krievijas medijiem neuzticas 55% šīs aģentūras lasītāju. Aptauja: Krievijas medijiem neuzticas 55% lasītāju. Nozare.lv (01.09.2008.).

¹⁹ <http://www.1bma.lv/> (09.09.2009.).

²⁰ http://209.85.135.132/search?q=cache:15SMQhOR5ssj:www.lvrct.lv/normativie/akts.php%3Fid%3D5%26nid%3D9+Krievijas+sabiedrisk%C4%81s+telev%C4%ABzijas+retransl%C4%81cijas+p%C4%81trauk%C5%A1ana&cd=7&hl=lv&ct=clnk&gl=lv&lr=lang_lv (09.09.2009.).

²¹ <http://www.1bma.lv/?coll=478&mod=2&id=483> (09.09.2009.). Holdings *Baltic Media Alliance* dibināts 2007. gadā, bet Latvijā strādā kopš 1995.gada. Īpašnieki: Oļegs Solodovs (50%) un Aleksejs Pļasunovs (50%). Ietilpst: astoņi TV kanāli krievu valodā (*Pirmais Baltijas kanāls*, *1. Baltijas mūzikas kanāls*, *REN-TV Baltija*, *TVC International*, *Kino nams*, *Muzjka*, *Laiks*, *Teleauklē*), divi nedēļas laikraksti krievu valodā sadarbībā ar Maskavas populārā laikraksta *Moskenskij komsomolec (MK)* izdevējiem (*MK Latvijā*, *MK Estonijā*), reklāmas pārdošanas kompānija *Baltijas Mediju reklāma*, kino nomas un koncertu organizācijas kompānija *First Pictures*, TV kanālu pārdošanas kompānija *TEM TV*, portāli *4more.lv* un *Torgi.lv*. 2008. gada apgrozījums: 12 miljoni latu (+5% pret 2007. gadu). (Procevska, 2009)

Pieprasītākie kabeļtelevīzijas kanāli Latvijā raida krieviski: visas kabeļtelevīzijas sistēmas piedāvā lielākos Krievijas telekanālus – RTR *Planeta*, REN TV *Baltic*, NTV *Mir*, NTV *Sport* un NTV *Baltic*, paplašinātās paketēs populāri ir arī citi, to vidū *Mūsu kino* (*Naše kino*, kas rāda padomju filmas krievu valodā), *Eurosport* krievu versija, *Muž TV* (Brikše, Zelče, 2008, 100–101).

Jānorāda, ka jaunievēlētais Rīgas domes priekšsēdētājs no *Saskaņas centra* Nils Ušakovs pirms stāšanās šīs četru partiju apvienības priekšsēdētāja amatā bija ne tikai Krievijas oficiālās ziņu aģentūras *ITAR-TASS* Latvijas pārstāvniecības, bet arī *PBK* ziņu dienesta vadītājs (Lemešonoks, 2009). 8. Saeimas deputāts, ministriju parlamentārais sekretārs un tagad galvaspilsētas mājokļu un vides komitejas vadītājs Vjačeslavs Stepaņenko (apvienība *Latvijas ceļš* / Latvijas Pirmā partija) bijis ne vien *TEM TV*, bet arī augstāk minētās *SIA Baltic Media Alliance* jurists²², tāpat kā domes deputāts Vadīms Baraņņiks (*Saskaņas centrs*) ir vadījis *PBK* Juridisko nodaļu un bijis arī *Baltic Media Alliance* jurists²³. Par *PBK* juristu strādājis raidorganizācijas uzraugošās Nacionālās radio un televīzijas padomes loceklis Sergejs Kārtītis, kurš uzrauga Latvijas sabiedrisko televīziju un kuru, tāpat kā padomes priekšsēdētāju Ābramu Kleckinu (viņš sekmēja kritiskās franču dokumentālās filmas *Putina sistēma* izņemšanu no Latvijas Televīzijas programmas 2007. gada 8. decembrī), šim amatam izvirzīja *Saskaņas centrs* (Beitika, 2009).

Raksturīgi, ka pirmajā oficiālajā vizītē uz Maskavu N. Ušakovu pavadošo deputātu vidū bija tieši deputāti Andrejs Kozlovs (izdevniecības nama *Fenster* valdes priekšsēdētājs)²⁴ un minētais V. Baraņņiks, kā arī vizītes laikā jaunais Rīgas pilsētas galva viesojās oficiālajā ziņu aģentūrā *ITAR-TASS*²⁵. Tāpat delegācijā bija arī izdevniecības nama *Petits*, *Radio Baltkom* un Krievijas mediju notikuma – jauno izpildītāju konkursa *Jaunais vilnis* (*Novaja volna*) – organizācijas komitejas pārstāvji, kurus vieno cieša sadarbība ar Krievijas medijiem un līdzdalība ne vien *Jaunā vilņa* organizēšanā, bet arī ar *Saskaņas centru* saistītās domnīcas jeb domu krātuves (*think-tank*) *Baltijas forums* darbībā (Jemberga, 2009; Novicka, 2009; Paiders, 2009).

Kā struktūru koordinācijas un konsolidācijas piemērs tikusi vērtēta arī plānotā Rīgas krievvalodīgo dienas avīžu *Čas* un *Telegraf* apvienošanās, kas tomēr nenotika²⁶.

Līdzās holdingam *Baltic Media Alliance* un izdevniecības namam *Fenster* trešais nozīmīgais spēlētājs krievu valodas mediju tirgū Latvijā ir izdevniecības nams

²² http://www.saeima.lv/saeima8/dep_kart_8.mand_nol_100?pk2=30298822029 (09.09.2009.);

<http://www.cvk.lv/pv09/sar/pv2009.PASV2009.kandidnr=24263132766> (09.09.2009.).

²³ <http://www.cvk.lv/pv09/sar/pv2009.PASV2009.kandidnr=75381638160> (09.09.2009.).

²⁴ Komunikācijas zinātnes pētījumos noskaidrots, ka viņš kā izdevējs spēcīgi ietekmē Latvijas lielākos krievvalodīgās dienas avīzes *Vesti segodnja* redakcionālo līniju. Arī kopumā šāda spēcīga īpašnieku ietekme Latvijā vairāk raksturīga krievvalodīgajām nekā latviešu valodā izdotajām avīzēm. Turklāt, pastāvot necaurskatāmai mediju īpašnieku struktūrai, ko veicina Latvijas mediju likumdošana, neprasot atklāt patiesos labuma guvējus līdz fizisko personu līmenim, paveras lielākas iespējas izmantot medijus kā instrumentus šauru politisko mērķu sasniegšanai. Tāds pats atklātuma trūkums attiecas arī uz Krievijas valsts budžeta dotācijām masu medijiem Latvijā. Sk., piem.: Šulmane 2006, 65, 69; *Outside Influence on the Ethnic Integration Process in Latvia 2008*, 41; Dimants, 2006; Nagla, Kehre, 2005, 251–265.

²⁵ Sal., piem.: http://209.85.135.132/search?q=cache:S5dDaL.N5qyAJ:www2.la.lv/lat/latvijas_avize/la_pielikumi/latvijas.zinas/%3Fdoc%3D62367+Andrejs+Kozlovs+uz+Maskavu+LA&cd=1&hl=lv&ct=clnk&gl=lv (09.09.2009.).

²⁶ Lence, Sandra (2008) Krievvalodīgo mediju vidū – jauni spēlētāji. *Nozare.lv* (27.06.2008.) (30.06.2008.); Novicka 2009.

*Petits*²⁷ – lielākais Latvijas drukāto mediju koncerns pēc drukātās tirāžas un auditorijas lieluma, lai gan ievērojamāko tās daļu veido reklāmas un sludinājumu, kā arī televīzijas programmu izdevumi galvenokārt krievu valodā²⁸, kurš turklāt uzskata sevi par “Latvijas krievvalodīgās diasporas kultūras, sabiedriskās un profesionālās dzīves centru”, piedaloties arī Pasaules krievu preses asociācijā²⁹. Koncerna sākums ir bijušās komjaunatnes avīzes *Sovetskaja molodež* bezmaksas sludinājumu avīze *SM reklama*, ko 1991. gadā privatizēja tās līdzstrādnieks Aleksejs Šeiņins, kurš kopā ar Krievijas pilsoni Andreju Vasiļjevu, Maskavas avīzes *Kommersant* galveno redaktoru (kopš 2007. gada 13. decembra līdz 2009. gada 16. jūlijam bija *Petita* valdes loceklis³⁰), ir noteicošais SIA *Izdevniecības nams Petits* īpašnieks³¹. Uzkrītoši, ka A. Šeiņins sākotnēji piekrita, taču galu galā vienīgais atteicās piedalīties pētījumā par Latvijas krievvalodīgo avīžu izdevēju un galveno redaktoru motivāciju savu avīžu veidošanā un publicēšanā, vairākkārt telefoniski paužot šo nevēlēšanos (Čikule, 2007, 3).

Nacionālā (valsts) mēroga krievvalodīgo drukāto mediju struktūru parāda TOP 10 saraksts par lasītākajiem Latvijas preses izdevumiem mērķa grupā “cita tautība” pēc viena numura vidējās auditorijas (iekavās norādīti izdevēji, jo tieši tie izraisa vislielāko interesi saistībā ar aplūkojamo tēmu):

- 1) Televīzijas programmu nedēļas avīze *Televīzionnaja programma (Fenster)*;
- 2) Televīzijas programmu nedēļas avīze *Teleprogramma s djaddej Mišej (Petits)*;
- 3) Populāra nedēļas avīze *Subbota (Petits)*;
- 4) Populāra nedēļas avīze *MK Latvija (Baltic Media Alliance)*;
- 5) Dienas avīze *Vesti segodnja (Fenster)*;
- 6) Nedēļas avīze *Vesti (Fenster)*;
- 7) Populāra nedēļas avīze *7 sekretov (Fenster)*;
- 8) Bezmaksas reklāmas nedēļas avīze *Rīgas Santīms (Petits)*;
- 9) Dienas avīze *Čas (Petits)*;
- 10) Sieviešu nedēļas žurnāls *Ljublju (Petits)*.³²

Jāuzsver, ka, no vienas puses, šajās vadošajās pozīcijās nav neviena laikraksta, kas pārstāvētu t.s. kvalitātes presi, līdz ar to ir pamats runāt par Latvijas krievvalodīgās preses marginalizācijas tendencēm. Zīmīgi, ka informatīvajam vietējam Rīgas bezmaksas laikrakstam *5 min*, ko ar identisku saturu latviski un krieviski laiž klajā akciju sabiedrība *Diena*, ir visvairāk “citas tautības” lasītāju starp visiem dienas avīžu patērētājiem Rīgā³³. Turklāt, no otras puses, Krievijas izdevumu pārdošanas apjoms Latvijā nav liels, nepārsniedzot ceturto daļu no Latvijā izdotās krievvalodīgās preses

²⁷ <http://www.petits.lv/> (09.09.2009.).

²⁸ Taču arī populārais nedēļas laikraksts *Subbota*, dienas avīze *Čas*, sieviešu nedēļas žurnāls *Ljublju* un vairāki t.s. interneta projekti: www.gazeta.lv, www.Reklama.lv, www.Jaunbuves.lv, www.BestRealty.lv, www.Chas-daily.com, www.Lublu.lv, www.Subbota.com, www.Petits.lv, www.lafl.lv. Sk. <http://www.petits.lv/index.php?id=12> (09.09.2009.); <http://www.petits.lv/index.php?id=4> (09.09.2009.); <http://www.tns.lv/?lang=lv&fullarticle=true&category=showuid&id=2995> (09.09.2009.).

²⁹ <http://www.petits.lv/index.php?id=4> (09.09.2009.).

³⁰ Dati no LURSOFT tiešsaistes datu bāzes (30.09.2009.).

³¹ Sk., piem.: <http://www.petits.lv/index.php?id=9> (09.09.2009.); Novicka, 2009.

³² Pēc mediju, tirgus un sociālo pētījumu firmas *TNS Latvia* datiem par 2009. gada vasaru: <http://www.tns.lv/?lang=lv&fullarticle=true&category=showuid&id=2995> (09.09.2009.).

³³ Sal. *TNS Latvia* datus

http://dienasmediji.lv/userfiles/file/Medija%20Kartes/5min_Medija%20Karte_Pavasaris09.pdf (10.09.2009.).

realizācijas (Zagorovska, Šudņevs, 2006, 172). Tātad var runāt par to, ka pamazām veidojas jauna Latvijas krievu identitāte.

Izteiktāk tas notiek nevis Rīgā, kur arī redakcijās ir ievērojami lielāks nepilsoņu īpatsvars, bet gan otrajā lielākajā Latvijas pilsētā Daugavpilī, kur mediju patēriņš liecina par vietējās identitātes nostiprināšanos un stabilu reģionālo identitāti. 77% aptaujāto daugavpiliešu interesējas par notiekošo viņu pilsētā, 67% par Latgali, 59% par Rīgu un pārējo Latviju. Informācija par Krieviju ir mazāk svarīga – to aktīvi meklē 42% aptaujāto. Vajadzība lasīt ziņas par Eiropas Savienību ir samērojama ar Krievijas ziņu aktualitāti. Latgalē vietējo preses izdevumu auditorija ir trīsreiz lielāka nekā nacionāla mēroga dienas laikrakstu auditorija – attiecīgi 84% un 27%. Vidējie Latvijas dati ir 47% un 49%. (Kruks, 2007, 92) Turklāt Daugavpils gadījumā runa ir par to, ka neizvēlas Rīgas laikrakstus tieši krievu valodā, bet gan vietējos.

Taču pievērš uzmanību, ka Daugavpils avīzes *Dinaburg vesti* galvenais redaktors un viens no diviem īpašniekiem Romāns Samarins ir Krievijas pilsonis (Stelcere, 2007, 25; Kruks, 2007, 88), savukārt avīzes *Naša gazeta* izdevējs un vienīgais īpašnieks Oļegs Guščins ir Ukrainas pilsonis (Alksne, 2007, 20; Kruks, 2007, 87).

Rīgā lielākā auditorijas daļa radio klausās krievu valodā. Jāatzīmē, ka krieviski runājošā publika lielā mērā klausās Latvijā producētās radio programmas³⁴, toties skatās galvenokārt Krievijā veidotos televīzijas sarunu raidījumus, kā arī raidījumus, kuri ražoti ārzemēs un tulkti krieviski. Jāpiekrīt, ka iekšzemes radio labāk nekā televīzija apmierina krieviski runājošo intereses un vajadzības. Kā rāda krievvalodīgo radiostaciju popularitāte Rīgā, radio vairāk veido vietējās sabiedrības informācijas vidi, turpretī plaši pieejamās satelīta un kabeļu televīzijas programmas krieviski runājošajiem paver iespējas dzīvot Krievijas informācijas vidē (Brikše, Zelče, 2008, 102).

Savukārt attiecībā uz interneta mediju patēriņu konstatējams, ka mērķa grupā “cita tautība” apmeklētāko interneta resursu TOP 10 pēc nedēļas kopējās auditorijas 2009. gada vasarā Latvijā nebija neviena Krievijas resursa³⁵. Tē gan vēlreiz jāuzsver, ka *TNS Latvia* dati nav reprezentatīvi attiecībā uz krieviski runājošo publiku, jo ietver tikai Latvijas interneta vietnes.

3. Mediju saturs

Pirms aplūkojam Krievijas mediju saturu, ir vērts atcerēties, ka pēc organizācijas *Reportieri bez robežām* datiem 2008. gadā mediju brīvības vērtēšanas indeksā Krievija tika ievietota 141., bet Latvija – 8. vietā (*Press Freedom Index 2008*). Krievijas varas kontrole pār visiem nacionāla (valsts) mēroga televīzijas kanāliem dod iespēju

³⁴ It īpaši tas attiecas uz sabiedrisko raidorganizāciju Latvijas Radio, kuras programma krievu valodā – Latvijas Radio 4 – pēc *TNS Latvia* datiem, valstī kopumā ir klausītākā no Latvijas radiostacijām krievu valodā. Sk., piem.: <http://www.tns.lv/?lang=lv&fullarticle=true&category=showuid&id=2972> (10.09.2009.). Taču arī radio tirgū cenšas izplesties starptautiski operējošā “Krievijas nacionālā” mūzikas radiostacija *Russkoje radio*, kuru, piem., Liepājā retranslē vietējā radiostacija *Radio Liepāja*. Sal. Kaprāns 2008, 100. Par vienu no populārākajām Latvijā strauji kļuvusi radiostacija *Krievijas hiti (Hitly Rossi)*, kuras programmas pamatā ir tieši šī Maskavas privātā *Russkoje radio* raidījumi. Sk. <http://www.rusradio.ru/rusradio/about/> (15.09.2009), <http://www.tns.lv/?lang=lv&fullarticle=true&category=showuid&id=3001> (15.09.2009.).

³⁵ Sk. <http://www.tns.lv/?lang=lv&fullarticle=true&category=showuid&id=2996> (10.09.2009.).

pakārtot šo kanālu saturu politiskiem mērķiem. Krievijai ir iespēja stratēģiskās komunikācijas (Neye, 2004) ietvaros vidēji ilgā periodā (trīs līdz piecos gados) uzturēt vienotu notikumu interpretāciju, visos telekanālos paužot līdzīgus viedokļus, kas mērķēti gan iekšējai, gan ārējai auditorijai. Austrumeiropas politikas pētījumu centra 2007. gadā veiktais pētījums (*Outside Influence on the Ethnic Integration Process in Latvia*, 2008) un Latvijas Universitātes Sociālo un politisko pētījumu institūta 2008. gada pētījums (Muižnieks, 2008) pierāda, ka šāda stratēģiskā komunikācija tiek īstenota³⁶.

No vienas puses, lietojot dažādus mediju kanālus, kā atsevišķi cilvēki, tā sociālās grupas apzinās un pauž savas sociālās kultūras identitātes, kopīgās intereses un vajadzības, radot zināmā mērā virtuālu realitāti, no otras puses – krievu diasporai Baltijas valstīs ir neaizstājama loma Krievijas interešu īstenošanā Baltijas valstīs, atzīst pētnieki arī Krievijā (Simonjan, 2005, 350–351, 424). Acīmredzot abi procesi savā ziņā pārklājas.

Savukārt ziņu sniegšana Krievijas medijos par krievu mazākumtautības stāvokli Baltijas valstīs, kura lielā mērā nav adekvāta, ir galvenokārt adresēta Krievijas iekšējam patēriņam, katrā ziņā tās politiskās elites saliedēšanai (Simonjan, 2005, 413; Simonjan, Kočegarova, 2002, 497; Muižnieks, 2008, 161).

Uzkrītoši, ka ziņu sniegšana gan Latvijas krievvalodīgajos medijos par Krieviju un starptautisko politiku (Brikše, Zelče, 2008, 92), gan Krievijas medijos par Latviju lielākoties atspoguļo Krievijas oficiālo ārpolitisko līniju, fokusējoties uz Krieviju un tās interesēm un traucējot sabiedrības saliedētībai Latvijā (Petrenko, Denisa, 2008, 38–41, 43; Simonjan, Kočegarova, 2002, 492–493)³⁷, un nereti ir pamats to raksturot kā “impēriskas propagandas un padomiskas nostalgijas ražošanu” (Antonevičs, 2009). Jāpiekrīt, ka Rīgas krievu prese ir konsekventa mazākumtautības valodas un kultūras aizstāvībā, taču tai nav perspektīva priekšstata par etnisko attiecību tuvākās nākotnes veidolu (Dribins, 2007, 133)³⁸. Tāpat jāatzīst, ka Krievijas informatīvās akcijas ir visai efektīvas vismaz attiecībā uz Krievijas masu apziņu (Simonjan, Kočegarova, 2002, 502). Tas atbilst oficiālajam uzstādījumiem uzsvērt, ka Krievija piedzīvo “demokrātisku atdzimšanu”, un “veidot efektīvas informācijas kampaņas visur, kur parādās reāli izaicinājumi Krievijas interesēm, atbalstot plašu sabiedrisko konsensu par Krievijas ārpolitisko kursu”, turklāt “ar informācijas platformu tīkla veidošanu ārzemēs, savstarpējās sadarbības loka paplašināšanu ar Krievijas un tautiešu masu medijiem”, “uz privilģētu partnerattiecību pamata ar [Krievijas] valsts vai valsts atbalstu saņemošajiem masu medijiem” (*Informacionnoe obespečenie vnešnej politiki*)³⁹. Jaunajā Krievijas nacionālās drošības stratēģijā izcelts, ka jāattīsta kopīgā

³⁶ Tā Nils Muižnieks atzīst: “The Russian media did systematically manufacture an enemy image of Latvia with regard to some, but not all topics. As expected, the most pronounced negative portrayal concerned Latvia’s treatment of Russian-speakers, Latvia’s approach to history, and Latvia’s accession to NATO.” (Muižnieks 2008, 161) Vienlaikus viņš piebilst, ka pēdējos gados Krievijas mediju interese par Latviju ir samazinājusies.

³⁷ Sīkāku Krievijas mediju tematikas analīzi sk. *Outside Influence on the Ethnic Integration Process in Latvia* (2008) Rīga: Centre for East European Political Studies, 57–66.

³⁸ Kā liecina augstāk citētie Biznesa augstskolas *Turība* Komunikācijas zinātņu katedrā veiktie pētījumi, tas pats sakāms par Daugavpils krievu avižu saturu, tomēr, ņemot vērā lielāku Latvijas pilsoņu īpatsvaru, zīmīgi, ka kopumā tām nav raksturīgs tik agresīvs stils Krievijas oficiālo uzstādījumu īstenošanā kā Rīgas avīzēm krievu valodā un tās pamatā akceptē Latvijas valsts politiku attiecīgajos jautājumos.

³⁹ Šie uzstādījumi sabalsojas ar turpat minēto “krievu valodas telpas saglabāšanu ārvalstīs, pirmām kārtām, krievu

“humanitārā, informatīvā un telekomunikāciju telpa” NVS valstīs un kaimiņu reģionos (Kasparāns, 2009; *Strategija nacional'noj bezopasnosti Rossijskoj Federacii do 2010 goda*). Krievijas Ārlietu ministrijas Ārpolitikas plānošanas departamenta direktors Aleksandrs Kramarenko norāda, ka “*Russia overcome[s] its national disaster after the disintegration of the Soviet Union*”; “*It is too early to declare an end to Russia's geopolitical mission – as it is equally inappropriate to speak of the “end of history”*”; “*Moscow simply cannot overlook the issues that Beijing can keep silent on, since Russia's vital interests are at stake.*” (Kramarenko, 2009, 74, 80, 82)

Līdz ar to nenākas brīnīties, piem., par tādas mediju produkcijas kā filma *Baltija, kādas “okupācijas” vēsture* oficiālu atbalstu un demonstrēšanu attiecīgajos televīzijas kanālos (Paiders, 2009) un Krievijas ārlietu ministra Sergeja Lavrova oficiālu apsveikumu Rīgas laikraksta *Vesti segodnja* jubilejā: “Visus šos desmit gadus augsti profesionālu žurnālistu kolektīvs (*Vesti segodnja* galvenā redaktora) Aleksandra Bļinova vadībā ir nemitīgi pūlējies Krievijas tautiešu apvienošanas labā, veicot grūto Latvijas krievu un krievvalodīgo iedzīvotāju interešu [un] tiesību aizstāvēšanas darbu.”⁴⁰ Savukārt Krievijas un Gruzijas piecu dienu kara laikā 2008. gada augustā atšķirības starp Latvijas dienas avīzēm latviski – *Diena* un *Neatkarīgā* – un dienas avīzēm krieviski – *Čas* un *Telegraf* – izpaudās ļoti uzskatāmi: “Ar patriotisku patosu *Čas* aizstāv Krievijas intereses, *Telegraf* pieturas pie Maskavas oficiālā viedokļa, savukārt *Diena* aicina uz asu Krievijas darbības nosodījumu, bet Austrumu kaimiņu daudz ieturētāk kritizē *Neatkarīgā*.” (Gorbušina, 2008)

Vienlaikus raksturīgi, ka krievvalodīgajos medijos sevišķi negatīvi tiek vērtēta Rietumu latviešu darbība Latvijas politikā⁴¹. Turklāt jāņem vērā, ka atšķirībā no Rietumu žurnālistikas prakses krievvalodīgajos medijos joprojām netiek nošķirta ziņa no žurnālista vai redakcijas viedokļa⁴², un tas paver lielākas iespējas manipulēt ar publiku⁴³.

Krievijas televīzijas kanālu ziņu raidījumos bieži redzami sižeti par Krievu pareizticīgās baznīcas aktivitātēm, Otrā pasaules kara veterānu godināšanu. Notikumi ASV pārsvarā tiek pasniegti negatīvā gaismā. Krievijas lielāko telekanālu sarunu raidījumos salīdzinoši bieži uzstājas dažādi eksperti, kuri aicina apvienot Krievijas sabiedrību zem antiamerikānisma karoga. Minētais norāda uz mēģinājumiem meklēt sabiedrību vienojošos ideoloģiskos konceptus: pareizticību kā sevišķās krievu civilizācijas stūrakmeni, uzvaru Otrajā pasaules karā kā nācijas varonības simbolu un antiamerikānismu kā vēl vienu vienojošu ideju ārējā pretinieka meklējumos. Ziņu raidījumos Krievijas politiskie vadītāji tiek rādīti kā stingri, dažkārt pat nežēlīgi līderi, līdz ar to tiek paustas simpātijas autoritārām tendencēm.

Šāda situācija nav labvēlīga Latvijas sabiedrības saliedētībai, jo Krievijas televīzijas kanāli kultivē specifiskas vērtības, kuras lielākoties nav pieņemamas pārsvarā uz Rietumu demokrātiju un līdz ar to uz savas neatkarīgās un demokrātiskās valsts

valodas statusa paaugstināšanu”.

⁴⁰ Cit. *Diena* (28.07.2009.), 2.

⁴¹ Sal., piem., Mūrniece, 2004.

⁴² Sk., piem.: Dimants, 2005; Zagorovska, Šudņevs, 2006, 172.

⁴³ Latviešu un krievu (krievvalodīgo) attiecību reprezentācijā Latvijas presē izteikti dominē redakcijas un žurnālistu viedokļi – 45% (Šulmane, Kruks, 2006, 46).

Satversmes tiesisko nepārtrauktību orientētajam sabiedrības vairākumam. Tādējādi Krievijas telekanāli uzskatāmi par vienu no faktoriem, kas apgrūtina Latvijas tautas demokrātiskās valstiskās apziņas jeb kopīgās nacionālās identitātes veidošanās procesu.

Secinājumi

Pateicoties globālajai informācijas telpai un arī visai specifiskajam *Pirmā Baltijas kanāla* statusam ar tā politisko lobiju, Krievijas mediji ir viegli pieejami plašai Latvijas sabiedrības daļai. Atšķirībā no Rietumeiropas Latvijā nepastāv valodas barjera attiecībā uz Krievijas medijiem. Latvijas iedzīvotāju krievu valodas zināšanas joprojām ir salīdzinoši augstas.

Aptauju dati rāda, ka latviski un krieviski runājošās publikas telekanālu izvēle atšķiras. Latvijas krieviski runājošā sabiedrības daļa dod priekšroku Krievijas televīzijas kanāliem, turklāt Krievijas televīziju ziņu raidījumu vēstījumi bauda šīs Latvijas skatītāju daļas salīdzinoši lielu uzticēšanos. It īpaši konfliktsituācijās (kā Krievijas un Gruzijas piecu dienu kara laikā 2008. gada augustā), kad ir skartas Krievijas intereses, krievvalodīgās minoritātes vidū Krievijas mediju vēstījumi bauda lielāku uzticību nekā lielāko Latvijas nacionāla (valsts) mēroga mediju vēstījumi. Tāpat satraucošs ir Krievijas masu kultūras īpatsvars Latvijā. Vērojama izteikta tendence attīstīt Krievijas mediju sadarbības projektus ar mediju uzņēmumiem mūsu valstī un izplatīt Krievijas masu kultūras produkciju.

Krievijas medijos vairāku gadu garumā Latvija tika atspoguļota kā nacismu glorificējoša valsts, kurā tiek pārkāptas Krievijas tautiešu cilvēktiesības. Sākot ar 2007. gadu, Krievijas televīzijas kanāli pievērs mazāk uzmanības Latvijā notiekošajam. Tas skaidrojams ar Krievijas ārpolitikas īstermiņa mērķu epizodiskām izmaiņām (no kaimiņvalstīm Krievija pašlaik pievērs lielāku uzmanību Gruzijai, Ukrainai un Igaunijai).

Krievijas mediji uztur noteiktus stereotipus par valstīm, ar kuru ārpolitiku tā nav vienprātis. Tā kā Krievijas vara tieši un netieši kontrolē savas valsts lielākos televīzijas kanālus, tai ir iespēja stratēģiskās komunikācijas ietvaros vidējā termiņā uzturēt vienotu notikumu interpretāciju, visos telekanālos paužot līdzīgus viedokļus, kas mērķēti gan iekšējai, gan ārējai auditorijai.

Nepietiekamā Latvijas mediju īpašumu caurskatāmība cita vidū uztur iespēju Krievijai izmantot arī Latvijas medijus savu ārpolitikas mērķu sasniegšanai. Ļoti bieži Latvijas krievu valodā iznākošā prese sniedz Krievijas politikai labvēlīgus vērtējumus.

Saturiskā ziņā pastāv vērtību pretstāvēšana starp Latvijas un Krievijas lielākajos medijos paustajiem viedokļiem. To, protams, nevar teikt par visiem Latvijas un Krievijas medijiem, tomēr jāatzīmē, ka abu valstu atšķirīgo ārpolitikas un iekšpolitikas attīstības ceļu izvēles dēļ atšķiras arī medijos paustā attieksme pret notikumiem un procesiem.

Dažādu etnisko grupu atšķirīgo vērtību esamība (skatījums uz vēsturi, demokrātiju u.c.) ir viens no faktoriem, kas traucē panākt sociālo saliedētību un kopnacionālo (pilsoniskās jeb politiskās nācijas) identitāti Latvijā. Lai gan attiecības starp latviešiem, krieviem un krieviski runājošiem nav nonākušas konflikta fāzē, saglabājas trauslums, kuru Krievijas mediji nākotnē var izmantot politisku mērķu sasniegšanai.

No šeit izklāstītā izriet šādas mediju politikas rekomendācijas, tostarp arī mūsu valsts politikai mediju nozarē:

- lai novērstu, ka Latvijas krievvalodīgie iedzīvotāji pārāk viendabīgi patērē Krievijas dominētos medijus un tādējādi nokļūst Krievijas oficiālās politikas ietekmes sfērā, vēlams radīt pozitīvu alternatīvu – atbalstīt Latvijas sabiedrisko raidorganizāciju programmas, kas atbilstu Latvijas krievu identitātes vajadzībām, kā arī alternatīvus mediju piedāvājumus krievu valodā (piem., piesaistot privātas Rietumu investīcijas) un uz mazākumtautībām orientētu un Latvijas demokrātiskās tiesiskās valsts vērtībās balstītu mediju saturu Latvijas kopīgajā – latviešu valodā;
- lai mazinātu slēptu publikas atkarību no Latvijas demokrātiskajai, tiesiskajai valstij svešām interesēm un vienlaikus nodrošinātu mediju piedāvājumu daudzveidību, kas ir izšķiroši svarīga Latvijas demokrātijai, Latvijas mediju likumdošanā ir jāievieš mediju īpašumu caurskatāmības princips līdz pat fizisko personu – patieso labuma guvēju – līmenim, jānosaka speciāli ierobežojumi (vismaz ne vairāk kā 40% no tirgus, tāpat kā Konkurences likumā) mediju koncentrācijai nevis pēc mediju uzņēmumu apgrozījuma, bet aptvertās auditorijas lieluma, kas parāda potenciālo ietekmi uz sabiedrisko domu, kā arī, lai nekropļotu tirgu, jāaizliedz Latvijas medijiem saņemt valstisku (t. i., oficiālu jeb valsts) – vienalga, finansiālu vai citādi komerciālu – atbalstu no ārvalstīm;
- lai mazinātu publikas manipulēšanas iespējas, veicināma kopējas Latvijas žurnālistikas kultūras veidošanās uz Rietumu žurnālistikā pieņemto profesionālo standartu pamata, ieskaitot ziņas un žurnālista / redakcijas viedokļa nošķiršanu.

Protams, ka neitralizēt Krievijas oficiālo propagandu vismaz iekšzemē varētu arī Latvijas valsts iestāžu sekmīgi īstenotas sabiedriskās attiecības.

Raksts tapis, pateicoties Latvijas Zinātnes padomes grantiem Nr. 07.2087 un 09.1133.

Literatūras saraksts

- 1) Alksne, Aiga (2007) *Krievvalodīgo avīžu stratēģija Latvijas mediju tirgū un publiskajā telpā: Studiju darbs*. Biznesa augstskola *Turība*, Sabiedrisko attiecību fakultāte, Komunikācijas zinātņu katedra.
- 2) Antonevičs, Māris (2009) Instinktu modināšana *Latvijas Avīzē* (21.04.2009.), 3.
- 3) Baltijas Sociālo zinātņu institūts (2006) *Integrācijas prakse un perspektīvas*. Rīga.
- 4) Beitika, Ieva (2009) *Nacionālās radio un televīzijas padomes neatkarību ierobežojošo riska faktoru izvērtējums: analīze un ieteikumu izstrāde: Maģistra darbs*. Rīga: Latvijas Universitāte, Sociālo zinātņu fakultāte, Politikas zinātnes nodaļa.
- 5) Bērziņš, Atis (2006) “Iedzīvotāju etniskā sastāva izmaiņu raksturojums” Stratēģiskās analīzes komisija (2006) *Demogrāfiskā attīstība Latvijā 21. gadsimta sākumā: Zinātniski pētnieciskie raksti*, 3 (9). Rīga: Zinātne, 134–146.
- 6) Brikše, Inta; Zelče, Vita (2008) “The Latvian media in the new millenium: Trends in development, content and usage and the emergence of a community of media users” *Informācijas moksli*, No. 47, 87–111.
- 7) Čikule, Evita (2007) *Krievvalodīgo avīžu stratēģija Latvijas mediju tirgū un publiskajā telpā: Studiju darbs*. Biznesa augstskola *Turība*, Sabiedrisko attiecību fakultāte, Komunikācijas zinātņu katedra.

- 8) Dimants, Ainārs (2005) "The Different Mass Media Traditions in Latvia and their Future in the EU" International Council for Central and East European Studies (ICCEES); German Association for East European Studies (DGO); Weltkongress e. V. (org.) (2005) *ICCEES VII World Congress "Europe – Our Common Home?"*: Abstracts (July 25–30, 2005, Berlin, Germany), 97.
- 9) Dimants, Ainārs (2006) "Mediju īpašumu caurskatāmība: pieredze Latvijā un Eiropā" Biznesa augstskola Turība (rik.) (2006) *Īpašums, tā apgrūtinājumi: problēmas, risinājumi, iespējas: 7. starptautiskā zinātniskā konference (Rīga, 2006. gada 2. jūnijs): Rakstu krājums*. Rīga: Biznesa augstskola Turība, 231–234.
- 10) Dribins, Leo (2007) "Starp konfliktu un kompromisu: Rīgas krievu prese par "krievvalodīgās kopienas" etnopolitisko orientāciju Latvijā" *Latvijas Vēstures Institūta Žurnāls*, Nr. 2, 125–136.
- 11) Gorbušina, Zoja (2008) "Interpretāciju karš" *Politika.lv* (09.09.2008.). http://www.politika.lv/temas/mediju_kritika/16725/ (11.09.2009.).
- 12) "Informacionnoe obespečenie vnešnej politiki" *Obzor vnešnej politiki Rossijskoj Federacii*. http://www.mid.ru/brp_4.nsf/sps/3647DA97748A106BC32572AB002AC4DD (11.09.2009.).
- 13) Jemberga, Sanita (2009) "Uz Maskavu pošas gan Ušakovs, gan Šlesers: Mērs piedalīšies Rīgas parka atklāšanā, pieminekli gan nedāvinās" *Diena* (28.08.2009.), 4.
- 14) Kaprāns, Mārtiņš (2008) "Liepājas lokālie masu mediji" Reinholde, Iveta (sast.) (2008) *Liepāja kā attīstības ceļvedis*. Rīga: Zinātne, 86–107.
- 15) Kasparāns, Ģirts (2009) "Krievija gatavojas cīņai par resursiem" *Diena* (14.05.2009.), 11.
- 16) Kaun, Anne (2008) *Baltic Russians: Public spheres and mediated identities: From Baltic chain to Baltic disruption?* Paper to be presented at IAMCR International Conference, Stockholm.
- 17) Kramarenko, Alexander (2009) The End of the Cold War and the Acquisition of Meaning: A Glimpse at the International System Transformation. *Russia in Global Affairs*, Vol. 7, No. 1, 72–82.
- 18) Kruks, Sergejs (2007) "Daugavpils masu mediju sistēma" Reinholde, Iveta (sast.) (2007) *Daugavpils kā attīstības ceļvedis*. Rīga: Zinātne, 86–99.
- 19) *Latvijas reklāmas gadagrāmata 2009/10*. Rīga: Latvijas Reklāmas asociācija, 2009.
- 20) Lazdiņa, Sanita (2009) "Valodu dārzs Austrumlatvijā: Pētījumā "Valodu dārzs Austrumlatvijā" par etnisko un valodas piederību aptaujāti 9139 cilvēki" *Latvijas Avīze* (25.05.2009.), 15.
- 21) Lemešonoks, Dainis (2009) "Bokseris brillētēs" *Latvijas Avīze* (16.06.2009.), 4.
- 22) Mihailovs, Sergejs (2009) "Rīga kā Krievijas "politisko kodolieroču" poligons: Pašvaldībās ievēlētie ar PBK saistītie cilvēki nav nejaušība" *Latvijas Avīze* (04.09.2009.), 3.
- 23) Muižnieks, Nils (ed.) (2008) *Manufacturing Enemy Images?: Russian Media Portrayal of Latvia*. Rīga: Academic Press of the University of Latvia.
- 24) Mūrniece, Ināra (2004) "No neiecietības līdz naidam" *Latvijas Avīze* (08.06.2004.), 9.
- 25) Nagla, Ilze; Kehre, Anita (2005) "Latvia" *Media Ownership and Its Impact on Media Independence and Pluralism*. Ljubljana: SEENPM; PEACE Institute, 249–265.
- 26) Noelle-Neumann, Elisabeth (1999) "Wirkung der Massenmedien auf die Meinungsbildung" Noelle-Neumann, Elisabeth; Schulz, Winfried; Wilke, Jürgen (Hrsg.) (1999) *Publizistik. Massenkommunikation*. 5. Aufl. Frankfurt a. M.: Fischer Taschenbuch (Fischer Lexikon 12260), 518–571.
- 27) Nye, Joseph (2004) *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. New York: Public Affairs.
- 28) Novicka, Anna (2009) "Aristokrāts un komjaunietis: Aleksejs Šeiņins varētu būt lielākais ieguvējs no divu avižu – Čas un Telegraf – apvienošanas" *Diena* (28.05.2008.), 20.
- 29) Orcier, Pascal / Orsje, Paskāls (2005) *La Lettonie en Europe: Atlas de la Lettonie / Latvija Eiropā: Latvijas atlants*. Rīga: Zvaigzne ABC.
- 30) *Outside Influence on the Ethnic Integration Process in Latvia* (2008) Rīga: Centre for East European Political Studies.
- 31) Paiders, Juris (2009) "Kas visvairāk vieno Latvijas un Krievijas sabiedrību?" *Neatkarīgā Rīta Avīze* (24.04.2009.), 3.
- 32) Petrenko, Dmitrijs; Denisa, Solvita (2008) "The Editorial Policy of Russia's Media and Journalists in Latvia" Muižnieks, Nils (ed.) (2008) *Manufacturing Enemy Images?: Russian Media Portrayal of Latvia*. Rīga: Academic Press of the University of Latvia, 37–43.
- 33) Press Freedom Index 2008. <http://www.rsf.org/en-classement794-2008.html> (20.08.2009.).
- 34) Procevska, Olga (2009) "Notievēšanas kurss: Izdziņojušajiem uzņēmumiem pēckrīzes posms nāks ar augstu rentabilitāti" *Lietišķā Diena* (02.02.2009.), 11.
- 35) Simonjan, Renal'd (2005) *Rossija i strany Baltii*. Moskva: Academia.

- 36) Simonjan, Renal'd; Kočegarova, Tatjana (2002) "Dva informacionnyh prostranstva" Furman, D. E.; Zadorožnjuk, E. G. (red.-sostav.) (2002) *Strany Baltii i Rossija: obščestva i gosudarstva*. Moskva: Referendum, 479–503.
- 37) Simons, Greg (2008) *Factors Motivating and Determining Censorship in the Russian Media*. Paper to be presented at IAMCR congress "Media and Global Divides", Stockholm.
- 38) Simons, Greg (2007) *Perestroika and Russian Mass Media: 17 Years On*. Paper to be presented at Aleksanteri Institute Annual Conference, Helsinki.
- 39) Stelcere, Elina (2007) *Krievvalodīgo avižu stratēģija Latvijas mediju tīrgū un publiskajā telpā: Studiju darbs*. Biznesa augstskola *Turība*, Sabiedrisko attiecību fakultāte, Komunikācijas zinātņu katedra.
- 40) Strategija nacional'noj bezopasnosti Rossijskoj Federacii do 2010 goda. <http://www.scrf.gov.ru/documents/99.html> (15.09.2009).
- 41) Šulmane, Ilze (2006) "The Russian Language Media in Latvia" Muižnieks, Nils (ed.) (2006) *Latvian-Russian Relations: Domestic and International Dimensions*. Rīga: LU Akadēmiskais apgāds, 64–73.
- 42) Šulmane, Ilze; Kruks, Sergejs (2006) *Neīecietības izpaušmes un īecietības veicināšana Latvijā: Laikrakstu publikāciju analīze (Diena, Neatkarīgā, Latvijas Avīze, Vakara Ziņas, Telegraf, Čas, Vesti segodnja)*. Rīga: Īpašu uzdevumu ministra sabiedrības integrācijas lietās sekretariāts.
- 43) Vihalemm, Peeter (ed.) (2002) *Baltic Media in Transition*. Tartu: Tartu University Press.
- 44) Zagorovska, Ksenija; Šudņevs, Pāvels (2006) "Krievu preses fenomens Latvijā" Briķše, Inta (red.) (2006) *Informācijas vide Latvijā: 21. gadsimta sākums*. Rīga: Zinātne, 167–175.

LATVIEŠU UN KRIEVU AVĪŽU LASĪTĀJU EMOCIONĀLĀ REAKCIJA UZ INFORMĀCIJU

EMOTIONAL REACTION TO INFORMATION OF LATVIAN AND RUSSIAN NEWSPAPER READERS

Dr. psych., **Daina Škuškovnika**
Biznesa augstskola *Turība*, Latvija

The information provided in the mass media, creates different emotional reactions – both with positive emotional undertone (dilutes tension) – confidence, security, cooling down, protectability, etc., and with a negative emotional undertone (aggravates tensions) – insecurity, frustration, vulnerability, etc.

Feelings with negative emotional undertone create fear and anxiety in people. The study compares the Latvian and Russian newspaper reader's self-evaluation of emotional reactions to the information they read in newspapers.

Study is conducted in the framework of the Latvian Council of Science-funded applied research project No. 07.2087 "The market and the public language of Russian mass media of Latvia".

Key words: emotional response to the read information.

Atslēgas vārdi: emocionālā reakcija uz izlasīto informāciju

Ievads

Latviešu un krievvalodīgo avīžu lasītāju informatīvā telpa ir visai atšķirīga. Latvijā ir pietiekami daudz laikrakstu gan latviešu, gan krievu valodā, turklāt iedzīvotājiem ir iespēja lasīt arī ārzemju laikrakstus dažādās valodās. Latvijas gadījumā ir pamatoti runāt ne tikai par atšķirīgiem informācijas laukiem latviešu un cittautiešu iedzīvotājiem lingvistiskā faktora dēļ, bet arī saturiski atšķirīgām informācijas telpām. Latviešu un krievu valodā iznākošo preses izdevumu sniegtā informācija, notikumu interpretācija un paustie viedokļi ir ļoti atšķirīgi, turklāt nereti tendenciozi negatīvi noskaņoti pret vienu vai otru etnisko¹ grupu.

¹ *Etniskā piederība* ir jēdziens, kas tiek lietots kā savstarpēji aizvietoams ar jēdzieniem rase un kultūra, ja runā par grupām, kuras raksturo kopēja nacionalitāte, ģeogrāfiskā dzīves vieta, kultūra vai valoda (Maymomo, 2002,37). Jēdziens *etniskā grupa* psiholoģijā tiek izmantots, lai aprakstītu jebkuru grupu ar kopīgām tradīcijām un identitātes izjūtu (Reber, 1995). Zinot tikai individu piederību kādai etniskai grupai, nav iespējams izskaidrot individu kognitīvo spēju, emociju, motivācijas u.c. psiholoģiskos rādītājus. Dž. Finnijs (Phinney, 1996, pēc Maymomo, 2002, 37) izdalījis trīs etniskās piederības aspektus, kas ietekmē psiholoģisko rādītāju atšķirību etniskās grupās: 1) kultūras normas un vērtības; 2) etniskās piederības spēks un nozīme; 3) attieksmes, kas saistītas ar mazākuma statusu konkrētajā kultūrā.

Informācija, kas tiek sniegta masu medijos, cilvēkā izraisa dažādas emocionālas reakcijas – gan ar pozitīvu emocionālo nokrāsu (spriedzi mazinošas) – pārliecība, drošība, nomierināšanās, aizsargātība u. c., gan ar negatīvu emocionālo nokrāsu (spriedzi pastiprinošas) – nedrošība, vilšanās, neaizsargātība u. c. Izjūtas ar negatīvo emocionālo nokrāsu izraisa cilvēkos bailes un trauksmi.

Svarīgs faktors, kas saistīts ar trauksmes pastiprināšanos kādā kultūrvidē, ir sociālā spriedze² (*Co. Adamova*, 1998, 12). Sociālo spriedzi veicina arī tādi faktori kā neapmierinātība ar norisēm sabiedrībai svarīgās sfērās, uzticības zudums varai, nedrošības par nākotni (pesimisma) pieaugums, baumu līmeņa paaugstināšanās sabiedrībā, cīņas par varu un brīvprātīgas vai piespiedu migrācijas pastiprināšanās, kas, neapšaubāmi, šobrīd ir masu mediju galvenās tēmas.

Magnusons, Stattins un Ivavaki (*Magnusson, Stattin & Ivavaki*, 1983) konstatējuši, ka dažādās kultūrās dzīvojoši cilvēki par apdraudošām uzskata vienas un tās pašas situācijas, bet, novērtējot šīs apdraudošās situācijas, atšķiras viņu trauksmes reakciju intensitāte. Trauksmes līmeņa atšķirību cēlonis dažādās kultūrās vai etniskās grupās varētu būt saistīts ar katrā kultūrā pastāvošu atšķirīgu uzskatu par sociāli vēlamu uzvedību konkrētā situācijā. Etniskās atšķirības trauksmes izpausmēs var būt saistītas arī ar kultūrām raksturīgu atšķirīgu mērķu izvēli un to prioritāšu novērtējumu.

Arī Latvijā veiktos pētījumos konstatēts, ka pilsoņiem un nepilsoņiem bažu tematika ne attiecībā uz draudiem visas valsts un sabiedrības dzīvē, ne arī attiecībā uz draudiem indivīda paša dzīvē būtiski neatšķiras, taču konstatētas atšķirības dažu draudu izjūtāmībā un vidējā apdraudētības izjūtas pakāpe. 2002. gadā veiktajā pētījumā tika konstatēts, ka nepilsoņi procentuāli lielākā skaitā bažījās par sociālo garantiju pietiekamību. Sevišķi atšķirīgi pilsoņi un nepilsoņi izjuta dažus iespējamus draudus visas valsts un sabiedrības dzīvē – 64% pilsoņu baidījās, ka Latviju atkal varētu okupēt kāda ārvalsts, turpretim no nepilsoņiem par to baidījās tikai 34% cilvēku (Latvija. Pārskats par tautas attīstību 2002/2003., 54–55).

Igaunijā veiktā pētījumā (*Ott, Clark & Ennuste*, 1996) konstatēts, ka ekonomisko reformu izraisītā trauksme saistīta ar piederību etniskai grupai, respondentu vecumu un ienākumu līmeni: igauņiem konstatēta mazāka trauksme par darba zaudēšanu nekā Igaunijā dzīvojošiem krieviem; vecāki respondenti un Igaunijā dzīvojoši krievi mazāk atbalsta dažādas ekonomiskas un politiskas reformas un vairāk ir satraukti par to sekām. Gan igauņi, gan Igaunijā dzīvojošie krievi uzrāda trauksmi par savu sociālo statusu sociālo, ekonomisko un politisko pārmaiņu laikā.

R. Mejs uzsver, ka galvenie indivīda mērķi un vērtības, kas nepieciešami, lai viņš varētu pastāvēt kā personība, pārsvarā ir kultūras noteikti. Ja kultūrā ir pietiekami skaidra un stabila normu sistēma, indivīds spēj tajā orientēties (gan pieņemot, gan nepieņemot kultūras noteiktās normas) un trauksmes izpausmes nebūs tik biežas un izteiktas (*Mejs*, 2001).

² Sociālā spriedze tiek izprasta kā īpašu sabiedriskās dzīves stāvokli raksturojošs jēdziens, tam raksturīgas sabiedrībā valdošās objektīvas un subjektīvas pretrunas (*Co. Adamova*, 1998)

Tātad varam secināt, ka cilvēku emocionālas reakcijas uz vienu un to pašu informāciju masu medijos, tai skaitā avīzēs, var būt ļoti atšķirīgas, un, lai gan cilvēka piederība noteiktai etniskai grupai nedod iespēju izskaidrot emociju rašanos, tomēr dažādu etnisko grupu emocionālo izpausmju atšķirību rādītāji uz informāciju, kas publicēta avīzēs, var palīdzēt paredzēt emocionālās reakcijas uz noteiktām ziņām.

Emocionālo reakciju veidu uz uztverto informāciju var ietekmēt dažādi faktori – personības iezīmes, etniskā piederība, vecumposms, dzimums un daudzi citi. Analizējot trauksmes rādītāju atšķirības, nozīmīgi tas, ka indivīdi, kam ir augstāks trauksmes līmenis, trauksmi izjūt biežāk, lai gan ne noteikti stiprāk nekā tie, kam ir zemāks trauksmes līmenis. Līdz ar to paaugstinātas trauksmainības gadījumā sevis, savas rīcības nepārtraukta analīze var traucēt adekvāti novērtēt apkārt notiekošo, izanalizēt objektīvo informāciju un izdarīt atbilstošus secinājumus. Tādēļ būtiski izprast savu un novērtēt citu cilvēku trauksmes izpausmes, lai spētu koriģēt savu trauksmi un izprast citu rīcības iemeslus.

Tā kā ar spriedzi sabiedrībā visvairāk saistītas ir vienas no cilvēka pamatemocijām – bailes un trauksme, tad tālāk aplūkosim tieši šo emociju iespējamo ietekmi uz uztverto informāciju.

1. Trauksmes un baiļu ietekme uz uztverto informāciju

Trauksmes jēdziena izpratnē psiholoģijā vēl joprojām pastāv nozīmīgas atšķirības. Pētot trauksmi, tiek meklētas atbildes uz atšķirīgiem jautājumiem. Piemēram, psihoanalītiskajā teorijā trauksme tiek definēta kā cēlonis – kā apsteidzoša reakcija, kas sākas bezapziņas konflikta rezultātā, bet iemācīšanās teorijas ietvaros trauksme tiek izprasta kā sekas – kā pēctecīgs, apgūts emocionāls stāvoklis (vai emocija), kas apgūta noteiktu notikumu rezultātā. Č. D. Spīlbergers (*Spielberger*, 1980) un kolēģi trauksmes izpratnē apskata situatīvo trauksmi (*state anxiety*) un trauksmi kā personības iezīmi – trauksmainību (*trait anxiety*), kas savā starpā ir korelatīvi saistītas. Analizējot pētījumus par trauksmi un bailēm, bieži tiek pieņemts, ka jēdzieni trauksme un bailes bieži tiek lietoti kā sinonīmi, pat definīcijā tos neatdalot. Piemēram, trauksme tiek definēta kā grūti izskaidrojama, labi saredzama izjūta, kas ir līdzīga bailēm (*Gullone, King & Ollendick*, 2001).

Aplūkosim tikai dažus piemērus pētījumiem, kuros konstatētas trauksmes ietekme uz uztverto informāciju vai tās interpretāciju.

Makleods (*MacLeod*, 1990) veica eksperimentu, kura laikā izteikti trauksmaini cilvēki un cilvēki ar vidējiem trauksmainības rādītājiem klausījās frāzes, kuras varēja interpretēt dažādā veidā, atkarībā no viena vārda – homofona – interpretācijas. Šim vārdam bija vai nu neitrāla, vai apdraudoša nozīme, piemēram, mirt / krāsot (*die / dye*); lauzt / bremsēt (*break / brake*). Pēc tam, kad izskanēja frāze, eksperimenta dalībniekiem tika uzdoti jautājumi, lai noskaidrotu, katras frāzes interpretāciju viņi izvēlēšies. Iegūtie rezultāti parādīja, ka izteikti trauksmaini indivīdi krietni biežāk nekā netrauksmainie frāzes interpretēja kā apdraudošas.

Makleoda un Kohena (*MacLeod & Cohen*, 1990) veiktajā pētījumā, kura laikā pētījuma dalībniekiem bija jāinterpretē neviennozīmīgs teksts tūlīt pēc frāzes noklausīšanās, tika izmantoti testa fragmenti ar iespējamu vienu emocionāli negatīvu

un vienu neitrālu interpretāciju, pēc kuriem sekoja frāze tikai ar vienu interpretāciju. Makleods un Kohens konstatēja, ka tad, ja turpinājums atbilda neitrālai interpretācijai, augsti trauksmainiem, salīdzinot ar zemu trauksmainiem dalībniekiem, bija nepieciešams vairāk laika, lai izprastu fragmentu saturu. Makleods un Kohens secināja, ka augsti trauksmainie dalībnieki jau priekšlaicīgi piešķir neviennozīmīgai frāzei negatīvu nokrāsu, kas rada nepieciešamību pēc papildu laika, lai izprastu frāzi, kas ir pretrunā ar paredzēto.

Ričards un Vittakers (*Richards & Whittaker*, 1990) konstatēja, ka augsti trauksmaini dalībnieki vieglāk atceras notikumus, kuri saistīti ar vārdiem, kas attiecas uz trauksmi, nekā ar vārdiem, kas attiecas uz laimi.

Pasinkova (*Пасынкова*, 1996) norāda, ka paaugstināta trauksmainība izraisa intelektuālās darbības dezorganizāciju, kas izpaužas kā informācijas uztveres un apstrādes laika palielināšanās, mācību sekmju un intelektuālo rādītāju pazemināšanās.

Domājot par tādu indivīda rakstura iezīmi kā trauksmainība, nozīmīga šķiet A. Bassa (*Bass*, 1995, pēc *Первин & Джон*, 2000) izvirzītā hipotēze par to, ka katra personības iezīme parādās un attīstās, lai risinātu personības adaptācijas uzdevumus. Socializējoties sabiedrībā, cilvēks mācās adaptēties apkārtējā vidē. Šis process, neapšaubāmi, sākas mikrovīdē – ģimenē, izglītības iestādē, savā etniskajā grupā, ko lielā mērā ietekmē no attiecīgiem masu medijiem saņemamā informācija un tās interpretācija tajā vidē, kurā cilvēks dzīvo.

R. Mejs norāda, ka pastāv apburtais loks: tieksme konkurēt – intersociālais naidīgums – starppersonu izolācija – trauksme – konkurences tieksmes paaugstināšanās. Šobrīd Latvijā indivīda mērķim sasniegt panākumus konkurences ceļā tiek piešķirta ļoti liela nozīme, šis sasniegums tiek identificēts ar pašcieņu un augstu sevis novērtējumu, kā arī ar piederību savai etniskai grupai, kas uzskatāms kā trauksmi pastiprinošs un trauksmes izpausmes veicinošs faktors, ko, nepašaubāmi, pastiprina masu medijos sniegtā informācija. Trauksmainības rādītājus ietekmē arī indivīda dzimums un vecums, viņa un sabiedrības ekonomiskā stabilitāte un citi rādītāji.

2. Trauksmes rādītāju atšķirību pētījumi Latvijā

Veicot pētījumus, konstatētas vairākas līdzīgas tendences trauksmes un trauksmainības rādītājos latviešiem un Latvijā dzīvojošiem krieviem (Škuškovnika, 2004). Trauksmes un trauksmainības dinamika latviešu un Latvijā dzīvojošu krievu vecuma apakšgrupās saskan ar vairāku citu pētījumu (piem., *Gullone, King & Ollendick*, 2001) secinājumiem, ka trauksmes un trauksmainības rādītāji indivīda attīstības gaitā mainās, veidojot U veida līkni.

Apskatot latviešu respondentu vecuma apakšgrupu trauksmes un trauksmainības rādītāju dinamiku dažādās vecuma grupās, redzam, ka trauksmes un trauksmainības rādītāji veido U veida līkni – augstāki trauksmes un trauksmainības rādītāji vērojami 18–25 gadīgu respondentu sievietes un vīriešu grupās, vecuma apakšgrupās no 26–35; 36–45 vērojami salīdzinoši zemāki trauksmes rādītāji. Arī krievu respondentu trauksmes un trauksmainības rādītāji veido U veida līkni – salīdzinoši zemāki trauksmes un trauksmainības rādītāji vērojami 26–35 gadu apakšgrupā.

Visās latviešu un Latvijā dzīvojošu krievu respondentu izlases vecuma, dzimuma un nodarbošanās apakšgrupās vērojamas trauksmes rādītāju dzimumatšķirības, respektīvi, sieviešu trauksmes rādītāji ir augstāki nekā vīriešu attiecīgie trauksmes rādītāji.

Latvijā dzīvojošu krievu respondentu trauksmes un trauksmainības rādītāju pieaugums, salīdzinot ar latviešu trauksmainības dinamikas likni, vērojams agrāk. Krievu respondentiem trauksmes un trauksmainības kāpums sākas jau 36–45 gadu vecuma apakšgrupā, latviešiem – 46–55 gadu vecuma apakšgrupā. Pēc R. Kettela (*Cattell*, 1965) trauksmes paaugstināšanās sākas tikai ap 60 gadiem, kad parasti cilvēks beidz savu darba karjeru un sākas pensijas gadi.

B. Livegods (*Livegoed*, 1994) norāda, ka cilvēkiem pēc dzīves vidus krīzes var izveidoties tendence arvien vairāk iesaistīties savā darbā, vēloties tur nostiprināties. Tas var radīt situāciju, kad katras pārmaiņas, jauninājumi, kā arī jauni cilvēki, kas tur parādās, tiek uztverti kā personisks apdraudējums, kas savukārt darbojas kā stressors un līdz ar to – arī trauksmi pastiprinošs faktors. Varam izteikt pieņēmumu, ka Latvijā dzīvojošie 40–50 gadīgie cilvēki, kas izglītību un profesionālo pamatapmācību ieguvuši vēl padomju laikos, jūtas apdraudētāki par savu stabilitāti nekā ASV, Japānas un citu valstu attiecīgās vecuma grupas respondenti, kuru trauksmainība pētīta minētajos pētījumos (*Costa, McCrae, Zonderman, Barbano, Lebonitz & Larson*, 1986; *Nakazato & Shimonaka*, 1989 u. c.). Tas veicina trauksmes un trauksmainības rādītāju pieaugumu dzīves vidusposmā.

Arī ilgstošās sociāli ekonomiskās grūtības, ko izjūt liela daļa Latvijas iedzīvotāju, bieži ir ilgstoša trauksmes stāvokļa radītājas, kas, savukārt, pēc H. Selje (*Selje*, 2003). aprakstītā vispārējā adaptācijas sindroma, veicina personības ieiešanu rezistences un izsīkuma fāzē, kas veicina neatgriezeniskas izmaiņas cilvēka psihiskajā veselībā, arī pastiprinot indivīda dispozīciju trauksmaini uztvert apkārt notiekošo.

Kā aprakstīts iepriekš minētajos pētījumos, cilvēki ar izteiktu trauksmainību, ziņas saņemot, visticamāk tās interpretēs atšķirīgi, kā cilvēki, kuru trauksmainības līmenis ir vidējs vai zems. Lai gan nav iespējams konstatēt visas populācijas trauksmes un spriedzes rādītājus, tomēr, gatavojot informāciju masu medijiem, būtu jāzina un jāņem vērā tas, kādas emocionālas reakcijas cilvēki izjūt, uztverot masu medijos sniegtu informāciju.

3. Metode

Kopumā Latvijas Zinātnes padomes finansētā lietišķo pētījumu projekta Nr. 07.2087 “Latvijas krievvalodīgo masu mediju tirgus un auditorija” veiktā pētījuma ietvaros tika anketēti vairāk nekā 2000 respondenti, 1706 anketas bija derīgas statistiskai apstrādei šī raksta kontekstā – respektīvi, šie respondenti bija norādījuši, ka regulāri³ lasa avīzes un atzīmējuši, kādas izjūtas izjūt, tās lasot.

Respondenti, kas bija norādījuši, ka regulāri lasa avīzes, tika lūgti atzīmēt, cik bieži, lasot avīzes, viņi izjūt norādītās 16 izjūtas skalā no “gandrīz nekad” līdz “gandrīz vienmēr”.

³ Šī pētījuma ietvaros regulāri lasu avīzēs – tikpat kā katru dienu.

Apkopojot rezultātus, respondenti tika iedalīti apakšgrupās pēc vairākām pazīmēm:

- 1) pēc valodas, kurā lasa avīzes:
 - 1295 (405 vīr., 890 siev.) respondenti lasa tikai latviski;
 - 111 (43 vīr., 68 siev.) – tikai krieviski;
 - 300 (112 vīr., 188 siev.) – lasa latviski un krieviski;
- 2) latviski lasošie respondenti tika iedalīti arī apakšizlasē pēc materiālā stāvokļa pašnovērtējuma:
 - 63 respondenti – labs materiālais stāvoklis;
 - 172 respondenti – slikts materiālais stāvoklis;
 - 95 respondenti – vairāk vidējs nekā slikts materiālais stāvoklis.

Krievu avīzes lasošie respondenti netika iedalīti apakšizlasē pēc materiālā stāvokļa pašnovērtējuma nelielā respondentu skaita dēļ.

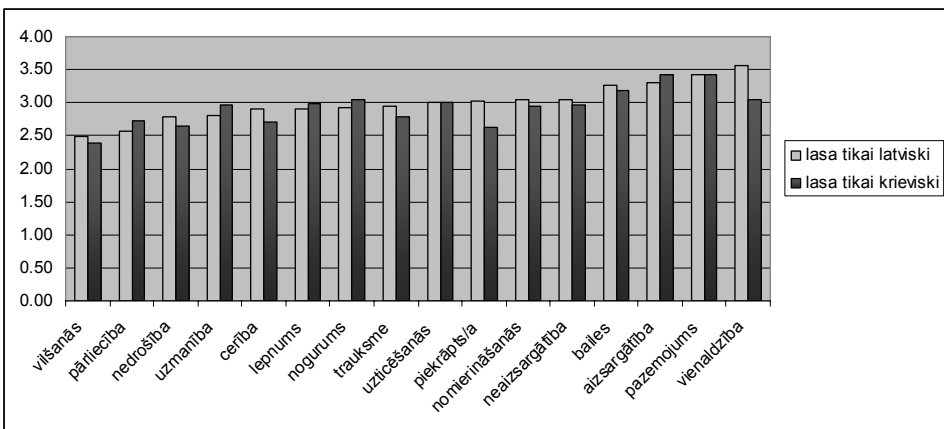
4. Rezultāti

Rezultātu analīzes laikā tika apkopoti respondentu pašnovērtējuma statistiskie rādītāji par 16 izjūtām, ko viņi izjūt, lasot avīzes. Gan tikai latviski lasošie respondenti, gan tikai krieviski lasošie respondenti visbiežāk atzīmējuši, ka, lasot avīzes, izjūt vilšanos

\bar{x} vid tikai latviski lasošiem = 2.48; \bar{x} vid tikai krieviski lasošiem = 2.39 (skat. 1. attēlu).

Tikai latviski lasošie respondenti gandrīz tik pat bieži atzīst arī tādas izjūtas kā pārliecību, nedrošību un uzmanību (attiecīgi \bar{x} vid = 2.56; 2.79; 2.81).

Savukārt krieviski lasošie respondenti, lasot avīzes, gandrīz tik pat bieži kā vilšanos, jūtas arī piekrāpti, izjūt nedrošību, taču arī – cerību un pārliecību (attiecīgi \bar{x} vid = 2.63; 2.65; 2.71; 2.72).



1. attēls. Latviski un krieviski lasošo respondentu pašnovērtējuma statistiskie rādītāji par izjūtām, ko viņi izjūt, lasot avīzes (jo lielāks rezultāts, jo retāk izjūt šo izjūtu)

Salīdzinot iegūtos rezultātus ar Stjudenta t kritēriju, varam konstatēt, ka starp vairākiem rādītājiem pastāv statistiski nozīmīgas atšķirības. Interesanti pieminēt, ka divām no piedāvātajām izjūtām: uzticēšanās un pazemojums kopējā izlasē statistiskie rādītāji bija praktiski vienādi:

uzticēšanās lasa tikai latviski x vid. = 3.01; sd = 0.72 un uzticēšanās lasa tikai krieviski x vid. = 3.01; sd = 0.73, kā arī –

pazemojums lasa tikai latviski x vid. = 3.42; sd = 0.73 un pazemojums lasa tikai krieviski x vid. = 3.43; sd = 0.80.

1. tabulā apkopoti respondentu pašnovērtējuma statistiskie rādītāji par izjūtām, ko viņi izjūt, lasot avīzes, izdalot izjūtas, kuru novērtējumā pastāv statistiski nozīmīgas atšķirības pie $\alpha = 0.05$.

Kā redzams 1. tabulā, respondenti, kas lasa avīzes tikai latviski, biežāk kā respondenti, kas lasa avīzes tikai krieviski, atzīst, ka, lasot avīzes, izjūt pārliecību.

Savukārt tikai krieviski lasošie respondenti biežāk kā latviski lasošie atzīst, ka, lasot avīzes, izjūt cerību, trauksmi, vienaldzību un jūtas piekrāpti.

Tālāk aplūkosim rezultātus, kas iegūti, iedalot respondentus apakšgrupās pēc dzimuma. Salīdzinātas tiks četras emocionālās reakcijas – divas ar pozitīvu emocionālu nokrāsu – pārliecība, nomierināšanās un divas ar negatīvu emocionālu nokrāsu – nedrošība un trauksme.

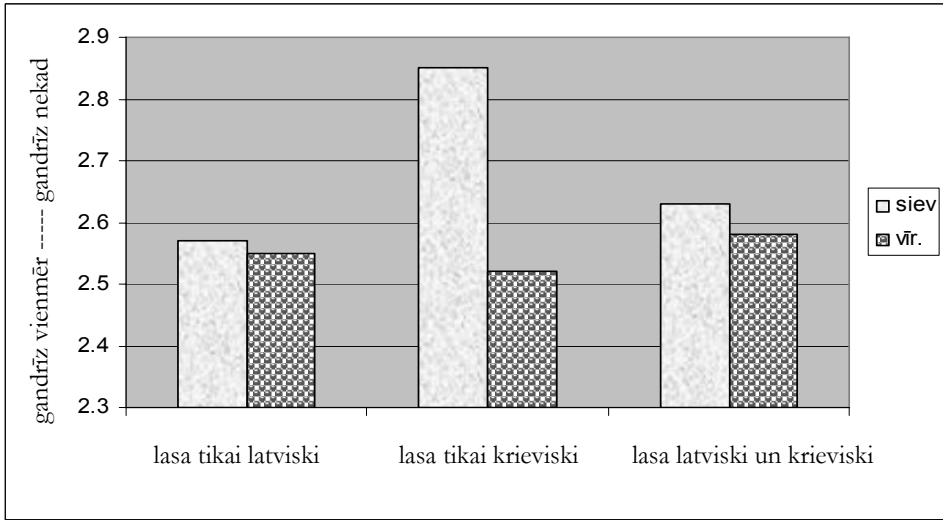
1. tabula

Respondentu pašnovērtējuma statistiskie rādītāji par izjūtām, ko viņi izjūt, lasot avīzes*

		lasa tikai latviski n=1295	lasa tikai krieviski n= 115
pārliecība	x vid.	2,56	2,72
	sd	0,77	0,95
cerība	x vid.	2,90	2,71
	sd	0,74	0,89
trauksme	x vid.	2,94	2,79
	sd	0,86	0,78
vienaldzība	x vid.	3,56	3,04
	sd	0,70	0,99
piekrāpts/a	x vid.	3,03	2,63
	sd	0,89	0,96

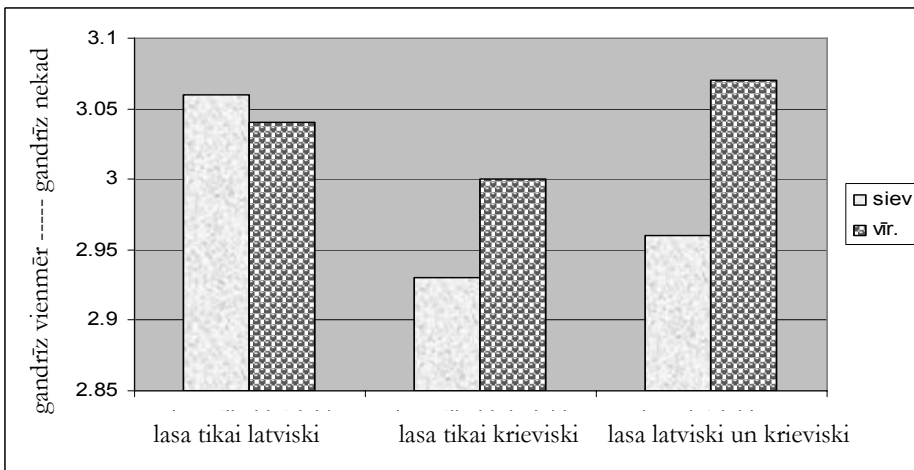
*jo lielāks rezultāts, jo retāk izjūt šo izjūtu

Novērtējot, cik bieži, lasot avīzes, tiek izjusta pārliecība (skat. 2. attēlu), vairākas statistiski nozīmīgas atšķirības konstatētas sievietes apakšizlasē – sievietes, kas lasa avīzes latviešu valodā, biežāk atzīst šīs izjūtas klātesamību ($\alpha = 0,05$). Kā arī – sievietes, kas lasa avīzes krievu valodā, atzīst šīs izjūtas klātesamību retāk kā sievietes, kas lasa latviski un krieviski ($\alpha = 0,1$).



2. attēls. Respondentu pašnovērtējuma rādītāji par izjusto pārliecību, lasot avīzes. Savukārt konstatētas statistiski nozīmīgas atšķirības starp sieviešu un vīriešu rādītājiem krievu valodā lasošo apakšizlasē (skat. 2. attēlu) – vīrieši, kas lasa avīzes tikai krievu valodā, biežāk atzīst, ka izjūt pārliecību, lasot avīzes, nekā krieviski lasošās sievietes ($\alpha = 0,1$).

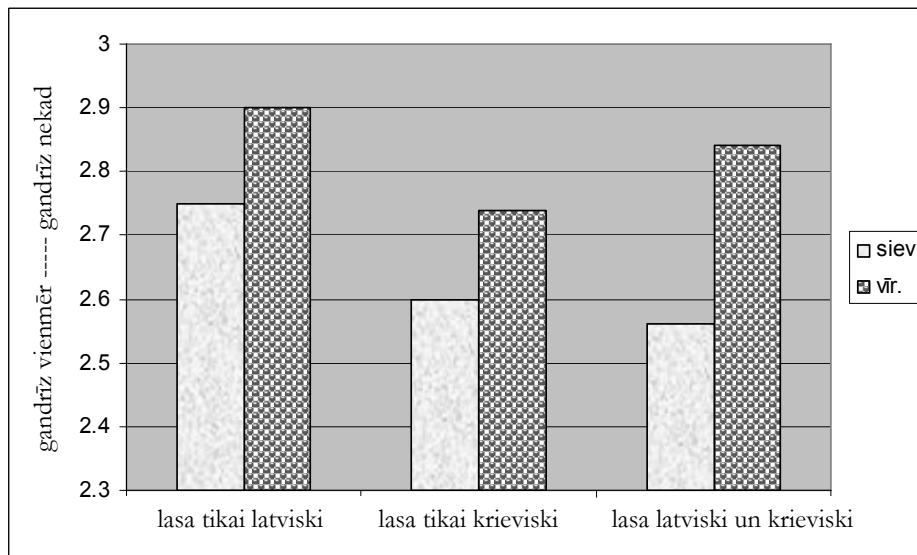
Novērtējot, cik bieži, lasot avīzes, tiek izjūta nomierināšanās (skat. 3. attēlu), statistiski nozīmīgas atšķirības konstatētas tikai sieviešu apakšizlasē – sievietes, kas lasa avīzes latviešu valodā, retāk atzīst šīs izjūtas klātesamību ($\alpha = 0,1$).



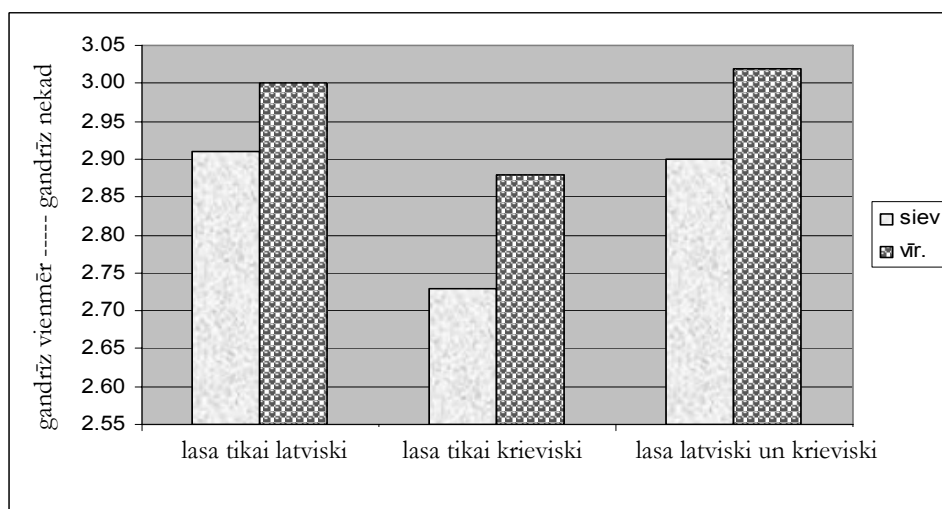
3. attēls. Respondentu pašnovērtējuma rādītāji par izjusto nomierināšanos, lasot avīzes

Novērtējot, cik bieži, lasot avīzes, tiek izjūta nedrošība (skat. 4. attēlu), konstatētas statistiski nozīmīgas atšķirības gan sieviešu, gan vīriešu apakšizlasē.

Sievietes, kas lasa avīzes latviešu valodā, retāk atzīst šīs izjūtas klātesamību kā sievietes, kas lasa gan latviešu, gan krievu valodā ($\alpha = 0,05$). Starp latviski un krieviski lasošo sieviešu vidējiem rādītājiem atšķirības pastāv tikai tendenču līmenī (palielinot krieviski lasošo sieviešu izlasi, atšķirības varētu būt statistiski nozīmīgas) – krievu valodā lasošās sievietes nedrošību izjūt biežāk kā latviski lasošās.



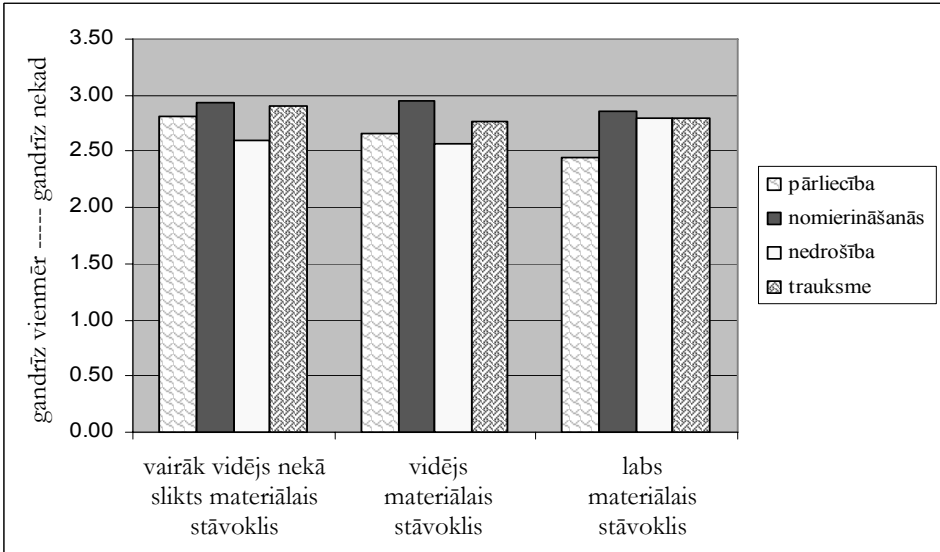
4. attēls. Respondentu pašnovērtējuma rādītāji par izjusto nedrošību, lasot avīzes Vīriešu apakšizlasē starp latviski un krieviski lasošiem vīriešiem statistiski nozīmīgas atšķirības konstatētas tikai nedrošības rādītājā (skat. 4. attēlu) – vīrieši, kas ikdienā lasa avīzes latviešu valodā, statistiski nozīmīgi retāk izjūt nedrošību kā vīrieši, kas ikdienā lasa avīzes krievu valodā ($\alpha=0,1$).



5. attēls. Respondentu pašnovērtējuma rādītāji par izjusto trauksmi, lasot avīzes

Novērtējot, cik bieži, lasot avīzes, tiek izjauta trauksme (skat. 5. attēlu), konstatētas statistiski nozīmīgas atšķirības tikai sievietēm apakšizlasē.

Latviski lasošās sievietes statistiski nozīmīgi retāk atzīst trauksmes izjūtas rašanos, lasot avīzes, kā krievu valodā lasošās sievietes ($\alpha = 0,1$). Krieviski lasošo sievietēm trauksmes vidējais rādītājs ir arī statistiski nozīmīgi augstāks kā latviski un krieviski lasošo sievietēm trauksmes rādītājs ($\alpha = 0,05$).



6. attēls. Respondentu pašnovērtējuma rādītāji par izjūtām, ko viņi izjūt, lasot avīzes, pēc materiālā stāvokļa latviski lasošo apakšizlasē

Aplūkojot minētās četras emocionālās reakcijas apakšgrupās pēc latviski lasošo respondentu materiālā stāvokļa pašnovērtējuma (skat. 6. attēlu), statistiski nozīmīgas atšķirības tika iegūtas tikai izjūtas “pārliecība” novērtējumā – respondenti, kuri savu materiālo stāvokli novērtē kā “vairāk vidēju nekā sliktu”, lasot avīzes, statistiski nozīmīgi retāk izjūt pārliecību kā respondenti, kuri savu materiālo stāvokli novērtē kā labu (attiecīgi: pārliecība vairāk vid. kā slikts materiālais stāvoklis x vid. = 2.81; sd = 0.84 un pārliecība vairāk vid. kā slikts materiālais stāvoklis x vid. = 2.44; sd = 0.96).

5. Diskusija

Apkopojot iepriekš aprakstīto informāciju, varam secināt, ka emocionālās reakcijas uz informāciju, kas publicētas avīzēs, atšķiras gan cilvēkiem, kas lasa avīzes tikai latviski, tikai krieviski vai abās valodās, kā arī pastāv šo emocionālo reakciju atšķirības dažādās dzimuma, vecuma un ekonomiskā stāvokļa apakšgrupās.

Pētījumā konstatēta arī interesanta sakritība: gan respondenti, kas lasa tikai latviski, gan respondenti, kas lasa tikai krieviski, ļoti līdzīgi novērtē avīzes lasīšanas laikā izjusto uzticēšanos un pazemojumu (attiecīgie rādītāji ir praktiski vienādi), kā arī – gan tikai latviski lasošie respondenti, gan tikai krieviski lasošie respondenti visbiežāk atzīmējuši, ka, lasot avīzes, izjūt vilšanos. Protams, mūsu valstī notiekošās

ekonomiskās kataklizmas, biežās ekonomiskās un politiskās pārmaiņas atspoguļojas avīžu lasītāju emocionālo reakciju pašnovērtējumā.

Interesanti, ka nav vērojama izteikti emocionālo reakciju ar negatīvu nokrāsu dominēšana pār emocionālām reakcijām ar pozitīvu nokrāsu. Kā konstatēts pētījumā, gandrīz tik pat bieži kā vilšanos, latviski lasošie respondenti atzīst arī tādas izjūtas kā pārliecību, nedrošību un uzmanību. Savukārt krieviski lasošie respondenti, lasot avīzes, gandrīz tik pat bieži kā izjūt vilšanos, jūtas arī piekrāpti, izjūt nedrošību, taču arī – cerību un pārliecību.

Kā galvenās atšķirības emocionālo reakciju pašnovērtējumā, lasot avīzes, jāmin, ka respondenti, kas lasa avīzes tikai latviski, biežāk kā respondenti, kas lasa avīzes tikai krieviski, atzīst, ka, lasot avīzes, izjūt pārliecību. Savukārt tikai krieviski lasošie respondenti, biežāk kā latviski lasošie, atzīst, ka lasot avīzes, izjūt cerību, trauksmi, vienaldzību un jūtas piekrāpti.

Sievietes, kas lasa avīzes latviešu valodā, biežāk atzīst, ka, lasot avīzes, izjūt pārliecību, sievietes, kas lasa avīzes krievu valodā, atzīst pārliecības izjūtas klātesamību retāk kā sievietes, kas lasa latviski un krieviski. Savukārt sievietes, kas lasa avīzes latviešu valodā, retāk kā krieviski lasošās respondentes atzīst, ka lasot avīzes, nomierinās. Sievietes, kas lasa avīzes latviešu valodā, retāk atzīst nedrošības izjūtas klātesamību kā sievietes, kas lasa gan latviešu, gan krievu valodā.

Vīriešu apakšizlasē starp latviski un krieviski lasošiem vīriešiem statistiski nozīmīgas atšķirības konstatētas tikai nedrošības rādītājā – vīrieši, kas ikdienā lasa avīzes krievu valodā, biežāk izjūt nedrošību kā vīrieši, kas ikdienā lasa avīzes latviešu valodā.

Savukārt – vīrieši, kas lasa avīzes tikai krievu valodā, biežāk nekā krieviski lasošās sievietes atzīst, ka, lasot avīzes, izjūt pārliecību.

Būtu nepieciešams veikt dziļāku pētījumu, veicot avīžu rakstu satura kontentanalīzi un vienlaicīgi nosakot arī respondentu emocionālo reakciju pašnovērtējuma rādītājus, lai varētu izdarīt pamatotus secinājumus par to, vai tieši avīzēs latviešu un krievu valodā sniegtā atšķirīgā informācija ir cēlonis šīm atšķirībām.

Arī respondenta ekonomiskajam stāvoklim ir saistība ar emocionālo reakciju uz lasīto informāciju novērtējumu. Respondenti, kuri savu materiālo stāvokli novērtē kā labu, biežāk izjūt pārliecību kā respondenti, kuri savu materiālo stāvokli novērtē kā “vairāk vidēju nekā sliktu”.

Ja avīzes tiek lasītas gan latviski, gan krieviski, indivīdam ir pieejama plašāka informācija, kas ļauj izdarīt adekvātākus secinājumus par notiekošo. Līdz ar to arī emocionālās reakcijas pašnovērtējuma rādītājos vērojama tendence, ka, lasot avīzes, abās valodās lasošie respondenti trauksmi izjūt retāk kā tikai latviski vai krieviski lasošie, taču abās valodās lasošās sievietes biežāk atzīst nedrošības izjūtu, kas sakrīt ar iepriekš veiktajiem pētījumiem par trauksmes rādītājiem latviešiem un Latvijā dzīvojošiem krieviem (Škuškovnika, 2004). Tomēr kā viens no pētījuma ierobežojumiem jāatzīmē, ka šajā gadījumā nav ņemts vērā respondentu izglītības līmenis, kas varētu ietekmēt respondentu interesi un vēlmi lasīt avīzes abās valodās, kā arī, protams, nav veikta respondentu individuālo psiholoģisko īpatnību izpēte, kas acīmredzami cieši saistīta ar emocionālām reakcijām uz lasīto informāciju.

Pētījumos konstatēts, ka pastāv sakarība starp trauksmes un izjustā stresa rādītājiem (Ghorbani, Bing, Watson, Davison & Mack, 2002) – pakļāvība (*compliance*) pozitīvi korelē ar trauksmi un trauksmainību, zemu pašcieņu, paranoju un aizdomīgumu, bet negatīvi ar dusmu izrādīšanu (Gugjonsson, Sigursson, Brynjolfsdottir & Hreinsdottir, 2002). Lai varētu paredzēt un zināmā mērā arī sasaistīt masu medijos sniegtās informācijas radītās emocionālās reakcijas dažādās apakšgrupās ar iespējamo respondentu uzvedību, nepieciešama daudz plašāka informācija, ko paredzēts iegūt nākamo pētījumu ietvaros.

Raksts tapis, pateicoties Latvijas Zinātnes padomes grantiem Nr. 07.2087 un 09.1133.

Literatūras saraksts

1. Cattell R. B. *The scientific analysis of personality*. New York: Penguin Books, 1965.
2. Costa P., McCrae R., Zonderman A., Barbano H., Lebowitz B. & Larson D. "Cross-sectional studies of personality in a national sample: 2. Stability in neuroticism, extraversion, and openness". *Psychology and Aging*, 1986. Vol.1, pp. 144–149.
3. Ghorbani N., Bing M. N., Watson P. J., Davison H. K. & Mack D. A. "Self-reported emotional intelligence: Construct similarity and functional dissimilarity of higher-order processing in Iran and the United States". *International Journal of Psychology*, 2002. No.37, pp.297–308.
4. Gugjonsson G.H., Sigursson J.F., Brynjolfsdottir B. & Hreinsdottir H. "The relationship of compliance with anxiety, self-esteem, paranoid thinking and anger". *Psychology, Crime & Law*, 2002. No 8, pp. 145–153
5. Gullone E., King N. & Ollendick T. H. "Anxiety–research: Anxiety in children; anxiety in adolescence". *Journal of Genetic Psychology*, 2001. No 162, pp. 5–15.
6. *Latvija. Pārskats par tautas attīstību*. 2002/2003., 54–55. lpp.
7. Lievegoed B. (1994). *Lebenskrisen – lebenschancen*. Rotterdam: Geistige Erkenntnis.
8. MacLeod C. & Cohen A. (1990). "Mood disorders and cognition". In M. W. Eysenk (Ed.) *Cognitive psychology: An international review*. Oxford: John Wiley & Sons, pp. 9–56.
9. Magnusson D., Stattin H. & Iwawaki S. "Cross-cultural comparisons of situational anxiety reactions". In C.D. Spielberger & R. Diaz–Guerrero. *Cross-cultural anxiety* Vol 2. Washington: Hemisphere Publishing Corporation, 1983. pp. 177–189.
10. Nakazato K. & Shimonaka Y. "The Japanese State–Trait Anxiety Inventory: age and sex differences". *Perceptual and Motor Skills*, 1989. No 69, pp. 611–617.
11. Ott A., F., Clark U. & Ennuste U. "Anxiety as a consequence of liberalization: An analysis of opinion surveys in Estonia". *Social Science Journal*, 1996.No 33, pp.149–164.
12. Reber A. S. (Ed.) *The Penguin Dictionary of Psychology*. New–York: Penguin, 1995.
13. Richards A. & Whittaker T. M., "Effects of anxiety and mood manipulation in autobiographical memory." *British Journal of Clinical Psychology*, 1990. No 29, pp.145–153.
14. Spielberger C. D. *Stress und Angst*. Weinheim: Beltz, 1980.
15. Škuškoviņa D. *Trauksme latviešiem un Latvijā dzīvojošiem krieviēm*. Promocijas darbs. LU, 2004.
16. Мацумото Д. *Психология и культура. Современные исследования*. Москва: Прайм–Еврознак, 2002.
17. Мэй Р. *Проблема тревоги*. Москва: Эксмо-пресс, 2001.
18. Первин Л., Джон О. *Психология личности. Теория и исследования*. Москва: Аспект-пресс, 2000.
19. Селье Г. "Когнитивные характеристики: стресс и тревога." Брайт Д., Джонс Ф. (ред.) *Стресс. Теории, исследования, мифы*. Москва: Олма – Пресс, 2003.
20. Солдатова Г. У. *Психология межэтнической напряженности*. Москва: Эксмо-пресс, 1998.
21. Пасынкова Н.Б. "Связь уровня тревожности подростков с эффективностью их интеллектуальной деятельности". *Психологический журнал*. № 1, 1996. стр.169–174.

KOMUNIKĀCIJA LATVIJĀ 12. GADSIMTA BEIGĀS UN 13. GADSIMTA SĀKUMĀ PĒC INDRIĶA LIVONIJAS HRONIKAS ZIŅĀM

COMMUNICATION IN LATVIA AT THE END OF 12TH CENTURY AND IN THE BEGINNING OF THE 13TH CENTURY ACCORDING TO THE CHRONICLE OF HENRY OF LIVONIA

Dr. hist., **Guntis Zemītis**
Biznesa augstskola Turība, Latvija

The Chronicle of Henry of Livonia has been written at the time of the 1225 to 1227, and it is the first entire source of the history, which displays the events in the Baltics at the end of 12th century and beginning of 13th century. Data from the Chronicle of Henry of Livonia is widely analyzed, but it is not done with the aim of understanding the communication of that time. It is important from the aspect of the history of the communication and helps to understand better the society of ancient Latvians and Līvs, their mobility and preparedness to communicate with people from other cultures.

Baltics, including lands of the ancient Prussians, had remained an insignificant island of paganism, when two Christian churches – Roman Catholic and Greek Catholic (Orthodox) clashed nearby.

Since prevalence of the writing is closely linked to conversion to the Christian faith, pagan Baltic nations did not recognize it. To the cultures of this period the characteristic communication is the communication with God – critical community decisions were taken after clarifying the will of God. God's will was clarified by the drawing of lots or with the help of the horse of destiny. Personal communication dominated during mutual interaction.

Describing the situation in the Baltics in the 12th/13th centuries, it is difficult to speak about the mutual interaction of the two or three radically different cultures. Admittedly that Western Christians and the local nations were separated by different structure of the society. However, in other fields such as skills, abilities, mobility, the differences were not large. Eastern Christians, Russians, also did not recognize feudalism in its classical sense. Differences in communication arose not so much in distinctive competences, but in ambitions. The aim of Western Christianity was to reach the subjection of the Baltic nations to the Roman Church. It is achieved not only by conquering "with fire and sword but also through purposeful activity, convincing and conquering the local minds. Russian Orthodox view was not so much related to the spreading of Orthodoxy, but mostly with extortion of taxes, pillaging and provision of trade routes along the river Daugava. Anyway, the Chronicle of Henry of Livonia does not inform about Russian preachers, missionaries, and other techniques of ascendancy, such as plays with religious content. So, the word is absent, just action.

Local nations were adapted to new circumstances – either resisted, or looked for allies in both, Roman and Greek Christians. Various military alliances were concluded, Christianity was accepted, dropped, and again accepted. These various primary objectives influence

also the mutual communication. Western Christians managed and used a much larger arsenal of ascendancy. It was goal orientated communication with aim of changing the attitude, without disregarding all that was associated with the conclusion of military alliances, gathering of information, operational reaction to the turn of events. This system was more effective, and around the century, the local resistance of the nations of the present Latvia and Estonia were broken. Medieval Livonia was established.

Keywords: Chronicle of Henry of Livonia, communication, Medieval Livonia

Atslēgas vārdi: Indriķa hronika, komunikācija, Livonija

1. Latvija starp Romu un Bizantiju

Indriķa Livonijas hronika, kas sarakstīta laikā no 1225. līdz 1227. gadam, ir pirmais pilnīgais vēstures avots, kas stāsta par notikumiem Baltijā 12. gs. beigās un 13. gs. pirmajos gadu desmitos (Mugurēvičs 1993, 7). Indriķa Livonijas hronikas ziņas ir vispusīgi analizētas, bet tas nav darīts, lai ar hronikas palīdzību izprastu šī laika komunikāciju Latvijā. Tas ir nozīmīgi gan no komunikācijas vēstures aspekta, gan labāk palīdz saprast senlatviešu un lībiešu sabiedrību, tās mobilitāti, gatavību kontaktēties ar citu kultūru pārstāvjiem.

Lai arī šajā rakstā uzmanības centrā ir mūsdienu Latvija un tās pamatiedzīvotāji – senlatviešu un lībiešu senči, nepašaubāmi, runa ir par komunikāciju visas mūsdienu Baltijas kontekstā.

Baltijas tautas pieder divām lielām valodu grupām – 12.–13. gs. Baltijas ziemeļos dzīvoja Baltijas somi – igauņi, lībieši un vendi, dienvidu daļā – baltu valodu saimei piederīgās maztautas – lietuvji, žemaiši, kurši, zemgaļi, latgaļi un sēļi. Komunikācija, ar ko saprot sazināšanos informācijas pārraidi, domu apmaiņu, sakarus, sakaru sistēmas, sabiedriskās saziņas līdzekļus (Mīlts, 2004, 4) starp Baltijas tautām, bija veidojusies jau sākot ar etnosa formēšanās stadiju, kas iesniedzas akmens laikmetā.

Komunikācijas procesā iesaistītās puses (avots – saņēmējs) pēc Deivida Berlo piedāvātā modeļa (*Berlo's model*) var salīdzināt pēc šādām pazīmēm:

- kopējas prasmes;
- zināšanas;
- sociālās sistēmas;
- kultūra;
- attieksme (*Mortensen, 1972*).

Pēc šī modeļa, Baltijas tautas, šķīra viena galvenā komunikācijas barjera – valoda. Pārējās pazīmes – lai gan katra ir atsevišķa pētījuma vērtā, visumā ir kopīgas. Baltija, iekaitot arī senprūšu zemes, līdz 11. gs. vidum bija palikusi kā neliela pagānisma sala, kuras tuvumā sadūrās divas kristīgās baznīcas – Romas katoļu un grieķu katoļu (pareizticīgā). Latvijas maztautas – kuršus, zemgaļus, sēļus, latgaļus un lībiešus ar kristīgo misiju sasniedza vairākos etapos. 11. gs. Kurzemē darbojās dāņu misionāri, 11. gs. otrā pusē Austrumlatvijā sāka izplatīties pareizticība, bet paliekošas sekas bija trešajai – vācu misijai, kura aizsākās ar priesteru Meinarda ierašanos 1184. gadā

(Mugurēvičs, 1993, 8). Tā kā pirmā tauta, pie kuras Meinards veica savu misiju, bija lībieši, Baltijas zemes sāka dēvēt par Livoniju.

Lai gan Meinarda misija bija miermīlīga, tā pievērsa Romas katoļu baznīcas uzmanību Baltijai. Nākamā bīskapa Bertolda misija aizsāka krusta karu, bet 1199. gadā pāvests Inocents III pielīdzināja krustakarus Livonijā krustakariem Svētajā Zemē – Palestīnā. Politiskā situācija Baltijā mainījās un kļuva daudz dinamiskāka. Baltija bija kļuvusi par telpu, kurā sadūrās ne tikai kultūras, bet arī civilizācijas. Civilizācijas jēdziens ir dažādi definēts, tomēr parasti to saista ar reliģiju. Pēc Pjotra Štompkas (*Štompka*) piedāvātā kultūras – civilizācijas analīze (*cultural – civilization analysis*) jēdziens “kultūra” tiek saprasts kā sociālā kārtībā noteiktas nozīmju, simbolu, rituālu, kodu un struktūru sistēma, kas pastāv sabiedrības neapzinātā līmenī, bet “civilizācija” – kā sociālā līdzdalībā uzturētu objektu, līdzekļu, tehnoloģiju, zināšanu, uzskatu, vērtību, normu un institūciju kopums, ko apzināti veicina faktori, lai izmantotu kā instrumentu savu mērķu sasniegšanai un vajadzību apmierināšanai (*Štompka*, 1995, 238, 239).

Kristīgā baznīca 1054. gadā bija sašķēlusies Romas katoļos un grieķu katoļos (pareizticīgajos). S. Hantingtons uzskata, ka rietumu civilizācijas, kas noformējas ap 700.–800. gadu, svarīgākā vēsturiskā īpatnība ir tieši kristietība no Romas – sākotnēji katoļticība, bet vēlā katoļticība un protestantisms (*Хантингтон*, 2006, 95), savukārt uz Bizantijas mantojumu balstīto pareizticīgo pasauli Hantingtons nodala atsevišķā – pareizticīgo civilizācijā (*Хантингтон*, 2006, 54).

Būtībā 13. gs. notiek cīņa par Baltijas iekļaušanu rietumu vai pareizticīgo civilizācijā. Pat pēc krusta kara izsludināšanas notikumi Baltijā nav tikai militāra akcija. Tā ir arī ideoloģiska cīņa. Zināmā mērā var piekrist Sergejam Krukam, kurš raksta, ka vācieši iekaro ar vārdu (Kruks, 2002, 30).

Rietumu kristiešu mērķis bija ne tikai iekarot, bet arī pārlicināt. Pareizticīgo aktivitātes ticības izplatīšanai un nostiprināšanai, vismaz tajā periodā, nebija tāda rakstura. Kā jebkurai sabiedrisko attiecību kampaņai, lai mainītu iepriekšējos priekšstatus, bija nepieciešams:

- izveidot jaunas atmiņas struktūras;
- stiprināt vai padziļināt esošas atmiņu struktūras;
- “pārrakstīt” vai “izdzēst” vecos priekšstatus.

(Herbsts, 2006, 31–32)

Tātad Baltijas telpā aplūkojamā periodā sadūrās atšķirīgas reliģijas, atšķirīgas sociālās sistēmas – tā ir vietējās, pārsvarā pagāniskās tautas (pie tādām ir jāpieskaita arī latgaļi, kuru valdnieki ir pieņēmuši pareizticību un kuru 1214. g. Tālavas valdnieka Tālibalda dēli nomaina ar latīņu (katoļu) rituālu), pareizticīgie krievi un Rietumu (Romas) kristieši (latīņi).

No valstiskās organizācijas viedokļa vietējas tautas bija sasniegušas militārās demokrātijas attīstības pakāpi, kad ap izcilām personām pulcējās pārējie kopienas locekļi. Viņu vara galvenokārt balstījās uz izcelšanos (aristokrātija) un personisko autoritāti, bet ne uz feodālajām attiecībām vai valstiski organizētu piespiedu aparātu (Blūzma, Lazdiņš, 1998, 19). Tomēr vietējā sabiedrība bija sociāli strukturēta – Indriķa Livonijas hronikā sastopam dažāda ranga politiskās elites pārstāvjus, kuri tiek saukti par *rex* (ķēniņš), *senior provincie* – novada vecākais, *princeps ac senior* – firsts un vecākais,

senior – vecākie. Arī pēc latgaļu kapulauku materiāla var saskatīt atšķirības mirušajam līdzī do to piedevu klāstā, kas atbilst kategorijām *nobiles* (nobiļi), *meliores, dy besten lute* (labieši), trešā kategorija – brīvie, ceturtā – nebrīvie, kā laikā iegūtie gūstekņi (Apals, Mugarēvičs, 2001, 368, 369). Līdzīgi tas ir arī pie citām Baltijas tautām.

Rietumeiropā valsts organizācijas pamatā bija feodālās attiecības. Viduslaiku pirmajos gadsimtos dominēja priekšstats, ka sabiedrība dalās trīs kārtās – laicīgos ļaudīs, garīdzniekos (priesteros) un mūkos. 10.–11. gs. izveidojās dalījums trīs citās kārtās – Dieva lūdzējos (*oratores*), karotājos (*bellatores, pugnatores*) un strādātājos (*laboratores*). Pie pirmās piederēja garīdzniecība, pie otrās – bruņniecība, pie trešās – zemniecība. Katra kārta dzīvoja pēc savām tiesībām. 11.–12. gs. radās jauna sabiedrība – pilsētnieki, ko veidoja pilsoņu (*Bürger*) jeb namnieku komūnas.

Krievzeme pēc tam, kad kņazs Vladimirs 988. gadā bija pieņēmis kristietību no Konstantinopoles, nonāca spēcīgā Bizantijas kultūras ietekmē. 12. gs. Krievzeme sadalījās vairākās kņazistēs, kuru sociālā sistēma atšķīrās no Rietumeiropas. Krievu kņazistes nepazīna tādas feodālās attiecības, kādas tās bija Rietumeiropā, bet sabiedrības organizācija bija tuvāka Ziemeļeiropas vikingu laika sabiedrībai, tajā skaitā Baltijas sabiedrībai. Valdnieka (kņaza) vara krievu kņazistēs balstījās uz karadraudzi, bet administratīvais dalījums pagastos atbilda tiesas spriešanas un nodevu ievākšanas apgabalam.

Neapšaubāmi, starp vietējām tautām un Rietumeiropas kristiešiem pastāvēja komunikācijas barjera, ko var raksturot kā makrobarjeru – tā ir kultūras barjera, kuras pamatā ir partneru uztveres, domāšanas un attieksmes specifika, kas izriet no tās kultūrvides, kuru indivīds pietiekami labi apguvis (Ezera, 2007, 37).

Šeit jāatzīmē, ka komunikācijas procesa attīstībā tiek izdalīti vairāki etapi – līdzverbālais periods, mutvārdu ziņojuma periods, periods, kad kā saziņas līdzeklis parādās un attīstās rakstība. Tas ir kvalitatīvs lēciens sabiedrības un arī visas civilizācijas attīstībā. Ceturtais – grāmatu iespiešanas laikmets, piektais – mūsdienu periods, kas aptver pēdējos simts gadus (Agejevs, 2005, 15, 16).

Rakstība viduslaiku Eiropā izplatījās līdz ar kristietību. Tā kā Baltijas tautas kristietību vēl nebija pieņēmušas, tās 12. un 13. gs. rakstību nepazīna. Tiesa, var pieļaut, ka daži no pareizticīgajiem latgaļiem prata rakstīt. Šajā sakarā parasti tiek minēts Latviešu Jurģis, domājams, latgaļu pareizticīgā latviešu mācītāja dēls, kurš 1270. gadā pārrakstīja krievu valodā Evaņģēliju. Šī Evaņģēlija 163 lapās atrodas pēcvārds, kas latviski skan šādi: “6778. gadā (*gadu skaitīšana bija pēc Vecās Derības*) 23. martā, svētā mocekļa Nikona piemiņas dienā, pabeigta šī grāmata. Un tajā pašā dienā bija zīmes pie saules. Šīs grāmatas sarakstītājs – es, Jurģis, mācītāja dēls, ko sauca par latvieti no Gorodiščes (*Azъ, Giorgijъ, sinъ popovъ, glagoleno latiša s Gorodišča*), ar mūka Sīmaņa līdzekļiem no svētā Georgija, sev par pestīšanu un visiem kristīgiem par prieku.” Tiesa, Evaņģēlija tekstaloģiskajos pētījumos nekādas latviešu valodas pazīmes nav atrastas, pēc kurām varētu droši spriest par pārrakstītāja izcelšanos no latgaļiem. (Latviešu literatūras vēsture, 1959, 316).

Plaši diskutēts ir jautājums par paša Indriķa Livonijas hronikas autora izcelsmi. Jau 1740. gadā J. D. Grūbers izvirzīja versiju par hronikas autora izcelsmi no letiem (latgaļiem), par pamatu ņemot hronista pašraksturojumu *Henricus de Lettis* (Indr. hr., XVI; 3). Neiedziļinoties šajā jautājumā, kas nav šī darba uzdevums, jāatzīmē, ka

atšķirībā no Latviešu Jurgā, kura darbā nav saskatāmas latviešu valodas pēdas, Indriķis hronikā lietojis vārdus, kas nāk no Baltijas somu valodām – *ķilīgunda*, *maleva*, *maja*, bet no baltu vārdiem vienīgi vārdu *draugs* (Indr. hr., XVI; 4), kas dots latinizētā vienskaitļa akuzatīvā formā (*draugum suum* – savu draugu) un jāsaprot kā karabiedrs (Mugurēvičs, 1993, 25).

Raksturojot bezrakstības periodu, Jurijs Lotmans raksta, ka kļūdaini būtu domāt, ka tāda tipa civilizācijas dzīvo “informācijas pilsētas” apstākļos, jo visa cilvēka rīcību, it kā fatāli, nosaka rituāli un paražas. “Bezrakstības kolektīvu” locekļi ik dienas atrodas izvēles priekšā, bet šo izvēli viņi izdara nevis balstoties uz vēsturi, iemeslu – seku sakara vai gaidāmā efekta, bet, kā to arī dara daudzas bezrakstības tautas, vērsās pie zilniekiem un burvjiem. Arī konsultēšanās ar ārstu un advokātu ir tās pašas tradīcijas rudimenti. Bezrakstības kultūras ar to orientāciju uz pazīmēm, zilēšanu un orākuliem pārnes uzvedības izvēli uz sfēru ārpus personas. Tāpēc par ideālu cilvēku uzskata to, kurš saprot un pareizi iztulko vēstījumus, bet to īstenošanā nepazīst svārstības, rīkojās atklāti un neslēpj savus nodomus. (Lotman, 1970, 348). Var teikt, ka šādas sabiedrības pārstāvjiem ziņa, kas bija saņemta no dieva, bija svarīgāka par jebkuru citu informāciju. Komunikācija ar dievu senā cilvēka priekšstatos bija iespējama pat ikdienišķā situācijā. Ticējumi, tajā skaitā latviešu tautas ticējumi, vēsta, ka dievs un senču gari cilvēku izskatā staigā pa zemi. Mīrušais vairs nav savējais, bet ciemiņš, un kapu apmeklēšana – ciemos iešana (Mīlts, 2004, 71). Tomēr robeža starp dažādiem komunikācijas periodiem nav krasi novelkama. Daļa no neverbālās komunikācijas līdzekļiem saglabā savu nozīmi arī mūsdienās. Piemēram, kapu apmeklējums mūsdienās tiek uztverts kā došanās viesos (pat ar ziediem!) pie tuviniekiem, kuri aizgājuši no šīs pasaules.

Visus viduslaikus (rakstības perioda) cilvēka vērtību noteica viņa spēja būt “goda vīram”. Tas nozīmēja dzīvot saskaņā ar pieņemtajām normām, ievērot noteiktos rituālus un paražas. “Goda vīra” statusa zaudēšana bija līdzvērtīga tiesībspējas zaudēšanai un izstumšanai ārpus sabiedrības. Rietumeiropā šī kārtība pamazām izzuda tikai 19. gs., dodot priekšroku racionālismam.

2. Komunikācija ar dievu

Tiešām, komunikācija ar dievu vietējām tautām līdz kristietības ieviešanai bija ļoti svarīga. Kopienai būtisku lēmumu pieņemšana nenotiek bez dieva gribas izzināšanas. Ziņai, kas tika saņemta no dieva, bija izšķiroša, izlemjot cilvēka likteni tiesā. Tā ir pārliecība, ka dievs visu redz un dievs nekļūdās, ko noteiktā vēstures posmā pazīst visas tautas. Jautājums ir tikai, ar kādu paņēmienu dieva gribu izzināt. Pasaulē pazīstami paņēmienu ir pārbaudījumi ar uguni, ūdeni, divkauju un lozi.

Spilgts dieva tiesas apraksts saistās ar dieva tiesu Turaidā, kad lībieši ar likteņa zirga palīdzību centās izzināt, ko darīt ar misionāru Teodorihu.

“Šim bīskapam bija līdzgaitnieks evaņģēlija sludināšanā – cisterciešu ordeņa brālis Teodorihš, vēlāk bīskaps Igaunijā; to Turaidas līvi gribēja ziedot saviem dieviem, tāpēc, ka viņa sējumi tīrumos deva labāku ražu nekā pašu sējumi, kas, lietus pārpludināti, aizgāja postā. Tika sapulcināta tauta un dievu griba par ziedošanu izziņāta zīlējot; tapa nolikts šķeips un zirgs kāpa pār to, pēc Dieva gribas pirmo sperdams dzīvības lēmeja kāju. Brālis lūdza Dievu ar muti, svētīja ar

roku. Zilnieks apgalvoja, ka zīrga mugurā sēžot kristiešu dievs un virzot tam kāju, kas liekama pirmā, un tāpēc vajagot noslaucīt zīrga muguru, lai dievs nokrit zemē. Tas arī tika izdarīts, bet, tā kā zīrgs, tāpat kā iepriekš, pirmo spēra dzīvības lēmēja kāju, brālis Teodorihš tika saglabāts dzīvei.” Ap 1191. g. (Indriķa hronika, I; 10).

Līdzīgi igauni izšķīra priestera Hartviga likteni.

Tobrīd Tērbatā ar ordeņa braļiem dzīvoja viņu garīgais brālis priesteris Hartvigs; šo viņi (igauni – G. Z.) uzsēdināja uz vistaukākā vēša, tāpēc, ka viņš bija tikpat tanks. Un, izveduši to arī no pils, viņi lozējot izžņināja sava dieva gribu, kuru – priesteri vai vēsi – tie izvēloties upurim. Un loze krita vēsim, kas tad arī vienā mirklī tika nokauts; bet priesteri tie saskaņā ar dievu gribu atstāja dzīvu, taču iecirta viņam lielu brūci, kas vēlāk tika sadziedēta. 1222. g. (Indr. hr., XXVI; 7).

Savukārt zemgaļi un igauni ar lozes palīdzību noteica sākt karagājieni vai ne. Nav šaubu, ka līdzīgi rīkojās arī citas tautas.

Viņi (zemgaļi – G. Z.) izlūdzās savu dievu labvelību un vaicāja, vai vēsts par viņu atnākšanu jau aizlaidusies pa priekšu un vai lietuvji ieradīšoties uz cīņu pret viņiem. Un loze krita un parādīja, ka vēsts aizsteigusies viņiem priekšā un ka lietuvji ir gatavi cīņai. 1208. g. (Indr. hr., XII; 2).

Igauni sekoja ar lielu maleņu, gribdami uzbrukt no mugurpuses. Taču viņu dievu loze krita uz pretējo pusi. Un rīdzinieki priecīgi atgriezās Līvzemē. 1216. g. (Indr. hr., XX; 2).

Nevar nepamanīt līdzīgu paļaušanos uz Dievu arī kristiešu pusē. Uzvaru gan jāizcīna ar savām rokām, bet tā nenāks, ja Dievs to tā negribēs:

..bet visas pūles bija veltas, jo vēl nebija pienācis Dieva atmaksas brīdis. (Vācieši pie Tērbatas pils – G. Z.). 1224. g. (Indr. hr., XXVIII; 5).

Griešanās pie Dieva tiesā, pakļaujot tiesas procesa dalībniekus pārbaudījumam ar vārošu ūdeni (“ar katliņu”), ir paredzēta arī Rietumeiropā – 6.–9. gs. franku likuma krājumā “Saliešu tiesa” (Ārvalstu tiesību vēstures avoti, 2007, 182). Saliešu franku likumi iespaidoja tiesisko domu Rietumeiropā visus viduslaikus un pārbaudījumi ar karstu dzelzi, ūdeni, tiesas divkauju turpinājās līdz pat 16. gs. Krimināllietās pārbaudījumam bija pakļauts aizdomās turētais, civilprocesā – abas puses. Pēc Vācijas tiesību avotiem zināms, ka priesterim, kurš veica pārbaudi ar karstu dzelzi, pirms Dieva tiesas bija trīs dienas jāgavē un jālūdz Dievs. Pārbaudījuma laikā altāra priekšā viņš paņēma dzelzs stangas ar dzelzi un nodziedāja šim nolūkam paredzētu dziesmu. Dzelzi apslācīja ar svēto ūdeni, tad nokaitēja. Apsūdzēto vispirms nozvērināja un pieņēma pie dievgalda. Pēc tam apsūdzētajam vajadzēja nest dzelzi deviņas pēdas garu gabalu, skaitot no altāra. (Lazdiņš, 1998, 44). Rīgā bīskaps Alberts 1211. g. atbrīvoja no karstas dzelzs pārbaudījuma tirgotājus (Senās Latvijas vēstures avoti, 1937, 43). Tas tikai pierāda, ka robežas starp dažādiem komunikācijas etapiem nav krasī norobežotas laikā, bet vēl ilgstoši saglabā atsevišķas iepriekšēja perioda iezīmes. 1224. g. (Indr. hr., XXVIII; 5).

3. Neverbālā komunikācija

Ar neverbālo komunikāciju saprot informācijas nodošanu saziņas procesā bez valodas pielietojuma, izmantojot zīmes un simbolus. Neverbālā komunikācija ir radusies pirms verbālās, bet saglabājas arī vēlākajos etapos.

13. gs. neverbālā komunikācija īpaši tiek izmantota gadījumos, kad jāpasvītrot notikuma nozīmīgums, piemēram, uzvara pār ienaidnieku. Tas apliecina kopienas spēku, rada pārliecību, ka ienaidnieks saņēmis pēc nopelniem un uzvara ir galīga. Sena, iespaidīga un baisa uzvaras zīme ir pretinieka nocirsta galva. Šāda tradīcija zināma senajiem ģermāņiem un to izmanto gan zemgaļi, gan kristīgie vācieši (Mugurēvičs, 1993, 361).

1205. g. zemgaļi nocirsta galvas kaujā nogalinātajiem lietuviešiem un paņēma tās līdzī kā uzvaras zīmi.

Dažj zemgaļi, redzēdami viņu raustāmieš, nocirsta viņam (Sveļgatam – G. Z.) un iesvieduši tikai ar lietuvju galvām piekrautās ragavas, aizveda to uz Zemgali. 1205. g. (Indr. hr., IX; 4).

Līdzīgi rikojās arī kristīgie vācieši 1206. g., turklāt kaujā kritušā lībiešu vadoņa Ako galvu pasniedza nevienam citam kā bīskapam Albertam.

Un pēkšņi pa gabalu parādījās laiva, kurā kāds no ordeņa brāļiem atgriezās ar dažiem ievainotajiem un bīskapam par uzvaras zīmi pasniedza Ako galvu. 1206. g. (Indr. hr., X; 8).

Pie neverbālās komunikācijas pieder arī simboliskas darbības. Ar tām tiek slēgts un laužts miers. Kara, miera un uzvaras zīme parasti ir ierocis.

Bet lietuvji, neievērodami ar vāciešiem salīgto mieru, ieradās pie Daugavas, ataicināja dažus cilvēkus no Kokneses pils un iemeta šķēpu Daugavā, atsaukdami mieru un draudzību ar vāciešiem. 1212. g. (Indr. hr., XVII; 2).

Un tērbatiešiem viņi (Vilandes vecākie – G. Z.) par zīmi aizsūtīja asiņainos zobenus, ar kuriem bija nogalinājuši vāciešus, kā arī to zirgus un drēbes. 1222. g. (Indr. hr., XXVI; 7).

Līdzīga misija bija arī saudzētām gūstekņiem, kuru kā vienīgo atstāja dzīvu, lai tas, atgriezies tēvzemē, vēstītu par savējo sakāvi. Šādu uzvaras zīmi dažkārt izmanto kristieši.

Un tā no visiem vīriem, kas bija pilī (Tērbatas), dzīvs palika tikai viens – kāds Suzdaļas lielkņaza vasalis.. To ordeņa brāļi vēlāk apgādāja ar drēbēm un uz laba zirga aizsūtīja atpakaļ uz Novgorodu un Suzdaļu, lai tas vēstī par notikušo saviem kungiņiem. 1224. g. (Indr. hr., XXVIII; 6).

Nicinājumu varēja izpaust, demonstratīvi upurējot dzīvniekus ienaidnieka priekšā:

..un līvi, pēc senajām ieražām, godādami dzīvniekus, ziedoja suņus un āžus un, zobodamies par kristiešiem, bīskapa un visa karaspēka acu priekšā svieda tos lejā no pils. 1212. g. (Indr. hr., XVI; 4).

Slēdzot darījumu, parasti sarokojās ar labo roku. Tā ir sena tradīcija, kuru pazina arī ģermāņi un slāvi. Taisnīguma, tiesiskuma izpratne senatnē saistījās ar labās puses jēdzienu, kamēr kreisā roka nebija līgumslēdzēja. Izpratne par kreisumu kā kaut ko nelikumīgu saglabājusies līdz mūsu dienām, piemēram, jēdzienā “kreisā prece”. Zīmīgi, ka hronikas tekstā ir uzsvērts, ka sarokošanās notiek ar labo roku:

Bet, kad Kokneses kņazs Vjačko uzziņāja, ka ieradusies tik spēcīga latīņu krustnešu vienība un atrodas viņam kaimiņos – ap triju jūdžu attālumā, viņš ar sūtņa starpniecību izlūdās no bīskapa pavadoņību, ar kuģi aizbrauca lejup pie tā un tur, kad viņi viens otram bija snieguši labo roku un sasveicinājušies, ar vāciešiem salīga stingru mieru. 1205. g. (Indr. hr., IX; 10).

Kurši, tāpat kā daudzas citas tautas, miera līgumus mēdza apstiprināt ar asins izliešanu.

Pa tam kursī, uzziņājuši par bīskapa ierašanos un pilsētas (Rīgas – G. Z.) sākumiem, aizsūtīja – nevis aiz bailēm no kara, bet pēc Kristus aicinājuma – uz pilsētu ziņņesus, lai saligtu mieru, ko viņi, kad kristieši tam piekrita, pēc pagānu paražus apstiprināja, izļejot asinis. 1202. g. (Indr. hr., V; 2).

Iespējams, asins izliešana notika, upurējot dzīvnieku, iespējams, līgumslēdzēja pusēm iegriežot sev rokā un asinis ietecinot iemītā kājas pēdā, kur asinis sajaucās. Abi varianti ir aprakstīti viduslaiku vēstures avotos (Mugurēvičs, 1993a, 354).

Simboliski uzvaras apliecinājums pozitīvi ietekmēja savējos, iedrošināja svārstīgos, iedzina bailes ienaidniekiem. Tāpat netika noniecināta mutvārdu ziņojuma ietekme, tādēļ vēstījuma saturu nereti pārspilēja. Tā sāmsalieši pēc tam, kad viņiem izdevās uz laiku nobloķēt Sāmsalas ostā negaisa dēļ tur nonākušos vāciešus ar Igaunijas bīskapu Teodorihu un Rāceburgas bīskapu Filipu, nekavējoties centās par to paziņot visai Igaunijai.

Kļuvuši tāpēc ļoti droši, viņi (sāmsalieši) sūtīja uz visiem Igaunijas novadiem pavēstīt, ka sagūstījuši Rīgas bīskapu ar visu viņa karaspēku. 1215. g. (Indr. hr., XIX; 5).

Līdzīgi rīkojās arī latgaļu vecākais Rūsiņš, uzsverot savas uzvaras nozīmīgumu pār igauņiem. Var noprast, ka vēstījums tika pasniegts emocionāli, daudzu klausītāju priekšā. Tas ir pretrunā kristīgajai tradīcijai, kurā nav pieņemts slavēt sevi, bet gan Dievu (Bilkins, 1937, 18):

Bet Rūsiņš, atgriezies Beverinas pilī apvēra muti un sacīja: “Manu bērnu bērni pavēstīs saviem bērniem trešajā un ceturtajā augumā, ko Rūsiņš paveicis, apkaudams sakaliešus.” 1208. g. (Indr. hron., XII; 6).

Rietumu pasaulē karaspēka organizācijas zīme ir karogs. 13. gs. sākumā karogi ir tikai kristiešiem. *Tie tvojās Daugavai, jūras krastā ieraudzīja sev priekšā ienaidniekus un otrā krastā – ridzīniekus, bet nesaprata, kuri ir kristieši, taču ridzīnieki deva tiem zīmi, parādot karogus. 1215. g. (Indr. hr., XIX; 2).*

Savukārt 13. gs. otrajā pusē minēti arī vietējo tautu karogi, tajā skaitā arī Cēsu latgaļu (letu) sarkanbaltsarkanais karogs, kuram dots detalizētāks apraksts.

*“To dzirdējuši, nāca nu
Ar sarkanu tie karogu,
Kam vidū balta josla bija.
To pirmo reizi ieraudzīja
Pie Cēsīm, tur tas zināms nācis
Un letu zeme plīvot sācis,
Kur sievas braši zīrgos jāj
Un vīriem darbos līdzās stāj.
Tik tiešām to jums sacīt varu,
Ko arī šajā brīdī daru,
Tas letu karogs ir paties.”*
(Atskaņu hronika, 9223–9233)

4. Komunikācijas stils

Komunikācijas stilus var iedalīt trīs tipos:

- 1) rituālais, kas galvenokārt pastāv starp sociālām grupām. Šo tipu raksturo izstrādāts mehānisms;
- 2) manipulatīvais, kas dominē lietišķajās attiecībās, kad partneri saskata līdzekli savu mērķu sasniegšanai. Parasti tas notiek slēpti. Partneri meklē tās īpašības, kas derīgas mērķa sasniegšanai. Saskarsmes piemēri: apmācība, pārliecināšana, vadība. Svarīgi zināt komunikācijas mehānismu;
- 3) humānais – saskarsmē pamatā ir personiskie sakari. Saistīts ar saskarsmes partnera iepazīšanu. To raksturo patiesāka, uzticīgāka saskarsmes forma. (2005, 84–86).

12./13. gs. komunikācijā Baltijā vērojami pirmie divi. Ja rituālais ir obligāta savstarpējās saskarsmes sastāvdaļa, ko prasa tā laika etiķete, tad manipulatīvo piekropj galvenokārt krusta kara vadoņi – vispirms jau bīskaps Alberts savu mērķu sasniegšanai.

5. Etiķete

Jebkurā saskarsmē dialogā iesaistītajām pusēm jārēķinās ar noteiktu etiķeti. Etiķeti saprot gan kā sabiedrības uzvedības formas, kas pārvērstas ārējām formalitātēm, gan kā pārmantoto noteikumu kopumu, kurš nosaka sabiedrības uzvedības normas (Mīlts, 2004, 8). Indriķa Livonijas hronikā par to ir salīdzinoši maz ziņu un tās liecina galvenokārt par Rietumeiropiešu izpratni par etiķeti, tomēr saskarsmē ar vietējām tautām bija jārēķinās arī tām uzvedības norām, kuras tās izstrādājušas un pieņēmušas. Etiķete bija cieši saistīta ar sociālo sistēmu. Tā kā Baltijā feodālā sabiedrība neveidojās tiešā Rietumeiropas ietekmē, tās sociālā sistēma nebija pilnībā salīdzināma ar to, ko pazina rietumeiropieši. Komunikācijas barjeru veidoja arī reliģiskā piederība.

Rietumeiropas kristiešiem gan nācās respektēt vietējo valdnieku varas stāvokli, atzīstot, ka to vara atsevišķos gadījumos (piemēram, tādu ietekmīgu valdnieku kā Viestarts vai Visvaldis), bija pielīdzināma karaļa varai, kas arī prasītu noteiktu etiķetes ievērošanu, tomēr tas izraisīja grūtības, jo rietumu kristiešiem bija grūti vai pat neiespējami atzīt par pilntiesīgiem karaļiem vietējo tautu vecākos, ja tie nebija pieņēmuši kristietību. Valdnieka apzīmējums latīņu valodā *rex* (ķēniņš) lietots, tikai rakstot par pareizticīgo Visvaldi, Kokneses vecāko (kņazu) Vjačko (*Vetseke, Wetsseke, Viesceka, Vesceka*), savukārt Turaidas lībiešu vecāko Kaupo dēvē par *quasi rex at senior* (it kā karalis vai vecākais). Kaupo gadījumā šis komplicētais apzīmējums, šķiet, veidojies tā, ka, būdams kristīts un krustnešu sabiedrotais, viņš atbilda karaļa (ķēniņa) titulam, bet varas nestabilitāte un nelielā teritorija, kuru viņš pārvaldīja, nedeva iespēju uztvert pēdējo par pilntiesīgu karali. Var noprast, ka 13. gs. otrā pusē necienīgu izturēšanos pret sevi piedzīvojis zemgaļu valdnieks Nameisis, par kuru Atskaņas hronikas autors ironiski raksta:

Man izsakāms jums nava tas,

Cik goda daudz un cienības

Tam brāļi rādījuši bija.

(Atskaņas hronika, 8658–8660)

Jāatzīst, ka ordenbrāļiem to nācās nožēlot, par ko būs runa nedaudz vēlāk.

Dažādas kultūras ir iespējams salīdzināt pēc varas distances. Varas distance nozīmē nevienmērīgu varas sadalījumu sabiedrībā un sabiedrības gatavību pieņemt šo sadalījumu. Tādā sabiedrībā, kur varas distance ir augsta, varas nesēji tiek uzskatīti par tādiem, kas stipri atšķiras no viņiem pašiem (Hofstede, 1993).

13. gs. sākumā Baltijas zemēs valdnieka vara vēl balstījās uz viņa autoritāti, un valdnieks, kurš to nav attaisnojis, varēja tikt arī padzīts, kā to rāda lībiešu vecākā Kaupo piemērs:

Kaupo.. atgriezies no Romas, bija kļuvis ļoti uzticams un, līvu vajāts, bija atbēdzis pilsētā un dzīvoja kristiešu vidū gandrīz visu to gadu. 1206. g. (Indr. hr., X; 10).

Tomēr vietējo valdnieku varas stāvoklis varēja būt arī ievērojams, īpaši jau kara laikā. Zemgaļu vadonis Viestarts tiek dēvēts par *major natu de Semigalliae* (Indr. hr., IX, 2), ko var tulkot kā “augšdzimušais” (Šterns, 2002, 175), kas varētu norādīt, ka viņa vara ir mantota (piederība vietējai aristokrātijai), viņš dod ķīlniekus no visas Zemgales. Līdzīgi arī Nameisis avotos tiek dēvēts gan par ķēniņu un karali (*keunic, rex*), kungu (*dominus*), karavadoni, vadoni (*houbet, houbetman*), dižciltīgo (*vir nobilis*), kas liecina par viņa izcilo stāvokli visā Zemgalē (Mugurēvičs, Kļaviņš, 1998, 349).

Ievērojama vadoņa nāve un apvainojums tika nežēlīgi atbēdēti. Tā latgaļi cietsirdīgi atdarīja igauņiem par Tālavas valdnieka Tālibalda nogalināšanu.

Un viņi iebruka Ugaunijā, izlauņja visus ciemus un pielika tiem uguni, un, atbēdami Tālibaldu, sadedzināja dzīvus visus vīriešus, ko varēja dabūt rokā, un nodedzināja visas igauņu pils, lai tie nevarētu tajās patverties. Un viņi samekleja tos tumšajās mežu slēptuvēs; un viņi tos vilka laukā no mežiem un nogalināja; to sievas un bērnus viņi aizveda sev līdzī gūstā, aizdzina zirgus un lopus, sagrāba daudz kara laupījuma un atgriezās savā zemē. 1215. g. (Indr. hr., XIX; 3).

Zemgaļi 13. gs. otrā pusē līdzīgā veidā – iedzenot karavīru loka vidū un sakapājot ar ieročiem (Atskaņu hronika, 8749–8755) vai nomētājot ar kara vālēm, atbēda vienā gadījumā sava valdnieka Nameiša apvainojumu (Mugurēvičs, Kļaviņš, 1998, 349), otrā, sava vadoņa zaudējumu uzvarētajā Garozes kaujā (Atskaņu hronika, 10699–10706).

Viduslaiku sabiedrība Eiropā ir ar augstu varas distanci. Līdzīga attieksme pastāvēja tikai starp līdzīgajiem. Svarīga bija ne tika kārtas piederība. Bruņiniekiem bija svarīgs arī lēna lielums. Partikulārajā viduslaiku sabiedrībā bija iesakņojies princips “līdzīgs tiesā līdzīgo”, savukārt senlatviešu un lībiešu paražu tiesībās neizpaužas kārtu partikulārisms (Blūzma, Lazdiņš, 1998, 20).

Rietumeiropas kristiešu izpratnē attieksme, ko hronikā dēvē par “laipnu”, ir iespējama tikai pret kristīgajiem vai tiem, kuri izrāda vēlēšanos to pieņemt. Pagāni nevar būt “goda vīri”, jo nav kristītie. Līdz ar to viņi ir “viltīgi”, “neuzticami”. Pagānu laipnība nav nekas cits kā viltības izpausme.

..Sastapa tur dažus līvus..(kuri – G. Z.) ..ar glaimīgu un krāpīgu valodu cēla priekšā visu, ko vien viltībā spēja sagudrot un izdomāt. 1206. g. (Indr. hr., X; 1).

Viņi (līvi) gan atbildēja glaimīgi, bet ķīlniekus dot nedomāja. 1212. g. (Indr. hr., XVI; 3).

..un tie (līvu sūtni– G. Z.) runāja skaidru valodu, bet sirdī perināja viltu. 1212. g. (Indr. hr., XVI; 4).

Jaunkristītie gan pievienojās kristiešu saimei, tomēr bieži nākas vilties, kad viņi “*kā suns pie vēmekļa*” (Indr. hr., II; 5) atgriežas pie senču ticības. Līdz ar to kristieši, kā viņi paši to uzskata, var atļauties negodīgi izturēties pret neticīgajiem. Tādu piemēru ir daudz.

Tomēr, bīskaps, līvu nodevīguma dēļ neuzticēdamies viņu mieram, kuru viņi jau tik daudz reižu bija laužuši, pieprasīja no Anno un Kaupo un citiem zemes vecākajiem ķilniekus. Vāciešu uzlūgti, viņi visi sanāca kopā uz dzīrēm un tika ieslēgti kādā namā. 1206. g. (Indr. hr., IV; 4).

Tikām Rūsinš no pils augšas uzrunāja Cēsu mestru Bertoldu, savu draugu, tas ir, biedru, noņēmis no galvas bruņucepuri, viņš izlēcās no aizsargsienas un atgādāja tam agrāko mieru un draudzību. Te viņu pēkšņi ķēra galvā kāda stopnieka bulta; viņš nokrita un pēc tam nomira. 1212. g. (Indr. hr., XVI; 4).

Pagānu tautu sliktā daba gan netraucē 13. gs. otrās puses notikumus aprakstošajā “Atskaņu hronikā” tos nereti dēvēt par “*kaunjā varen drošsirdīgiem*”, “*varoņiem bez vainas*”, “*brašiem varoņiem*” utt. (Atskaņu hronika, 142, 5448, 11113 utt.). Šādi ir raksturotas gandrīz visas Baltijas tautas – lībieši, kurši, zemgaļi, sembi, lietuvieši.

Vedot sarunas, noteikta etiķete tika ievērota, bet nevar nemanīt kategorisku pieprasījumu to ievērot, tādejādi pasvītrojot savu varas stāvokli.

Bīskapa kungs, ko uz šīm sarunām aicināja ķēzaža ļaudis, iepriekš minētais Stefans, pēc savējo padoma deva šādu atbildi: “Kā zināms,” viņš teica, “visās zemēs pastāv kopīga paražā, ka sava kunga norikotie vēstneši aiziet pie tā vai sameklē to, pie kura ir sūtīti, bet valdnieks, lai cik pazemīgs un laipns, nekad neatstāj savus nocietinājumus, lai dotos vēstnešiem pretī. Piekļājas, es saku, lai tādi un viņu sūtņi mūs atrod mūsu pilsētā, kur mēs un mūšējie varam viņus cienīgāk sagaidīt un uzņemt. Lai viņi nāk bez bailēm, un viņi tiks godam uzņemti.” 1206. g. (Indr. hr., X; 4).

Atkāpšanās no šīs tradīcijas liecināja par to, ka vietējais valdnieks, izejot pretī, atzīst otra pārkūmu, tomēr, vismaz atsevišķos gadījumos, saglabāja cieņu.

Kad Kokneses ķēzažs Vjačko uzziņāja par bīskapa un krustnešu ierašanos, viņš ar saviem vīriem cēlās un devās tiem pretī un nonāca Rīgā, kur visi saņēma viņu ar cieņu. 1207. g. (Indr. hr., XI; 2).

6. Ļoti laipni

Vislielākā labvēlība, ko hronists raksturo ar vārdiem *ļoti laipni*, no kristiešu puses izrādīta tikai vienam vietējo tautu pārstāvim – Turaidas lībiešu vecākajam Kaupo, kad pēdējais, kā kristietību pieņēmis vietējais valdnieks, tika stādīts priekšā pāvestam.

Pāvests viņu (Kaupo – G. Z.) uzņēma ļoti laipni, noskūpstīja un plaši izjautāja par apstākļiem, kādos dzīvo tautas ap Līvzemi. 1203. g. vasara. (Indr. hr., VII; 3).

Tik laipna attieksme netiek izrādīta pat Livonijas ordeņa mestram un bīskapam Albertam.

Bet bīskaps ar Folkvīnu, ordeņa mestru, tai pašā gadā devās uz Romu, kur visaugstākais priesteris viņu laipni uzņēma. 1211. g. (Indr. hr., XIV; 13).

Hronikas autors šajā gadījumā pāvesta attieksmi raksturo kā “*laipnu*” – ne kā ārkārtēja – parasta kristiešu vizīte pie augstākā priestera. Protams, tā vispirms ir paša hronikas autora Indriķa attieksme pret notiekošo. Tomēr arī Indriķis ir viens no

aktīvākajiem spēlētājiem plašajā kampaņā, kura mērķis ir pievērst Baltijas tautas Romas katoļu baznīcai. Indriķis ir priekšzīmīgs izpildītājs. Arī viņa, tāpat kā visu viņa laikabiedru – vienalga – pagānu vai kristiešu krietnuma mērs, ir priekšzīmīgi ievērot tās normas, pēc kurām sabiedrība dzīvo.

Kaupo gadījumā bīskaps Alberts veiksmīgi izmanto manipulatīvo komunikācijas stilu, izvēloties pēdējo kā personu savu mērķu sasniegšanai.

Protams, arī bīskapa manipulācijas iespējas neiziet ārpus viduslaiku morāles normām. Tas ir tik, cik pieļauj duālistiskais pasaules dalījums kristīgajos un pagānos. Nedaudz diferencēta attieksme, turklāt humānisma virzienā, piemērusi arī pašam Indriķim. Tā izpaužas viņa pravietiskajā slavinājumā Dievmātes visspēcībai un taisnprātībai, kad, par spīti savai nenoliedzami vāciskajai izglītībai un atkarībai no Livonijas varas vīriem, viņš brīdina vācu zemes kungus neapspiest Dieva bērnus – lībiešus un latgaļus (Mugurēvičs, 1993, 31). Neapšaubāmi, mākā manipulēt ar attieksmi Rietumu kristieši bija soli priekšā vietējām tautām, kas pie tādas nebija pieradušas.

Reti, hronikas autora vērtējumā, laipni pret kristīgajiem izturas arī vietējās tautas. Parasti tas notiek, tikai respektējot to militāro spēku.

Kad viņi ieradās zirgu mugurās un savu ieroču mirdzumā, zemeļi viņus (vāciešus) ļoti laipni uzņēma. 1208. g. (Indr. hr., XII; 2).

Diferencēta ir attieksme pret pareizticīgajiem. No vienas puses pret viņiem, kā pret kristiešiem, izturas ar pietāti “*laipni*”, pret kņazu bīskaps izturas “*kā delu*”, tajā pat laikā nemitīgi tiek atgādināts, ka krievi ir viltīgi, ka viņi neattaisno viņiem parādīto laipnību.

Kokneses kņazs Vjačko ..nonāca Rīgā, kur visi saņēma viņu ar cieņu. Pavadijis, ar lielu sirsnību uzņēmts, bīskapa mājās daudz dienu. 1207. g. (Indr. hr., XI; 2).

Bīskaps..ataicināja kņazu pie sevis, parādīja viņam godu ar daudzām dāvanām – zirgiem un vairākiem pāriem dārgu drānu, Lieldienu svētkos ar vislielāko laipnību pacienāja viņu un visus viņa ļaudis un, nolīdzinājis visas nesaskaņas starp kņazu un Danielu, kņazu priecīgu atlaida uz viņa pili. 1208. g. 6. aprīlis. (Indr. hr., XI; 8).

Kņazs..devās pari pie bīskapa un apliecināja viņam savu cieņu, un sveica viņu kā savu garīgo tēvu; līdzīgā kārtā arī bīskaps viņu uzņēma kā delu. 1212. g. (Indr. hr., XVI; 2).

Kņazs (Polockas – G. Z.) saņēma viņus laipnu prātu..tiesa, perinādams viltu.. 1210. g. (Indr. hr., XIV; 9).

Bet kņazs, kas pret bīskapu brīžiem izturējās laipni, brīžiem tam skarbi draudēja 1212. g. (Indr. hr., XVI; 2).

Un turpat (Rīgā – G. Z.) arī uzturējās Vladimira (fogta – G. Z.) sieva ar visu viņa saimi, un visi pret viņu izturējās laipni. 1214. g. (Indr. hr., XVIII; 1).

Rezervēta attieksme ir arī pret ticības brāļiem – dāņiem, jo atšķirīgas ir politiskās intereses.

Rīgas bīskapa brāļi pēc zviedru bojāejas arī sūtīja priesteri Salomonu uz Ridalu. Iedzīvotāji viņu laipni uzņēma, apsoliņas allaž labu prātu kalpot Rīgas baznīcai, bet nekad nepieņemt dāņu virskundzību vai kristību. 1220. g. (Indr. hr., XXIV; 6).

7. Dāvanas

Dāvanu pasniegšana pieder pie etiķetes. Paradums pasniegt dāvanas veidojies tālā senatnē, kad svešinieks vēl bija liels retums. Šeit saskatāmas asociācijas ar dievu, kas pēc tā laika cilvēku priekšstatiem staigā starp ļaudīm. Sastaptais svešinieks var būt gan dievs, gan sen mūžībā aizgājis sencis, tādēļ pret to jāizturas ar cieņu. Ar laiku dāvanu pasniegšana svešiniekam kļūst par rituālu. Dāvanas saņēmējam ir jācensas pārspēt vai būt vismaz līdzvērtīgam, pretī dāvinot. Devīgums ir obligāts pienākums bruņiniekam, feodālajiem monarhiem (Milts, 2004, 70). Parasti dāvanas tiek pasniegtas cienījamam sarunas partnerim.

..Bīskaps (Alberts – G. Z.), gribedams iegūt Polockas kņaza Vladimira draudzību un labvēlību, kādu tas bija parādījis viņu priekšgājējam bīskapam Meinardam, aizsūtīja tam ar abatu Teodorību kaujas zirgu ar apbruņojumu. 1206. g. (Indr. hr., X; 1).

Bīskaps (Alberts – G. Z.) to (kņazu Vjačko – G. Z.) pieņēma, ar daudzām dāvanām parādīja godu un, apsolijs palīdzību ar cilvēkiem un ieročiem, atlaida viņu priecīgu prātu uz mājām. 1207. g. (Indr. hr., XI; 2).

Pēc tam šis pats kņazs (Kokneses – G. Z.), aizsūtījis lielkņazam Vladimīram labākos vāciešu zirgus, stopus, bruņukrekļus un tamlīdzīgas mantas, lūdza un ieteica tam savākt karaspēku un ierasties pēc iespējas ātrāk, lai ieņemtu Rīgu. 1208. g. (Indr. hr., XI; 9).

Un no sava kara laupījuma viņi (zēmgali) rīdziniekiem, parādot tiem godu, aizsūtīja dāvanas 1208. g. (Indr. hr., XII; 4)

Sastapuši te (Beverinā – G. Z.) ordeņa brāli Bertoldu, kā arī savu priesteri ar vairākiem bīskapa bruņiniekiem un stopniekiem, viņi tam no visa pasniedza dāvanas (pēc iebrukuma Ugaunijā – G. Z.). 1208. g. (Indr. hr., XIII; 6).

..bīskapam, par kura ierašanos ar krustnešiem priecājās Līvzemes baznīca. Un visi kopā ar kņazu Vladimīru gāja viņam pretī un saņēma viņu, slavedami Dievu; un bīskaps svētīja kņazu un tam no visa, ko bija atvedis no Vācijas, ar milestību pasniedza dāvanas, un labvēlīgā centībā lika to ar visu pietiekami apgādāt. 1211. g. (Indr. hr., XVI; 1).

Šai laikā Dagerūts, (pārstāv Centrālītuvas dižciltīgos – G. Z.) Valdnieka Visvalža sievas-tēvs, devās ar daudzām dāvanām pie Novgorodas Lielkņaza un noslēdza ar to miera līgumu. 1213. g. (Indr. hr., XVII; 3).

Nākamajā ziemā Vladimīrs (idumiešu un letu fogts) ar sievu un dēliem un visu saimi atgriezās Līvzemē; un viņu uzņēma, lai arī bez liela prieka, leti un idumieši, un priesteri Alebrands un Heinrihs viņam sūtīja labību un dāvanas. 1213. g. (Indr. hr., XVII; 6).

..īgaunī aizsūtīja krieviem ļoti daudz dāvanu un lūdza viņus ierasties ar karaspēku, lai iznīcinātu Līvzemes baznīcu. 1217. g. (Indr. hr., XXI; 2).

Uz Krievzemi bija arī tikuši aizsūtīti sakaliešu vecākie ar naudu un daudzām dāvanām cerībā, ka tiem varbūt izdosies atsaukt palīgā pret vāciešiem un visiem latīņiem krievu kņazus.

..Un, kad viņi ieradās Ugaunijā netālu no Tērbatas, tērbatieši viņiem atsūtīja lielas dāvanas un nodeva kņazu rokās ordeņa brāļus un vāciešus, ko turēja pie sevis gūstā. 1223. g. (Indr. hr., XXVII; 3).

Un visi aizsūtīja savus sūtņus ar dāvanām uz Rīgu – kā krievi, tā Piejuras igauņi un sāmsalieši, zēmgāļi un kursī, tāpat lietuvji. Tiekdamies pēc miera un savienības ar ridzīniekiem, jo baidījās, ka tie varētu ar viņiem rīkoties tāpat kā ar tērbatiešiem. 1225. g. (Indr. hr., XXIX; 1).

8. Uzpirkšana

Tādi, mūsdienu izpratnē, netīri paņēmieni kā uzpirkšana, ir galvenokārt kristiešu arsenālā. Vietējās tautas sev vēlamu rezultātu dažkārt centās panākt, nosūtot vadoņiem dāvanas. Kristieši tam atrada attaisnojumu: šādi paņēmieni ir labi, ja nāk par labu taisnīgai lietai. Galvenais taisnīguma mērs ir kalpošana Dievam. Viss, kas vērstas pret istās ticības sludinātājiem, – ir krāpšana, viltus.

Kāds no kņaza (Polockas – G. Z.) padomniekiem tika ar dāvanām un naudu uzpirkts un ilgi slēptais nodoms tūdaļ atklāts (Indr. hr., X; 2).

Leti jeb letgaļi, kas gan vēl bija pagāni..uz sarunām par nodevību neieradās, un viņus arī ar krievu dāvanām nevarēja piedabūt, lai vāciešiem nodara ļaunu. 1206. g. (Indr. hr., IX; 3).

9. Komunikācijas kanāli un komunikācijas barjeras

Kad runa ir par komunikāciju sabiedrībā (interpersonālo komunikāciju, grupu vai masu komunikāciju), tad priekšplānā izvirzās informācijas nodošanas līdzekļi un veidi (Agejevs, 2005, 13). Pēc M. Makluena atziņas, komunikācijas procesā komunikācijas kanāls ir tikpat svarīgs kā ziņojums. 13. gs. nepiedāvā plašu informācijas nodošana līdzekļu un veidu klāstu. Pat pieņemot, ka atsevišķi latgaļi pēc kristīšanas pareizticībā bija kļuvuši par garīdzniekiem un prata rakstīt, nekādu būtisku ietekmi uz komunikācijas procesu atstāt tas nevarēja. Vietējās tautas atradās komunikācijas attīstības otrajā stadijā (mutvārdu ziņojuma periods), kamēr kristīgā pasaule saziņai izmantoja arī rakstību. Tomēr rakstības nozīmi 13. gs. saziņā nevajadzētu pārspīlēt. Rakstīt pratēju slānis bija šaurs, pārsvarā tie bija garīdznieki. Vietējos apstākļos ziņas, tajā skaitā rakstītas ziņas nodošana, vienalga bija jāuztic speciālam cilvēkam (ziņnesim) vai cilvēku grupai.

Ziņojuma nodošana saistīta ar dažādām komunikācijas barjerām. Pie komunikācijas barjerām pieskaita loģikas barjeras, kad uzkrātā pieredze nesakrīt ar saņemto informāciju, ignorances barjeru, kad ir jau izveidojies negatīvs spriedums par sarunu partneri, valodas barjera, semantikas barjeras, neverbālās barjeras, tehniskās barjeras, stilistiskas barjeras un individuālas barjeras (Ezera, 2007, 36).

12./13. gs. galvenās barjeras, neapšaubāmi, ir valodas barjeras un tehniskās barjeras. Komunikācijas kanāla nodrošinājums nebija viegls uzdevums, tomēr, tas atrisinājās ar atzīstamām sekmēm. Ievērojama loma bija vietējo apstākļu, paradumu un valodu pārzināšanai

12./13. gs. ziņa tiek nodota, galvenokārt izmantojot personisko komunikāciju. Pat mūsdienās uzskata, ka neviens SA instruments nevar nodrošināt tik spēcīgu sapratni un uzticību kā personiskā komunikācija.

10. Ja ziņa kavējas

Komunikācijas temps bija ļoti svarīgs, jo nereti no ziņas nodošanas ātruma bija atkarīga dzīvība.

..Un atrada visus vīriešus, sievietes un bērnus, un visus cilvēkus, lielus un mazus, to ciemos, jo nekādas ziņas par karaspēka tuvošanos tos nebija brīdinājušas, un viņi savās dusmās sita tos un nogalināja visus vīriešus. Bet arī līvi un leti, kas ir nešķēlīgāki par citām tautām un neprot kā evaņģēlija kalps šēlot otru kalpu, nogalināja neskaitāmi daudz tautas.. (livonieši pret igauņiem). 1215. g. (Indr. hr., XVIII; 5).

Bet igauņi. Gribēdami krieviem atriebties, cēlās ar bīskapa vīriem un reizē ar ordeņa brāļiem un devās uz Krievzemi pret Novgorodu, atrada zemi, ko nebija sasniegušas nekādas vēstis, nesagatavotu un svīnam Epifāniju, kad krievi parasti aizņemti galvenokārt ar mielastiem un dzīvēm..nogalināja daudz tautas, aizveda gūstā ļoti daudz sieviešu.. 1217. g. (Indr. hr., XX; 5).

Sekmīgu komunikāciju kavēja meži, nedroši transporta līdzekļi, salīdzinoši bargi klimatiskie apstākļi.

Tad bīskaps, pēc miera atjaunošanas ar līviem, gribēja doties pāri uz Vāciju, bet iebraucis jūrā, veselu nakti dabūja izciest ļoti stipru vētru un otrā dienā tika iedzīts atpakaļ Daugavā. 1206. g. (Indr. hr., X; 11).

Par komunikācijas tempu un barjerām daiļrunīgi vēsta šāds ieraksts:

..Pēc ienaidnieka (lietuviešu – G. Z.) aiziešanas pret vakaru atstāja baznīcu (Kubeseles – G. Z.), iebēga mežos un, trīs dienas neēduši maizi, ceturtajā nokļuva Rīgā. 1207. g. 28. decembrī. (Indr. hr., XI; 5).

Labvēlīgāki apstākļi izveidojās vēlos rudenos un ziemā, kad zeme sasala, bet upes, kuras izmantoja kā satiksmes ceļus, pārklājās ar ledu.

Pēc Epifānijas svētkiem, kad ceļi tajās aukstajās zemēs sniega un ledus dēļ ir piemērotāki ceļošanaī.. 1226. g. (Indr. hr., XXIX; 7)

Ziņa par notikumu pavērsienu izplatījās dažādos veidos. Vienkāršākais, ļoti uzticams veids, bija pašu cietušo mutvārdu ziņojums.

11. Cietušie paši stāsta

Dodoties augšup, viņi (lietuvieši – G. Z.) pie Rumbulas sastapa divus bīskapa zvejniekus, kā plēsīgi vilki metās tiem virsū un atņēma drēbes, kas tiem bija mugurā. Tad zvejnieki kaili atbēga Rīgā un pastāstīja par nodarīto pārestību. 1202. g. ziema. (Indr.hr., V; 3).

Daži (vācieši no Kokneses – G. Z.), bēgdami nakti un dienu, nonāca Rīgā un ziņoja, kas noticis. 1208. g. (Indr. hr., XI; 9).

..citi izglābās bēgot un atgriezās Rīgā, lai paziņotu par notikušo (vāciešu sakāvi kaujā ar lietuvjiem – G. Z.) 1208. g. (Indr. hr., XIII; 2).

Viņi (sāmsalieši – G. Z.) arī aizveda uz Sāmsalu gūstā dažus līvus, kas atgriezušies mums izstāstīja visu iepriekš sacīto. 1215. g. (Indr. hr., XVIII; 9).

Tomēr galvenokārt ziņa tiek nodota ar ziņneša (*mittens vocavit*) vai sūtņa palīdzību. Šo paņēmieni izmanto gan vietējās tautas, gan vācieši.

12. Vēstnesis

Cik noprotams, vietējās tautas bija iesaistītas starptautiskajā komunikācijā ārpus Baltijas telpas jau pirms vācu misionāru ierašanās. Arheoloģiskās liecības apliecina ekonomiskos un kultūras sakarus gan austrumu, gan rietumu virzienā.

Vīņš (Meinards— G. Z.) tikai Kristus dēļ, vienīgi lai sludinātu, ieradās Līvzemē kopā ar tirgotājiem, jo vācu tirgotāji, ko ar līviem saistīja draudzības saites, mēdza bieži, braukdami kuģos pa Daugavas upi, apmeklēt Līvzemi. 1184. g. (Inrd. hr., I; 2).

Bet līvi, kas bija zaudējuši savu ganu, pēc garīdznieku un brālū padoma, aizsūtīja ziņņešus uz Vāciju pēc jauna pēcnācēja. (1198. g.) (Inrd. hr., II; 8).

Pēc tirgotāju aizbraukšanas salieši (Martiņsalas lībieši — G. Z.) sveica pārradušos bīskapu ar Jūdas sveicienu un viņa garā sacīdami:” Esi sveicināts, rabi”, un vaicāja, cik Gotlandē maksājot sāls un vadmala. 1195. vai 1196. g. (Inrd. hr., I; 11).

Vietējas tautas ātri uzzina par notikumiem pie kaimiņiem.

Tobrīd zemgaļi, kaimiņi pagāni, izdzirduši par akmeņu celtni un nezinādami, ka akmeņi sa-stiprināti ar javu, ieradās ar garām kuģu tauvām un savā vientiesībā domāja pili ievilkēt Daugavā (Ikšķeiles pili — G. Z.). 1195. (Inrd. hr., I; 6).

Pa tam, kurši, uzziņājuši par bīskapa ierāšanos un pilsētas sākumiem, aizsūtīja — nevis aiz bailēm no kara, bet pēc Kristus aicinājuma — uz pilsētu ziņņešus, lai salgtu mieru, ko viņi, kad kristietīši tam piekrita, pēc pagānu paražas apstiprināja, izļejot asinis. 1202. g. (Inrd. hr., V; 2).

Pēc bīskapa aizbraukšanas un kuršu kaujas ar krustnešiem (jūras kauja Zundā 1210. g. — G. Z.) visi apkārtējie pagāni dzirdēja, ka kurši nogalinājuši zināmu skaitu krustnešu, un cits pēc cita sūtīja ziņņešus, vispirms līvi pie kuršiem, kurši pie igauņiem, kā arī pie lietuvjiem, zemgaļiem un krieviem, un visi gudroja, kā varētu nopostīt Rīgu, ar viltu saņemt ciet visus vāciešus un viņus nogalināt. 1210. g. (Inrd. hr., XIV; 5).

Ziņņešu sūtīšana pie kaimiņtautām ir ierasta parādība. Hronikā atrodamas vēl vairākas liecības ziņņešu sūtīšanai (Inrd. hr., X; 12, X; 13, XI; 5. u. c.). Ar ziņņešu palīdzību tiek lūgts miers (Inrd. hr., XI; 5), tautas tiek aicinātas uz karagājienu (Inrd. hr. XI; 6), apspriedēm (Inrd. hr., XIII; 6). Tā tika organizēti arī vērienīgi militāri pasākumi.

..visi apkārtējie pagāni dzirdēja, ka kurši nogalinājuši zināmu skaitu krustnešu, un cits pēc cita sūtīja ziņņešus, vispirms līvi pie kuršiem, kurši pie igauņiem, kā arī pie lietuvjiem, zemgaļiem un krieviem, un visādi gudroja, kā varētu nopostīt Rīgu. 1210. g. (Inrd. hr., XIV; 5).

Indriķa hronikā gan sūtņis, gan ziņnesis tiek apzīmēti ar vienu latīņu vārdu *nunciūs*. Saprotais, ka sūtņa pilnvaras bija plašākas un tās neparobežojās tikai ar vienas ziņas nodošanu. Vai runa ir par sūtņi vai ziņnesi, to iespējams saprast no konteksta.

Pēc tam līvi un leti aizsūtīja ziņņešus (nunciūs — G. Z.) uz Igauniju un ierosināja atjaunot mieru ..un viņi sanāca ar igauņu sūtņiem (nunciūs — G. Z.). 1212. g. (Inrd. hr., XVI; 1).

Tātad Līvzemes baznīcai toreiz draudēja daudz briesmu, jo tā atradās daudzo apkārtējo pagāntautu un krievu vidū, kas visi tikoja viena — to iznīcināt. Tapēc rīdzinieki nolēma norīkot sūtņus pie Polockas kņaza, lai varbūt rastu iespēju salgt ar viņu kaut kāda veida mieru; un sūtņis, lai dotos uz Krievzemi, tika Jeribova Rūdolfs ar dažiem citiem. 1210. g. (Inrd. hr., XIV; 5).

Tad bīskaps norīkoja sūtņus uz Krievzemi un runāja ar novgorodiešiem miera valodu. 1220. g. (Inrd. hr., XXIV; 1).

Ari rīdzinieki norikoja pie zviedriem sūtņus.. 1220. g. (Indr. hr., XXIV; 3).

Un biskapi norikoja sūtņus pie ķnaza uz Tērbatu un lūdza viņu aiziet no dumpiniekiem pili, kuri bija aptraipījuši savas kristības sakramentus.. 1224. g. (Indr. hr., XXVIII; 3).

Ari Nogorodas un Pleskavas krievi norikoja sūtņus uz Rīgu un lūdza mieru. 1224./1225 g. ziema. (Indr. hr., XXVIII; 9).

Tā kā ziņa tika nodota mutiski, svarīgi bija saglabāt tās adekvātumu. Hronikā minēti arī “prasmīgi ziņneši”, kuri ne tikai nodeva sākotnējo ziņojumu, bet vāca informāciju tā papildināšanai:

Pa tam uz Turaidu tika aizsūtīti prasmīgi ziņneši, kuri spētu ienaidnieka ceļu rūpīgi izlūkot un dot ziņu par to (vācieši un zemgaļi izlūko lietuviešus).

Taču vāciešu un zemgaļu ziņneši bija sīki izpētījuši lietuvju atpakaļceļu un paziņoja to savam karaspēkam, un nākamajā dienā pirmajiem ziņnešiem sekoja citi, kas pavēstīja, ka lietuvji gribot pa īsāko ceļu no Ropažiem doties atpakaļ uz Iksķēli. 1205. g. (Indr. hr., IX; 3).

13. Ziņnesis ar vēstuli

Vietējās tautas parasti izmantoja mutvārdu komunikāciju, kristieši dažkārt izmantoja arī vēstules, kuras nodod ziņnesis.

Kad abata rīcība ķnazam ķļuva zināma, viņš to aicināja pie sevis un vaicāja, vai tas esot nosūtījis ziņnesi uz Rīgu. Bet abats neizbijās ķnaza vaiga un atzinās, ka esot nosūtījis vēstuli. 1206. g. (Indr. hr., X; 3).

Ļoti ticams, ka tā nav nejaušība, ka 14. gs. notikumus aprakstošajā Vartsberges Hermaņa hronikā vēstules minētas daudz biežāk, turklāt tās tiek sūtītas arī no vietējo tautu (lietuvju) valdniekiem:

1323. gadā Rīgas pilsoņi lietuvju karaļa (Gedimīna) vārdā visām piejūras pilsētām un pāvestam Johannam XXII nosūtīja vēstules, ka karalis lūdz ar visu tautu grib kristīties. (Vartberges Hermaņa hronika, 69. lpp.).

Taču pirms tam viņš (Rīgas arhibīskaps Frombolds) no pāvesta Urbāna V slepeni bija izgādājis vēstules atsevišķiem bīskapiem. 1366. g. (Vartberges Hermaņa hronika, 101).

Saziņā starp vietējām tautām un rietumeiropiešiem tulka loma acīmredzot piekrita garīdzniekiem, kuri, uzsākot kristīgo misiju, apguva vietējo valodu. Viens no šādiem sludinātājiem bija arī Latviešu Indriķis jeb letu Heinrihs (*Henricus de Lettis*) – Livonijas hronikas autors.

..bet viņiem stājās ceļā un piedraudeja viņu priesteris un tulks – letu Heinrihs. 1212. g. (Indr. hr., XVI; 3).

Savukārt vietējo tautu pārstāvji, kuri labi pazina apkārtnes ceļus, tika izmantoti kā ceļveži. Par tādiem nepieciešamības gadījumā varēja izmantot sagūstītus vietējos iedzīvotājus, pat zēnus.

Un viņi (vācieši, līvi, leti) nonāca pie Kāģjerva ezera, kur sastapa kādu zēnu, kas nāca no pils. Šo viņi paņēma par ceļvedi un, uzaustot rītam, sasniedza pili.. 1217. g. (Indr. hr., XX; 7).

Tomēr daudz drošāk bija izmantot uzticamu ceļvedi. Sevišķi vērtīgs ieguvums bija vietējo tautu vecākie, kuri ne tikai labi pārzināja vietējos ceļus, bet pārzināja arī vietējo sabiedrību.

Un turpat pie viņiem (vāciešiem – G. Z.) atgriezās izlūki, ko viņi bija norīkojuši sasaukt šī novada vecākos, lai tie viņiem, kā parasti, būtu par ceļvežiem, un atveda līdzī krievu un sāmsaliešu ziņnešus, kurus viņi ciemos bija sagūstījuši un kuri, krievu sūtīti, bija atnākuši savākt karaspēku visā Igaunijā un, kad tas būs savākts, aizvest to pie krievu karaspēka, lai kopā ierastos Līvzemē. 1218. g. (Indr. hr., XXII; 2).

Labs vietējais ceļvedis bija nozīmīgs ieguvums arī vēlākos gadsimtos.

Tā paša gada rudenī mestra Arnolda sarīkotajā karagājienā tika sagūstīta visa lietuvju Zivas ģimene. Pats Zīva sekoja savai ģimenei nobēdājies un brīnprātīgi kļuva par ticamu kristiešu ceļvedi Līvonijā. 1361. g. (Vartberges Hermaņa hronika, 93).

14. Ziņas svarīgums

Ziņas svarīgums ir atkarīgs no avota, kurš ziņu nosūta. Jo tas ievērojamāks un uzticamāks, jo ziņa svarīgāka. Rietumeiropas kristiešiem nav svarīgāka ziņas avota par pāvestu. Šīs ziņas tiek gaidītas ar īpašām emocijām:

Viņš (pāvests – G. Z.) visai tautai sagādāja lielu prieku, tā, ka cilvēki ar asarām gāja pretī ziņnešiem, jo pēc daudzajām kara likstām, viņi tagad saņēma arī visaugstākā priestera mierinājumu. 1211. g. (Indr. hr., XV; 3).

Gadījumos, kas bija komplicētāki par parastu ziņas nodošanu, tika nozīmēti sūtņi ar augstu sociālo statusu. Viņi bija pilnvaroti lūgt mieru, slēgt līgumus utt. Parasti tas notika, ja bija piedzīvota militāra sakāve. Tā rīkojās visas Līvonijas un tās apkārtnes tautas – gan kristīgie, gan pagāni. Sūtņa statusa nozīmīgums dažādās kultūrās ir atšķirīgs. Sūtņa statusa nozīmīgumu nosaka gan varas distance, kāda pastāv katrā kultūrā, gan konteksts. Kultūras dalās – zema un augsta konteksta kultūrās. Jo augstāka konteksta kultūra, jo lielāka nozīme sūtņa statusam. Jāsaka, ka nav redzama būtiska atšķirība vietējo tautu un vāciešu attieksmē, kas liecina, ka Baltijas tautas savā sabiedriskajā attīstībā sevišķi neatšķīrās no Rietumeiropas.

Un bīskaps aizsūtīja priesteri Alebrandu uz Otepē gan atjaunot mieru, gan atprasīt tirgotāju īpašumu. 1209. g. (Indr. hr., XIII; 5).

Proti, ordeņa brālīs Arnolds ar saviem biedriem tika aizsūtīts pie Polockas kņaza uzziņāt, vai tas varbūt pieņemtu mieru un Rīgas tirgotājiem pavērtu ceļu uz savu zemi. 1210. g. (Indr. hr., XIV; 9).

Un Smoļenskas kņazs, Polockas kņazs un daži citi Krievzemes kņazi norīkoja uz Rīgu savus sūtņus lūgt mieru. (pēc sakāves karā ar tatāriem – G. Z.). 1222. g. (Indr. hr., XXVI; 1).

Taču pēc tā Kunga Augšamcelšanās svētkiem igauņi sūtīja pie Polockas kņaza Vladimira un lūdza, lai viņš ierodas ar karaspēku un aplenc Rīgu. 1216. g. (Indr. hr., XIX; 10).

15. Ievērojamāki sūtņi

Sūtņa sociālais statuss tika ņemts vērā, slēdzot līgumus. Ne vienmēr zemāka ranga sūtņi tika uzklausi.

Un viņi (līvi – G. Z.) atsūtīja citus vīrus, ievērojamākus par iepriekšējiem. 1212. g. (Indr. hr., XVI; 4).

Miera līgumus parasti slēdza paši novadu vecākie.

Rēvelieši un harjēši savāca pret viņiem lielu karaspēku, un aizsūtīja savus vecākos pie karaļa (Dānijas – G. Z.) ar mierlīgjiem, bet viltus pilniem vārdiem. 1219. g. (Indr. hr., XXIII; 2).

Un turpat pie bruņinieku mestra Rūdolfa atnāca šī Jervas novada vecākie un sacīja, ka viņi jau sen grāfa Alberta klātbūtnē no rīdziniekiem saņēmuši mieru un arī pieņemšot viņu kristību, un lūdza, lai Rūdolfs ar savu karaspēku atstājot viņu zemi. 1219. g. (Indr. hr., XXIII; 6).

Un, kad viņi piecas dienas bija ārkārtīgi smagi postījuši visu šo zemi un daudzus tūkstošus nogalinājuši, pie mums (vāciešiem – G. Z.) beidzot ieradās novadu vecākie, kas bija izglābušies bēgot, un pazemīgi lūdza mieru. 1219. g. (Indr. hr., XXIII; 7).

Cilvēki ar augstu sociālo statusu varēja uzstāties kā starpnieki.

Starpnieki

Tikām pie ķēnaza aizsūtīja starpniekus – priesterus un bruņiniekus, cienījamus vīrus, un viņiem tika pasolīts brīvs ceļš. 1224. g. (Indr. hr., XXVIII; 5).

Sūtņus pazemo

Jāatzīst, ka vietējās tautas ne vienmēr respektēja sūtņu statusu. Domājams, šeit izpaudās tā pati attieksme, kāda vērojama pie kristiešiem – tie, kuri pieder pie citas ticības, nav pelnījuši vienlīdzīgu attieksmi.

..īpaši tāpēc, ka rīdzinieku sūtņi vairākkārt šī paša tirgotāju īpašuma dēļ pazemoti un izsmieti, bija pārradušies no ugauniem, kas atteicās atdot atpakaļ netaisni nolauptu. 1208. g. (Indr. hr., XIII; 6).

Ne vienmēr ziņa tika nogādāta adresātam mērķtiecīgi. Ziņas mēdza izplatīties no mutes mutē, turklāt pārvarot gan valodu, gan dabas apstākļu radītās barjeras.

Uzzina

Vietējās tautas salīdzinoši ātri uzzināja jaunumus.

Ari Novgorodas un citu pilsētu krievi, uzzinājuši par apustuliskā krēsla legātu Rīgā, norīkoja pie viņa savus sūtņus un lūdza viņu apstiprināt ar vāciešiem jau sen salīgtu mieru. 1225. g. (Indr. hr., XXIX; 4).

Baumas

Neskatoties uz komunikācijas šķēršļiem un barjerām, ziņas mēdza izplatīties arī no “mutes mutē”, reizēm pat ļoti ātri. Tā lietuviešiem, ejot uz Igauniju gar Rīgu, baumas par liela karaspēka tuvošanos bija sasniegušas tolaik vēl nebūt ne droši nocietināto pilsētu.

Droši vien pie viņiem jau bija atklājušas baumas par mūsu ierašanos un viņi tik ļoti nobijušies, ka vēl līdz šim nepārstāj trīcēt. 1205. febr. (Indr. hr., IX; 1).

Baumas un valodas izplatījās gan starp vietējiem iedzīvotājiem, gan pagāniem.

Krustnešiem pēc tam virzoties augšup pa Daugavu, līvi, raug, padzirdējuši par to, kas noticis, aizbēga no Aizkraukles pils uz drošākām vietām mežā. 1205. g. (Indr. hr., IX; 9).

Valodas par visu līviem un letiem nodarīto postu sasniedza Rīgu, un visi raudāja un skuma par saviem brāļiem. 1223. g. (Indr. hr., XXVII; 1).

Ziņu pienešana

Indriķa hronikā gan speciāli netiek uzsvērts tāds informācijas iegūšanas veids, kā ziņu pienešana, kas neapšaubāmi pastāvēja. Katrā ziņā par to runā 14. gs. avoti.

Šī mestra laikā kāds lietuvīšs, ļaunu nodomu vadīts, izlikās, ka kopā ar saimi grib pieņemt kristīgo ticību. Viņš to slepeni pārrunāja ar Aizķraukles komturu. Taču pats nodevējs devās pie lietuvju karaļa un izklāstāja, ko sarunājis, un norādīja satikšanās laiku un stundu. 1345. g. (Vartberges Hermaņa hronika, 85. lpp.).

Visaptverošas ziņas

Vietējās tautas spēja operatīvi informēt “visu zemi”, kas liecina, ka komunikācijas kanāli, neskatoties uz visām barjerām, bija attīstīti.

Ziņa pa visu Krievzemi

Un pa visu Krievzemi tika laista ziņa, ka jācinās ar tatāriem. 1222. g. (Indr. hr., XXVI; 1).

Ziņa visai Igaunijai

Tad sāmsalieši nopostīja pili visapkārt, neatstādami akmeni uz akmens, un pavēstīja visai Igaunijai, ka viņi iekarājuši dāņu pili un padzīnuši kristiešus no savas zemes..apgalvodami, ka dāņu pili viegli ieņemt, un mācīja viņus būvēt mašīnas, paterellas un citas kara ierīces. Un zeme dzīma posts. 1222. g. (Indr. hr., XXVI; 4).

Ziņa pa visu Igauniju un Sāmsalu

Tad pa visu Igauniju un Sāmsalu atskanēja aicinājums cīnīties pret dāņiem un vāciešiem. 1222. g. (Indr. hr., XXVI; 8).

Tāpat augstu tiek vērtēta tautu savstarpējā informētība. Tā ir plaša un iet pāri vairākiem novadiem.

Taču lietuvji atbildēja – un tā bija patiesība –, ka igauņi joprojām staigājot ar paceltu galvu un neklausot ne vāciešiem, ne citām tautām. 1213. g. (Indr. hr., XVII; 8).

Kad nomira ķņazs (Polockas – G. Z.), vēsts par to sasniedza Sāmsalu, un, kad sāmsalieši reizē arī uzziņāja, ka Daugavas ostu sargā stopnieki un bruņoti vīri, viņi iebranca Salacā, devās augšup un izlaupīja letu ciemus ap Burtnieku ezeru, sagūstīja sievietes un nogalināja vīriešus. 1216. g. (Indr. hr., XIX; 11).

Sabiedrisko attiecību instrumenti

Vietējām tautām komunikācijas kanāli kalpoja galvenokārt, lai nodrošinātu savstarpējo drošību. Tie galvenokārt kalpoja informācijas nodošanai par draudošajām briesmām. Steidzīgi tika nosūtīti palīdzības lūgumi. Gadījumos, ja intereses sakrita, tika slēgtas militāras savienības. Rietumu kristieši bez visa tā mēģināja arī pārveidot priekšstatus. Jau šajā laikā ir pazīstams tāds sabiedrisko attiecību instruments kā teātra izrāde. Izrādes mērķis nebija izklaidēt skatītāju vai likt izjust viņam estētisku baudījumu. Izrādei vajadzēja nostiprināt reliģisko pārliecību jaunkristītajiem, bet pagānos – to radīt. Nekā tāda šajā laikā mēs neredzam pie pareizticīgajiem krieviem.

Par lielu izrādi, kas notika Rīgā. Tai pašā ziemā Rīgas vidū notika brīnum jauka izrāde par praviešiem, lai pagāni no redzētā mācītos kristīgās ticības sākumus. Izrādes saturu klātesošajiem – kā jaunkristītajiem, tā pagāniem – ļoti rūpīgi izklāstīja tulk.

Bet, kad Gideona bruņotie viri cīnījās ar filistiešiem, pagāni, bidamies, ka viņus nogalinās, me-tās bēgt, taču tika laipni aicināti atpakaļ. 1205./1206. g. (Indr. hr., IX; 14).

Sludinātāji

Iedarbīgākais instruments, lai panāktu uzskatu maiņu, ir personīgā komunikācija. Nevar noliegt sludinātāju un misionāru uzņēmību un drosmi, apmeklējot un sludinot vietējām tautām.

Spilgts piemērs ir jau minētais Teodorihš, kurš dzīvoja pie Turaidas lībiešiem, veica misionāra darbu un gandrīz tika sodīts ar nāvi. Tāds ir arī pats hronikas autors Latviešu Indriķis (*Henricus de Letis*), sludinātājs Imeras latgaļiem.

..Alebrands devās uz Turaidu..un uzcēla baznīcu Kubeselē. Uz Metsepoli norīkoja priesteri Aleksandru, kas kristīja visu novadu, sāka turpat dzīvot, ..un celt baznīcu. Priesteri Danielu..., nosūtīja pie lielvardiešiem. 1207. g. (Indr. hr., X; 14).

..Imeras letu priesteris atkal devās uz Igauniju un paņēma līdzī citu priesteri – Teodoribu..Un viņi izgāja cauri Sakalai, sasniedza Navesti..Un viņi staigāja apkārt septiņas dienas un ik die-nas viņi kristīja trīs simt vai piec simt abeja dzimuma cilvēkus. 1220. g. (Indr. hr., XXIV; 5).

Neapšaubāmi, sabiedrisko attiecību instruments ir lībiešu vecākā Kaupo aizvešana uz Romu, stādīšana priekšā pāvestam Inocentam III un laipnā uzņemšana.

Kad viņi bija apceļojuši lielu daļu Vācijas, Teodorihš aizveda Kaupo uz Romu un stādīja priekšā pāvestam. Pāvests viņu uzņēma ļoti laipni, noskūpstīja un plaši iztaujāja par apstāk-ļiem, kādos dzīvo tautas ap Līvzemi, un dziļi pateicās Dievam par līvu tautas atgriešanu. 1203. g. (Indr. hr., VII; 3).

No Romas Kaupo atgriezās jau kā pārliecināts kristietis, kura redzētais un nostiprinātā kristieša pārliecība, ir vērtīgs ieguvums cīņā par pārējo lībiešu prātiem.

Secinājumi

Raksturojot situāciju Baltijā 12./13. gs. mijā, jāatzīst, ka ir grūti runāt par divu vai triju radikāli atšķirīgu kultūru savstarpējo saskarsmi. Protams, rietumu kristiešus un vietējās tautas šķir atšķirīgas sabiedrības struktūras. Baltijā nebija izveidojusies Rietumeiropai raksturīgā kārtu sabiedrība un tai raksturīgā feodālās attiecības. Austrumu kristieši – krievi arī nepazīna feodālismu tā klasiskajā izpratnē. Tomēr citās sfērās – prasmēs, iemaņās, mobilitātē – atšķirības nebija lielas. Atšķirības komunikācijā izpaudās ne tik daudz kā atšķirīgas prasmes, cik komunikācijas procesa mērķtiecīgā virzībā. Rietumu kristiešu mērķis bija panākt Baltijas tautu pakļaušanu Romas baznīcai. To īstenoja, ar bruņotu spēku uzspiežot vietējām tautām feodālās attiecības, – izlēņojot gan jau iekarotās, gan vēl neiekarotās zemes un uzliekot vietējām tautām pienākumu uzturēt feodālo senjoru un kristīgo baznīcu. Tomēr kristietības ieviešana nenotika tikai “ar uguni un zobenu”, tā bija mērķtiecīga darbība, kas ietvēra sevī arī pārliecināšanu un vietējo prātu iekarošanu. Jāņem vērā, ka Romas katoļu baznīca bija bruņota jau ar 1000 gadu ilgu pieredzi kristietības nostiprināšanā. Krusta karu

laikā bija izveidoti militārie mūku – bruņinieku ordeņi cīņai ar neticīgajiem. Pāvests Inocents III (pāvests 1198–1216), tas pats, kurš pieņēma Kaupo 1203. gadā, dažus gadus vēlāk – 1215. gadā izveidos Inkvizīciju, kura nodarbosies ar ķeceru vajāšanu Rietumeiropā. Krievu pareizticīgo mērķi nebija tik daudz saistīti ar pareizticības izplatību, cik meslu izspiešanu, Daugavas tirdzniecības ceļa nodrošināšanu un siroju-
miem. Katrā ziņā Indriķa hronika nevēsta par krievu sludinātājiem, misionāriem, nemaz jau nerunājot par tādiem ietekmēšanas paņēmieniem kā izrādēm ar reliģisku saturu. Tātad vārds izpaliek, ir tikai darbība.

Vietējās tautas tikai pielāgojās jaunajiem apstākļiem – vai nu pretojās, vai meklēja sabiedrotos gan pie vieniem, gan otriem kristiešiem. Tika slēgtas dažādas militāras savienības, pieņemta, atmesta un atkal pieņemta kristietība. Šie dažādie primārie mērķi ietekmēja arī savstarpējo komunikāciju. Rietumu kristiešu pārākums izpaudās ne tikai bruņojumā un militārajā organizācijā. Tas izpaudās arī mērķtiecīgi virzītā komunikācijā ar mērķi mainīt attieksmi, neatmetot visu to, kas saistās ar militāru savienību slēgšanu, informācijas vākšanu, operatīvu reakciju uz notikumu pavērsieni. Šī sistēma izrādās efektīvāka un apmēram gadsimta gaitā vietējo tautu pretestība mūsdienu Latvijā un Igaunijā tika salauzta. Izveidojās viduslaiku Livonija.

Izmantotie avoti un literatūras saraksts

1. *Arvalstu tiesību vēstures avoti* (no vissenākajiem laikiem līdz 1689. gadam). Sast. V. Blūzma, S. Osipova, G. Zemītis. – Rīga: Biznesa augstskola Turība, 2007. – 74–350. lpp.
2. *Atskaņu hronika*. No vidusaugšvācu val. Atdzejojis V. Bisinieks; Ē. Mugarēviča priekšvārds; Ē. Mugarēviča un K. Kļaviņa komentāri. – Rīga: Zinātne, 1998.
3. *Indr. br. Indriķa Livonijas hronika/* Ā. Feldhūna tulkojums. – Rīga, 1993.
4. *Senās Latvijas vēstures avoti*. A. Švābes red. – II sēj., I burtnīca. – Rīga, 1937.
5. *Vartberges Hermana Livonijas hronika/* No latīņu val. tulk., priekšvārdu un komentārus sarakst. Ē. Mugarēvičs. – Rīga: Latvijas vēstures institūta apgāds, 2005. – 334 lpp.

LITERATŪRA

6. Agejevs, V. *Semiotika*. – Rīga: Jumava, 2005.
7. Apals, J., Mugarēvičs, Ē. *Vēlāis dzelzs laikmets (agrie viduslaiki) 800.–1200. g./* Latvijas senākā vēsture: 9. g. t. pr. Kr. – 1200. g. – Rīga: Latvijas vēstures institūta apgāds, 2001. – 290. – 377. lpp.
8. Biļķins, V. *Rusiņš un viņa laikmeta cīņa /* Senatne un māksla, 1937. – Nr. 4 – 17.– 24. lpp.
9. Blūzma, V., Lazdiņš, J. *Paražu tiesības Latvijas teritorijā līdz XIII gs. /* Latvijas tiesību avoti. Teksti un komentāri. Seno paražu un Livonijas tiesību avoti. 10. gs. – 16. gs. prof. E. Melķiša redakcijā. – Rīga. – 19.–25. lpp.
10. Ezera, I. *Lietišķā komunikācija*. I daļa. – Rīga, 2007.
11. Herbsts, D. *Sabiedriskās attiecības*. – Rīga: Zvaigzne ABC, 2006.
12. Katlīps, S. M., Senters, A. H., Brūms, G. M. *Sabiedriskās attiecības*. – Rīga: Avots, 2002.
13. *Latviešu literatūras vēsture. Latviešu folklorā un literatūrā līdz 19. gs. vidū*. I sēj. – Rīga: Literatūras un valodas institūts, 1959.
14. Lazdiņš, J. *Zemnieku kārtas tiesību avoti un komentārs/* Latvijas tiesību avoti. Teksti un komentāri. Seno paražu un Livonijas tiesību avoti. 10. gs. – 16. gs. prof. E. Melķiša redakcijā. – Rīga. – 26.–45. lpp.
15. Kruks, S. *Epos "Laiplēsis": Kapienas traumatiskā redomašanās/* Latvijas Universitātes raksti. Komunikācija: sabiedrība, kultūra, mediji. – Rīga: Zinātne, 2002, 648. sēj.
16. Mīlts, A. *Lekciju kurss. Ētika. Saksarsmes ētika*. – Rīga: Zvaigzne ABC, 2004.
17. Mortensen, C. D. *Communication: The Study of Human Communication*. New York: McGraw-Hill Book Co, 1972, Chartre 2, Communication Models.
18. Mugarēvičs, Ē. *Priekšvārds /* Indriķa Livonijas hronika/ Ā. Feldhūna tulkojums. – Rīga, 1993 – 7.– 32. lpp.
19. Mugarēvičs, Ē. *Komentāri /* Indriķa Livonijas hronika/ Ā. Feldhūna tulkojums. – Rīga, 1993a– 369.–416. lpp.

20. Mugurēvičs, Ē., Kļaviņš, K. *Komentāri // Aiskaņu bronika/* No vidusaugšvācu val. Atdzejojis V. Bisiniekis; Ē. Mugurēviča priekšvārds; Ē. Mugurēviča un K. Kļaviņa komentāri. – Rīga: Zinātne, 1998. 303.–357. lpp.
21. Šterns, I. *Latvijas vēsture. 1180–1290: Krustakari.* – Rīga: Latvijas vēstures institūta apgāds, 2002.
22. Sztompka, P. *Cultural and Civilization Change. Social Change and Modernisation: Lessons from Eastern Europe.* Ed. by B. Grancelli. Berlin. W. de Gruyter. 1995.
23. Хантингтон, С. *Столкновение цивилизаций.* – Москва: АСТ: АСТ МОСКВА, 2006. с. 571.
24. Садохин, А. *Введение в теорию межкультурной коммуникации.* – Москва: Высш. шк., 2005. – с. 310.
25. Lotman, J www.countries.ru/library/texts/lotman.htm

PĀRVALDOT RADOŠO ŠĶIRU: PUBLISKĀ PĀRVALDE UN KOMUNIKĀCIJAS PROCESI RADOŠĀ SABIEDRĪBĀ

GOVERNING CREATIVE CLASS: PUBLIC ADMINISTRATION AND COMMUNICATION PROCESSES IN CREATIVE SOCIETY

Mg. sc. soc., **Līga Mirlina**
 Biznesa augstskola *Turība*, Latvija

Creativity and knowledge are becoming increasingly important driving forces of modern post-industrial economies and fundamental factors of transformations of economics and social changes. During the last decade social and economic transformations have established the new social class, called as creative class and played a central role in improvement of state welfare. A number of governments of European Union countries have recognized this fact and started to develop specific policies to promote creative industries.

This article is focusing in social and economical transformations that have required changes in public administration and public communication. It analyses impact of creative class in economic, in society and in urban development. The role of public administration is to establish the promoting infrastructure, including legislation and support programs, to develop public and private partnership, involving non-governmental organizations, public institutions and private sector to achieving of public goodness. Social and economical transformations are also a challenge for public communication. It is marked two important changes – firstly, the public communications goal is not just increasing of public awareness, but also public involvement in state development, and secondly, it changes the methods and way of public communication.

Keywords: public governance, communication, creative class, creativity

Atslēgas vārdi: publiskā pārvalde, komunikācija, radošā šķira, kreativitāte

Ievads

Brīvība, indivīda tiesību neaizskaramība, plurālisms un iecietība ir liberālās demokrātijas pamatvērtības, kuras ir bijušas noteicošās rietumvalstu un to sabiedrību attīstībā. Demokrātiskas publiskās pārvaldes galvenais darbības mērķis ir kalpot savas valsts iedzīvotājiem, publiskās pārvaldes institūcijām, galvenokārt, likumdevējam un izpildvarai kā valsts attīstības procesa virzītājiem, veidojot un īstenojot tādu politiku, kas nodrošinātu valsts izaugsmi un iedzīvotāju labklājību.

Viens no mūsdienu liberālisma filozofiem Džons Roulzs, *taisnīguma* teorijas autors, valstij piešķir neitrāla tieņša lomu, kura uzdevums radīt visiem pilsoņiem vienlīdzīgas iespējas, lai tie varētu realizēt savus priekšstatus sabiedriskā labuma sasniegšanai. (Rauls, 1988, 257) Tādējādi ir akcentēti divi nozīmīgi aspekti – valsts pienākumi un indivīda pienākumi vispārējā sabiedriskā labuma sasniegšanai. Šie aspekti ir iekļauti arī Latvijas Nacionālā attīstības plānā, kurā teikts, ka: “valdībai ir svarīga loma

visu attīstības procesa dalībnieku – publiskā, privātā, nevalstiskā sektora iesaistīšanā vienota valsts izaugsmes scenārija īstenošanā. Ikvienam cilvēkam jāuzņemas daļa līdzatbildības – par savu izvēli, sava radošā potenciāla attīstību un aktīvu dzīves pozīciju.” (Latvijas Nacionālais attīstības plāns, 2006, 6) Nacionālajā attīstības plānā kā stratēģiskais mērķis ir izvirzīta izglītība un zināšanas tautsaimniecības izaugsmei un tehnoloģiskai izcilībai, balstoties uz trijām prioritātēm: uz izglītotu un radošu cilvēku, uzņēmumu tehnoloģisko izcilību un elastību, kā arī uz zinātnes un pētniecības attīstību.

Tieši zināšanas un kreativitāti daudzi pētnieki uzskata par galveno ekonomikas resursu un valsts attīstības dzinējspēku mūsdienās. Vienlaikus jāatzīmē, ka pēdējos gados ir vērojamas arī būtiskas sociālās izmaiņas. Toronto Universitātes profesors, pilsētvides ekonomists Ričards Florida runā pat par jaunas sociālās – radošās – šķiras rašanos, kurai ir nozīmīga ietekme gan valsts ekonomiskajā, gan politiskajā, gan sociālajā attīstībā. (Florida, 2002) Pēc R. Floridas, radošo šķiru veido divas grupas. Viena no grupām – “superradošais kodols” ir tie, kuru nodarbošanās saistīta ar jaunradi, piemēram, mācībspēki, programmētāji, mākslinieki, dizaineri, arhitekti, žurnālisti. Otrā grupa tiek dēvēta par radošajiem profesionāļiem jeb “zināšanu darbiniekiem” – visi, kas darbā izmanto specifiskas zināšanas un radošu pieeju, piemēram, finansisti, ārsti, juristi.

Tādējādi 21. gadsimta filozofiskajā domā atspoguļojas milzīgas sociālas un ekonomiskās izmaiņas, kas saistītas ar kreativitātes lomas pieaugumu. Nenoliedzami, veidojoties jaunai sociālai šķirai, rodas jaunas ražošanas attiecības, jauna pilsētu loma. Šī sociālā un līdz ar to arī ekonomiskā transformācija prasa arī izmaiņas publiskajā pārvaldē, kuras jau notikušas daudzās Eiropas un arī Ziemeļamerikas lielo pilsētu pašvaldībās, tām meklējot izeju no industriālās krīzes. Var teikt, ka jauni izaicinājumi prasa radošu publisko pārvaldi. Kreativitāte nav tikai cilvēka spēja radīt jaunus produktus, bet gan tā ir spēja radīt jaunas shēmas un algoritmus šo produktu radīšanai, kā arī spēja radīt shēmu un algoritmu šīm shēmām un algoritmiem. Kreativitāte ir uzskatāma par reproducēšanas pretmetu, jo pēdējā paredz darbību pēc noteikta šablona vai shēmas.

R. Floridas vārdiem runājot, svarīgi ne tikai uztaisīt jaunus peļu slazdus, labākus par vecajiem, bet arī saprast, ka jaunie slazdi tiešām ir nepieciešami. (Florida, 2002) Turklāt mūsdienu informācijas tehnoloģiju un globālās komunikācijas laikmetā jaunā peļu slazda nepieciešamība bieži vien tiek apspriesta publiskajās, racionāli kritiskajās debatēs, kuru mērķis, kā uzskata vācu filozofs Jurgens Hābermass, ir brīvi, balstoties uz sabiedrības kopīgo interešu pamata, sasniegt racionālu vienošanos starp publiski konkurējošiem viedokļiem. (Habermas, 1998)

Vispārpieņemtā rietumu demokrātisko valstu prakse liecina, ka, lai nodrošinātu valsts attīstību atbilstoši iedzīvotāju vajadzībām un gaidām, publiskās pārvaldes institūciju darbībā ir nepieciešams iesaistīt iedzīvotājus lēmumu pieņemšanā, radīt iespējas viedokļu izteikšanai un uzklauššanai, nodrošināt informācijas atklātību un pieejamību. Tādējādi demokrātiskas sabiedrības stūrākmens ir ikviena iedzīvotāja tiesības vienlīdzīgi piedalīties svarīgu jautājumu ietekmēšanā un sabiedrības attīstības virzienu noteikšanā. Tas nav iespējams bez diskusijas un viedokļu apmaiņas, savukārt viedokļu apmaiņā ir svarīgi ievērot vairākus principus: līdzdalība, argumentu pamatotība un pamatošana, cieņa pret citiem viedokļiem, konsensa meklēšana un patiesums.

1. Komunikācijas loma publiskajā pārvaldē

Publiskās pārvaldes uzdevums, kalpojot sabiedrības interesēm, ir radīt iespējas izpausties šīm interesēm, kas iespējams tikai valsts un iedzīvotāju mijiedarbības rezultātā. Mūsdienu integrētā marketinga komunikācijas laikmetā izšķiroša loma ir tieši publiskās pārvaldes spējai veidot komunikāciju ar sabiedrību. Kā uzsver Vācijas valdības komunikācijas pētnieki Míriama Mekele un Klauss Kamps: “Ja kādai partijai, izpildvarai vai likumdošanas varai neizdodas pievērst uzmanību tās programmai vai tās lēmumiem, tad tā galu galā cieš neveiksmi, organizējot varu.” (Mekele, Kamps, 2006, 56)

Tieši komunikācijas trūkums un plaša starp Eiropas Savienības (ES) institūcijām un ierindas pilsoņiem bieži tiek minēti kā galvenie iemesli ES dalībvalstu iedzīvotāju zemajam atbalstam ES lēmumiem vai pat to noraidīšanai (piemēram, noraidītie balsojumi par ES Konstitūciju Nīderlandē un Francijā). Arī Eiroparometra pētījums par sabiedrisko domu norāda uz to, ka vairākums ES 27 valstu iedzīvotāju (78%) uzskata, ka nav labi informēti par politiskajiem notikumiem Eiropā, un mazāk nekā viena piektā daļa (18%) dalībvalstu iedzīvotāju sevi uzskata par labi informētiem. (Eiroparometrs 68, 2008, 26)

Lai palielinātu ES dalībvalstu iedzīvotājiem iespējas izsekot lēmumu pieņemšanai un iesaistīties to gatavošanā, Eiropas Komisija ir izstrādājusi dokumentu “Partnerība komunikācijai par Eiropu”, ierosinot vairākus pasākumus Eiropas iedzīvotāju informēšanai un komunikācijas veidošanai starp ES institūcijām, nacionālo valstu valdībām un iedzīvotājiem. (Eiropa ieklausās iedzīvotājos, 2007) Šie pasākumi ir apkopoti Baltajā grāmatā par Eiropas komunikācijas politiku, tostarp ieviešot arī interaktīvas komunikācijas pasākumus, piemēram, EUtube, Eiropas komisāru emuāri. (Brisele pievienojas emuāru rakstītājiem, 2007) Tas norāda, ka arī Eiropas Savienības augstākā līmeņa pārvaldes institūciju komunikācijā ar sabiedrību tiek izmantota kreativitāte, meklējot radošus paņēmienus komunikācijas darbā.

Komunikācijas veidošanā starp Eiropas Savienību institūcijām un tās iedzīvotājiem nozīmīga loma ir arī dalībvalstu valdībām, publiskās pārvaldes institūcijām un NVO, kuras Eiropas Komisija ir mudinājusi iesaistīties un kļūt par ES komunikācijas procesa partneriem. Tādējādi, ņemot vērā to, ka liela daļa politisko lēmumu, kuri skar visus ES valstu pilsoņus, tiek pieņemti Eiropas līmenī, saskaņojot dalībvalstu intereses, valdību komunikācijai ar saviem iedzīvotājiem ir jābūt vērstai arī uz to, lai ES lēmumu sagatavošanas un pieņemšanas procesus padarītu saprotamus, pārskatāmus un pieejamus savu valstu pilsoņiem.

Latvijas publiskās pārvaldes komunikācijas mērķi pirmoreiz tika definēti 1995. gadā, Ministru kabinetam pieņemot “Valsts reformu koncepciju”. Kopš 2001. gada Latvijas valdības komunikācijas politiku nosaka Ministru kabinetā apstiprinātās “Valdības komunikācijas politikas pamatnostādnes”, kā mērķi izvirzot valsts pārvaldes un iedzīvotāju mijiedarbību. 2008. gadā aktualizēto “Valdības komunikācijas pamatnostādņu” galvenie virzieni ir vērsti uz stratēģiskas un koordinētas valdības komunikācijas īstenošanu, definējot komunikāciju kā politikas veidošanas neatņemamu sastāvdaļu, uz efektīva valdības un sabiedrības dialoga veidošanu, īstenojot komunikācijas un līdzdalības integrāciju visos politikas izstrādes un īstenošanas posmos un

līmeņos, kā arī uz klientu apkalpošanas kultūras ieviešanu publiskajā pārvaldē, nodrošinot iedzīvotāju vajadzībām atbilstošus pakalpojumus. (Valdības komunikācijas pamatnostādnes, 2008)

Tomēr, neraugoties uz ieviestajiem komunikācijas pasākumiem gan Latvijā, gan citās Eiropas Savienības dalībvalstīs, vairāki politikas pētnieki norāda uz problēmām, ar kurām saskaras mūsdienu demokrātiskās publiskās pārvaldes. Pirmkārt, indivīda tiesību paplašināšanās novedusi pie konfliktiem, kurās saduras atšķirīgas dažādu indivīdu un sociālo grupu intereses. Vienlaikus jāatzīmē, ka atsevišķam indivīdam ir grūti ietekmēt politisko lēmumu pieņemšanas procesu, tādējādi veidojas sociālās grupās, kuras aizstāv tikai savas intereses, un daļa no tām kļūst spēcīgākas, attiecīgi izraisot jaunus sociālos konfliktus. (Taylor, 1989, 167) Otrkārt, pēdējo gadu laikā ekonomiskā attīstība ir radījusi atsevišķu nozaru strauju augšupeju, kas novedusi pie citu reģionu un nozaru atpalicības vai pat bankrota, tādējādi palielinot sociālo spriedzi. Globālā ekonomiskā krīze, kas sākās 2008. gada rudenī, izraisot daudzu uzņēmumu slēgšanu, būtisku ražošanas apjomu kritumu, lielu bezdarba pieaugumu, un arī valstu finansiālas problēmas, ir uzskatāms par spilgtu piemēru. Jāatzīmē, ka līdzšinējā ekonomiskā augšupeja kā vērtību ir izvirzījusi materiālo labklājību. Līdz ar to mainās sabiedrības vērtīborientācija, garīgās vērtības nobīdot otrajā plānā, kurās tomēr atkal līdz ar radošās šķiras veidošanos sāk dominēt to vērtību sistēmā.

Eiropas Savienība, reaģējot uz pašreizējās krīzes spēcīgo ietekmi uz sociālo jomu, kā valstu valdības par prioritāti aicina izvirzīt cilvēkus un izstrādāt tādu sociālo un nodarbinātības politiku, kas palīdz aizsargāt cilvēkus un darbavietas, ar mērķi veicināt ekonomikas atveseļošanos un jaunas, vienlīdzīgas vispārējās sistēmas izveidi. (Komisijas priekšsēdētājs Barroso G8 samitā, 2009) Arī jau 2000. gadā Eiropas Savienības pieņemtā Lisabonas stratēģija uzskatāma par atbildi, reaģējot gan uz sabiedrībā notiekošajām izmaiņām, gan uz globālās ekonomikas ietekmi.

2. Zināšanas un kreativitāte kā valsts attīstības dzinējspēks

Lisabonas stratēģijas mērķis, ka Eiropas Savienībai jākļūst par konkurētspējīgāko un dinamiskāko uz zināšanām balstīto ekonomiku pasaulē, kas ir spējīga uz pastāvīgu ekonomisko kāpumu, labākām darba vietām un ciešāku sociālo saliedētību (Lisabonas stratēģija, 2000), norāda uz zināšanu un kreativitātes centrālo lomu ES valstu ekonomiskajā attīstībā. Lisabonas stratēģija, kas gadu pēc tās pieņemšanas Gēteborgas Eiropas Savienības Padomes sanāksmē tika papildināta ar vienošanos par ilgtspējīgu attīstību un ekoloģisko aspektu, balstās uz trim pīlāriem: ekonomiskā atjaunotne, sociālā atjaunotne un ekoloģiskā atjaunotne.

Jāatzīmē, ka jēdzienu “zināšanu ekonomika” jau 1968. gadā ir definējis austriešu izcelsmes amerikāņu ekonomists Pīters Drukers savā darbā “Pārrāvuma laiks”, uzsvērot, ka galvenais postindustriālas ekonomikas resurss jeb ražošanas līdzeklis ir nevis kapitāls, izejvielas vai dabas resursi un darbs, bet gan zināšanas. (Drucker, 1992, 40)

Kopienas Lisabonas programmā, definējot turpmākos politiskos mērķus un darbību, akcents tiek likts uz tādām jomām kā informācijas sabiedrības attīstība, Eiropas pētījumu sfēras dibināšana, draudzīgas vides radīšana inovatīva biznesa uzsākšanai un attīstībai un sociālās aizsardzības modernizācija. (Kopienas Lisabonas programma,

2005) Gan šīs jomas, gan Lisabonas stratēģijas pilāri ir cieši saistīti ar kreativitāti, kura šodien tiek uzskatīta par visvērtīgāko jaunās ekonomikas precī. Radošā ekonomika ir tā, kas apvieno tehnoloģiskas inovācijas, uzņēmējdarbību un kultūru.

Amerikāņu pilsētvides pētnieks Džons Kao kreativitāti definē kā “ideju ģenerēšanas procesu, to attīstīšanu un pārveidošanu vērtībās. Šis process ietver to, ko cilvēki dēvē par novatorismu un uzņēmību. Tas vienlaicīgi nozīmē gan jaunu ideju radīšanas mākslu, gan zinātņi šo ideju pieslīpēšanā, līdz tās tiek pārvērstas vērtībās”. (Kao, 1997, 87) Turklāt jāuzsver, ka kreativitāte šajā izpratnē nav individuāls radīšanas process, bet gan sociāla un sabiedrības kultūras parādība. Abi jēdzieni ir svarīgi, jo tie attiecas ne tikai uz mākslu un mākslas radīšanu, bet arī uz mūsdienu sabiedrību kopumā. Kā jau tika iepriekš minēts, R. Florida runā par jaunu šķiru – radošo, raksturojot jaunas ekonomikas veidošanos un formulējot ne tikai jaunus ekonomiskos, bet arī sociālos un kultūras principus. Jaunā šķira eksistē nevis pēc īpašuma piederības, bet pēc citiem likumiem, kurus nosaka gan sociālās un darba attiecības, gan – visbūtiskāk – jauna vērtīborientācijas sistēma.

Kreativitāte kā faktors, kas veicina sabiedrības labklājības un valsts ekonomisko attīstību, pārsvarā veidojas lielās pilsētās un ietver vairākus elementus. Tā ir ideju ģenerēšana un to īstenošana, informācijas izplatīšana un informācijas tīklu radīšana, kā arī ideju patērēšanas platformu, tirgus un auditoriju veidošana. Tātad te var runāt par kreativitāti kā par industriju. Pie radošās industrijas visbiežāk tiek pieskaitītas sabiedriskās attiecības, reklāma, arhitektūra, dizains, amatniecība, augstā mode, audiovizuālie mediji, datorgrafika, programmatūra, izglītība, brīvā laika joma, mūzika, lietišķā māksla, mediji, internets, vizuālā māksla, izdevējdarbība.

Radošās industrijas kā perspektīva tautsaimniecības nozare ir integrētas Latvijas Nacionālajā attīstības plānā, kurā par radošo industriju tiek uzskatītas “aktivitātes, kuru izcelsme balstās indivīda radošajā darbībā, prasmēs un talantā un kurām, izveidojot un izmantojot intelektuālo īpašumu, ir potenciāls celt labklājību un radīt darba vietas. Tās aptver arhitektūru, reklāmu, mākslas un kultūras industrijas, dizainu (ieskaitot modi, grafisko dizainu un lietišķo mākslu), filmu, datorspēles un interaktīvās programmatūras, mūziku, jaunus medijus, izdevējdarbību, radio un televīziju u.c. Radošo industriju produktu ražošana ir sarežģīts process, kura ietvaros, sadarbojoties publiskajam, privātajam un nevalstiskajam sektoram, mijiedarbojas idejas radīšana, īstenošana un publiskošana”. (Latvijas Nacionālās attīstības plāns, 2006, 21)

Kreativitāte tikai kā industrija kļūst par pievienoto vērtību, kas ir vērsta uz dzīves kvalitātes uzlabošanu, tādējādi topot par attīstības dzinējspēku.

3. Radošās šķiras ietekme ekonomikā

Runājot par radošās šķiras attīstību Eiropas kontekstā un kreativitātes nozīmi ekonomikā un valsts izaugsmē, kā spilgts piemērs minamas Lielbritānijas valdības reformas premjerministres Margaretas Tečeres vadībā astoņdesmitajos gados, kad krasi tika samazināts valdības atbalsts rūpniecībai, kas izraisīja daudzu metālapstrādes uzņēmumu rūpnīcu un ogļraktuvju slēgšanu, radot plašus strādnieku streikus. Lai mazinātu bezdarbu un tā radīto sociālo spriedzi, M. Tečeres valdības pieņēma daudzas reformas, kuru rezultātā Lielbritānija no industriālās ekonomikas dzimtenes

pārtapa par jaunas ekonomikas valsti. (Landry, 2008) Šie pārmaiņu procesi un kreativitātes loma krīzes pārvarēšanā traģikomiski attēlota Lielbritānijas režisora Pitera Kataneo filmā “Vīriešu striptūzs” (*The Full Monty*), kurā stāstīts, kā seši bezdarba palikuši metālapstrādes rūpnīcas strādnieki izveido čipendeilu grupu, t. i., pievēršas izklaides industrijai – vienai no tām jomām, kura tiek uzskatīta par radošo industriju.

Lielbritānijas pilsētvides pētnieks Čarlzs Lendri savā darbā “Radošā pilsēta” apraksta, ka Lielbritānija un arī citas Eiropas valstis, piedzīvojot industriālās ekonomikas krīzi, kura radīja lielu bezdarba pieaugumu, vietējo nodokļu samazināšanās un pilsētas infrastruktūras vājināšanos, aktīvi pievērsās arī pilsētas mārketīngam, un tādējādi pilsētas identitāte kļuva par vienu no izšķirošiem faktoriem to attīstībā. (Landry, 2008)

M. Tečeres valdības laikā tika veidotas atbalsta programmas un radīta likumdošanas bāze mazajai un vidējai uzņēmējdarbībai. Pilsētas tika veidotas kā tūrisma, zinātnes un kultūras centri. Piemēram, Hadersfildā astoņdesmitajos gados, piedzīvojot lielu ekonomisko pagrimu, pašvaldības pilsētas attīstības speciālisti radīja divas infrastruktūras – viena bija kā vieta dažādu sociālo grupu un cilvēku saziņai, otra bija kādreizējo ogļraču un citu bezdarbnieku datormācības programma. (Landry, 2008, 80) Pēc 10 gadiem šī pilsēta kļuva par vienu no galvenajiem multimediju tehnoloģiju centriem Lielbritānijā, samazinot bezdarbu un sociālo spriedzi. Tas tik sasniegts, ieguldot investīcijas nevis rūpniecībā, bet gan infrastruktūrā un iedzīvotāju radošo spēju optimizācijā. Tādējādi attīstot radošās industrijas, Lielbritānija no industriālās sabiedrības pioniera kļuva par postindustriālas sabiedrības pionieri.

Lielbritānijas transformācija no ogļraču bezdarbnieku valsts uz radošās industrijas valsti mainīja gan cilvēkus un to pamatvērtības, gan ekonomiku. Šobrīd Lielbritānijas radošajā industrijā ir nodarbināti 4%, salīdzinājumā – lauksaimniecība nodarbina 1,5%. Radošās industrijas peļņa tiek lēsta 112 miljardi mārciņu gadā, kultūras eksports veido 20% kopējā eksporta apjoma. Radošās industrijas piensums valsts iekšējā kopproduktā ir 9,2%, tā rada 1 332 000 darbavietu. Lielākie radošo industriju ienākumi Lielbritānijā ir šādām nozarēm: izdevējdarbībai (16,3 miljoni mārciņu), dizainam (12 miljoni), televīzijai (6,4 miljoni). (*Investing in Creative Industries*, 2009).

Analizējot radošās industrijas īpatsvaru Eiropas ekonomikā, jāatzīmē, ka Eiropas Komisijas 2006. gadā publicētajā pētījumā apkopotie dati par ES valstīm rāda, ka radošās industrijas apgrozījums 2003. gadā bija 654 miljardi eiro, tostarp, piemēram, informācijas un komunikāciju tehnoloģiju ražotāju apgrozījums ir bijis 541 miljardi eiro. Nodarbinātība no 2002. līdz 2004. gadam pieauga par 1,85% laikā, kad kopējā nodarbinātība ES valstīs kritās. Radošās industrijas ieguldījums iekšzemes kopproduktā ir bijis 2,6%, salīdzinot nekustamā īpašuma tirgus – 2,1%, pārtikas un dzērienu rūpniecība – 1,9%, tekstilrūpniecība – 0,5%. Radošajā industrijā 2004. gadā bija nodarbināti 5,8 miljoni cilvēku, kas veido 3,1% no kopējā nodarbināto skaita Eiropā. (*The Economy of Culture in Europe*, 2006)

Savukārt Latvijā 2003. gadā industrijas sektors veido 1,8% no valsts iekšzemes kopproduktā, bet vidējais gada apgrozījuma pieaugums no 2002. līdz 2005. gadam tiek lēsts kā 17,3%. 2005. gadā radošajā industrijā strādāja 4,8% nodarbināto. Pēc uzņēmumu skaita lielākais sektors Latvijā ir atpūta, izklaide un citas kultūras darbības, kurām seko arhitektūras nozare, reklāmas nozare, kā arī literatūras, preses un poligrāfijas sektors, kurš nodarbina vislielāko (40%) darbinieku skaitu no radošajā

industrijā strādājošiem. Jāatzīmē, ka nodarbinātība radošajā industrijā arvien pieaug, kā visstraujāk augošie sektori minami: vizuālās mākslas (pamatā arhitektūra) – ik gadu vidēji 12% un reklāmas nozare – ik gadu 11%.

Literatūras, preses un poligrāfijas sektors rada vislielāko apgrozījumu – 272,56 miljonu latu jeb 43% no radošo industriju apgrozījuma. Seko vizuālās mākslas sektors (galvenokārt arhitektūra) ar 150 miljoniem latu (23%) lielu apgrozījumu. Strauja apgrozījuma izaugsme bijusi kino nozarēs (vidēji 30% gadā) – īpaši kino un video filmu uzņemšanas un izplatīšanas nozarēs (vidēji 47% gadā). No datos atspoguļotajām nozarēm kā lielākā vērtības pievienotāja jāatzīmē arhitektūras nozare (66,9 miljoni latu), reklāmas nozare (37,6 miljoni latu) un literatūras, preses un poligrāfijas sektors – kopā 86,8 miljoni latu. (Miķelsone, Gubins, Vanags, 2007)

Jāatzīmē arī intelektuālā īpašuma attīstība, jaunu tehnoloģiju radīšana un inovāciju ieviešana. 2006. gadā tika iesniegti 1455 pieteikumi preču zīmju reģistrācijai, kas ir par 356% vairāk nekā 1992. gadā, bet patentu pieteikumu skaits attiecīgi bija 131, kas ir par 8% mazāk kā 1992. gadā. (Kīlis, 2005, 21. lpp.)

Tādējādi noslēdzas industrializācijas ēras, kurā tika uzkrātas zināšanas un tehnoloģijas, turpmākā ekonomiskā attīstība lielā mērā balstās uz ideju radīšanu un zināšanām, piešķirot jaunu jēgu un vērtības.

4. Pilsētvide un tās loma radošās šķiras attīstībā

Lielbritānijas pilsētvides pētnieks Č. Lendri, analizējot dažādu pilsētu pieredzi sociālās spriedzes mazināšanā, savā darbā “Kreatīvā pilsēta” uzsver, ka tieši pilsētām postindustriālā sabiedrībā ir izšķiroša loma. Arī Dž. Florida uzskata, ka radošā šķira veidojas tikai pilsētās un radošie profesiju pārstāvji koncentrējas vietās, kur sastopami *3T*: talants (ko raksturo gan iegūtie maģistra un doktora grādi, gan reģistrētie patenti), tehnoloģijas (inovatīvi, augsti tehnoloģiski attīstīti uzņēmumi) un tolerance. (Florida, 2005) Tādējādi radošās šķiras vērtību pamatā ir individualitāte, augsts personīgo spēju un sasniegumu novērtējums, orientācija uz dažādību un atvērtība. Līdz ar to atalgojums nav pietiekams motivācijas faktors, līdzās tam būtiskāku lomu ieņem darbības nozīmīgums, aizraujošs darbs, elastīgi darba apstākļi, kvalifikācijas paaugstināšana, kolēģu atzinība. Radošās šķiras ietekmē mainās arī sabiedrības vērtības.

Japīji, aizrāvušies ar karjeru, sava brīvā laika pavadīšanai un atpūtai radīja jaunu patērētāju sabiedrības subkultūru, neatkarīgi no tā, vai pirka *Bentley* automašīnu vai Pikaso gleznu. Savukārt radošā šķira lielu uzmanību pievērš tam, kas notiek gan karjeras dzīvē, gan ārpus darba, t. i., brīvā laika pavadīšanai. Radošās šķiras pārstāvji kā cilvēki, kas rada jaunas idejas, ir gatavi inovācijām, koncentrējas vietās, kurās var ne tikai pelnīt, bet patīkami pavadīt laiku. Brīvais laiks, kas veido lielu daļu sabiedrības dzīves, nav tikai brīvais laiks – tā ir svarīga sociālā sistēma. Līdz ar to veidojas jauna sociāla un darba realitāte.

Tādējādi, neraugoties uz informācijas tehnoloģijas attīstību un informācijas apmaiņas iespējām, liela nozīme ir vietai – tā nosaka piederību, piesaisti, kā arī vēlmi tajā dzīvot un strādāt. Tas ir izaicinājums sociologiem, ekonomistiem un politiķiem. Viens no piemēriem pašvaldības, nacionālās valdības un privātā sektora sadarbības pieredzei pilsētvides uzlabošanā, radot jaunus kultūras infrastruktūras objektus, ir

Bilbao. Pirms desmit gadiem šajā Spānijas pilsētā atklāja Guggenheima muzeju, kas ir būvēts pēc pasaulslavena arhitekta Frenka Gerī projekta. Jau pirmajā gadā šeit bija ieradušies vairāk nekā 1,3 miljons tūristu. (Latvijas lielās pilsētas vēlas apgūt Spānijas pilsētu pieredzi, 2008)

Arī Latvijas lielās pilsētas, kuras veido gandrīz 75% no Latvijas iekšzemes kopprodukta un kurās dzīvo puse no Latvijas iedzīvotājiem, meklē iespējas attīstīt pilsētu kā kultūras un tūrisma centrus, veidojot atbilstošu infrastruktūru. Rīgā iecerēts būvēt koncertzāli un citus modernus kultūras objektus, Liepājā plānota koncertzāles būvniecība, Daugavpilī – pasaules slavenā mākslinieka Marka Rotko mākslas centra izveide, Daugavpils cietokšņa atjaunošana, Jūrmalā – Dzintaru koncertzāles Mazās zāles restaurācija un renovācija, Jelgavā – multifunkcionālā kompleksa celtniecība.

Runājot par radošo industriju, jāuzsver, ka radošie uzņēmumi un kultūras organizācijas nav tikai muzeji, bibliotēkas vai kultūras nami, kas pārtiek no valsts vai pašvaldību dotācijām, tās strādā kā biznesa kompānijas. Tādējādi tiek radītas kultūras vērtības, kas tiek pārdotas kā komerciāli produkti, un tas nav individuāls radīšanas akts, bet sociāla parādība.

Nobeigums

Radošās industrijas attīstībā nozīme ir ne tikai cilvēku idejām, zināšanām un uzņēmībai, bet arī publiskās pārvaldes atbalstam, radot atbilstošas likumdošanas normas un attīstības programmas.

Lielbritānijā un citās Eiropas valstīs, kā arī Ziemeļamerikā radošā industrija veidojas kā mazā un vidējā uzņēmējdarbība, iesakņota pilsētas vidē kā tūrisma un kultūras tūrisma attīstības un sabiedrības uzmanības pievēršanas impulss. Tādējādi viens no faktoriem tādas radošās industrijas veidošanai, kura spēj attīstīties kā uzņēmējdarbība un ražot produktus ar augstu pievienoto vērtību, ir infrastruktūras radīšana, t. i., likumdošana, nodokļu politika, kreditēšanas sistēma.

Otrs faktors ir publiskā un privātā partnerība, kas ietver valsts, pašvaldību, nevalstisku organizāciju, sociālo partneru un privāto uzņēmēju sadarbību. Tās attīstībai nepieciešama plaša komunikācija starp valsti, pašvaldībām un sabiedrību, kā arī privātā biznesa, nevalstisko organizāciju un sociālo partneru aktīva iesaistīšanās valsts, pašvaldību un sabiedrības jautājumu risināšanā.

Tādējādi publiskās pārvaldes komunikācijas uzdevums vairs nav tikai sabiedrības informēšana, pieņemto lēmumu skaidrošana un dialoga veidošana. Arvien nozīmīgāks publiskās pārvaldes komunikācijas uzdevums kļūst sabiedrības aktīva iesaistīšana, skaidrojot, ka atbildība par valsts attīstību nav vienīgi un tikai publiskās pārvaldes, bet katra iedzīvotāja pienākums. Publiskās pārvaldes komunikācijas mērķis ir ne tikai mainīt iedzīvotāju informētības līmeni, bet arī attieksmi un izturēšanos, mazinot sabiedrības atsvešinātību no publiskās pārvaldes un palielinot katra indivīda atbildību par vispārējā sabiedrības labuma sasniegšanu. Arī kreativitāte ir dzinējspēks, tikai tad, ja cilvēku ideju radīšana nav vien intelektuālais process kā tāds, bet gan ir vērsts uz sabiedrības nākotnes veidošanu.

Literatūras un avotu saraksts

1. Drucker, P. F. *The Age of Discontinuity: Guidelines to Our Changing Society*. New Jersey: Transaction Publishing, 1969, reprint 1992.
2. Florida, R. L. *Cities and the creative class*. New York, London: Routledge, 2005.
3. Florida, R. L. *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. New York: Basic Books, 2002.
4. Kao, John. *Jamming: The Art and Discipline of Business Creativity*. London, New York: Harper Collins, 1997.
5. Habermas J. *The Theory of Communicative Action*. Cambridge, Oxford: Polity Press, 1998.
6. Landry, C. *The Creative City: a toolkit for urban innovators*. London: Earthscan Publications, 2008.
7. Meckel, M., Kamps, K. "Regierungskommunikation und Marketing. Differenzen und Schnittstellen" In: Kamps, K., Nieland J.–U. (Hrsg.) *Regieren und Kommunikation. Meinungsbildung, Entscheidungsfindung und governementales Kommunikations management – Trends, Vergleiche, Perspektiven*, Köln: Herbert von Halem Verlag; 2006. S. 54–72.
8. Mīkelsone, A., Gubins, S., Vanags, A. *Radošās industrijas Latvijā*. Rīga: BICEPS/ KM/ VKKF. 2007.
9. Rawls, J. "The Priority of Right and Idea of Good" *Philosophy and Public Affairs*, 1988. Vol. 17, No. 4, pp. 251–276.
10. Taylor, C. "Cross-Purposes: The Liberal-Communitarian Debate" *Liberalism and Moral Life*. Ed. Rosenblum N. Cambridge: Harvard University Press, 1989, pp. 159–182.
11. *Briesele pievienojas emuāru rakstītājiem*. Skat. 24.07.2009.
http://ec.europa.eu/news/eu_explained/070809_1_lv.htm
12. *Komisijas priekšsēdētājs Barrozu G8 samitā Itālijā 2009. gada 8.–10. jūlijā: Apkopojot ilgtspējīgas risinājumus globālam problēmam*. Skat. 21.07.2009.
<http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/09/1090&format=HTML&aged=0&language=LV&guiLanguage=en>
13. *Eiropbarometrs 68. Sabiedriskā doma Eiropas Savienībā. Rudens 2007*. Skat. 22.07.2009.
http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb68/eb68_lv_nat.pdf
14. *Eiropa ieklausās iedzīvotājos*. Skat. 30.07.2009.
http://ec.europa.eu/news/eu_explained/071003_1_lv.htm
15. Informatīvais ziņojums par radošo industriju un tās politiku Latvijā. Skat. 15.07.2009.
www.km.gov.lv/lv/doc/dokumenti/RI_zinojums.pdf
16. Investing in Creative Industries. Skat. 15.07.2009.
<http://www.lga.gov.uk/lga/aio/2204842>
17. *Kopīgi pasākumi izaugsmei un nodarbinātībai: kopienas Lisabonas programma*. Skat. 21.07.2009.
<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:52005DC0330:LV:HTML>
18. Kālis, R. *Latvijas ilgtspējīgas attīstības stratēģija līdz 2030.gadam*. Skat. 14.07.2009.
www.mk.gov.lv/doc/2005/KMzinp4_040808.doc
19. *LLPA aicina jauno valdību izstrādāt pilsetu politiku*. Skat. 31.07.2009.
<http://www.llpa.lv/index.php?id=796>
20. *Latvijas lielās pilsētas vēlas apgūt Spānijas pilsētu pieredzi*. Skat. 08.07.2009.
<http://news.frut.lv/lv/polit/politics/5947>
21. *Lisabon strategy*. Skat. 04.06.2008 http://europa.eu.int/comm/lisbon_strategy/index_en.html
22. *The Economy of Culture in Europe*. Skat. 30.07.2009. http://ec.europa.eu/culture/key-documents/doc873_en.htm
23. *Valdības komunikācijas politikas pamatnostādnes 2008. – 2013. gadam*. Skat. 28.07.2009.
http://www.mk.gov.lv/doc/2005/MKPamn_171207.doc

REAKCIJAS UZ GRUZIJAS KONFLIKTU VĀCIJĀ

REACTIONS TO IN GEORGIA CONFLICT IN GERMANY

Dr. phil., **Aksels Rēcs**
Biznesa augstskola *Turība*, Latvija

This article describes the discussions about the 2008 war between Georgia and Russia in Germany. The arguments exchanged are based on the special political culture in Germany influenced by the country's historical experience with Russia and common viewpoint during the era of the cold war. This experience has created a negative attitude towards the US within one part of the society. Experts again emphasize geopolitical interests nowadays and politicians try to find their positions as verified. In fact, the war neither changed the situation in the region nor the well-known opinion in the German society.

Keywords: war in Georgia, political communication, Russia-NATO relations, cold war

Atslēgas vārdi: Gruzijas karš, politiskā komunikācija, Krievijas-NATO attiecības, aukstais karš

Ievads

Vēstures grāmatas ir pilnas ar konfliktu aprakstiem – konflikti starp karaļiem, kuri aizstāv savas varas nostabilizēšanu, un valstīm, kur reizēm tiek aizstāvēta tauta, reizēm valdošā ideoloģija, kā apraksta Semjuels Hantingtons. Pirmais demokratizācijas vilnis pēc Pirmā pasaules kara bija nopietns solis, kam sekoja Tautas Apvienības nodibināšana, taču tas nevarēja novērst pasaules vēstures lielāko militāro konfliktu.¹ Viens no 20. gadsimta lielākajiem panākumiem ir tādu organizāciju kā ANO un ES nodibināšana, tādējādi dzīve ir kļuvusi mierīgāka. 1990. gadā šie apstākļi politologam Francim Fukujamam kalpoja kā motivācija, lai publicētu provokatīvu tēzi par vēstures beigām.²

Doma, ka līdz ar postsociālistisko valstu demokratizēšanos beigsies pasaules vēsture, proti, doma, ka konfliktu vairs nebūs, tagad, 20 gadus pēc Fukujamas raksta publicēšanas, ir izrādījusies kļūdaina, turklāt īstenībā tās kļūdainība parādījās ļoti drīz – Dienvidslāvijas sabrukumam sekoja pilsoņu kari. Šī slepkavošana radīja lielu traumu Rietumeiropai, jo izrādījās, ka nebija iespējams novērst asiņainus konfliktus un lielāko genocīdu pēc Otrā pasaules kara pašu durvju priekšā – Serebreņicā. Tāpēc ES reakcija uz konfliktu Kosovā, jau sākot ar 1999. gadu, bija pavisam citādāka. Neievērojot starptautiskās tiesības un negaidot ANO Drošības Padomes rezolūciju, tika uzsākta karadarbība, kurā piedalījās pat Vācijas armija Bundesvērs,

¹ Samuel P. Huntington, "The Clash of Civilizations?" *Foreign Affairs* Summer 1993, 72/3.

² Fukuyama, Francis: *Das Ende der Geschichte*, München 1992

par spīti tam, ka mazāk nekā gadu iepriekš pie varas bija nākusi koalīcija, kurā ietilpa arī zaļā partija. Šī partija radās 1979. gadā no pacifistu kustības. Šīs partijas pārstāvis, ārlietu ministrs Joška Fišers saņēma vētraiņu kritiku no savas partijas elektorāta.

Bet kritika par tā saukto Rietumvalstu iesaistīšanos militāros konfliktos vienkārši “kaut kur pasaulē” nebija nekāds jaunums. Visus konfliktus pavadījušas intensīvas diskusijas. Jau aukstā kara laikā, piemēram, ļoti kritiski tika vērtēta ASV darbība Vjetnamā. Tāpēc kopš 60. gadu beigām pastāv arī noteikta antiamerikāniski orientēta sabiedrības daļa.

Visi šie uzskati tiek pausti gan universitāšu semināros, gan krogos, paudēji ir gan cilvēki ar augstāko izglītību, gan ierindas cilvēki, kuri nav eksperti noteiktos jautājumos vai konflikta reģiona sakarā. Interneta laikmetā aizvien vairāk diskusiju notiek blogos un komentāru formā. Tomēr, neapšaubāmi, viedokļa līderi ir tie cilvēki, kas biežāk parādās televīzijas ekrānā un kuri raksta avīzēs un žurnālos. Medijos, protams, tiek intervēti arī eksperti, kuri nav žurnālisti. Turklāt mediji dod vārdu arī vienkāršiem cilvēkiem, arī raidījumos var piedalīties diskusijās.

Par spīti jaunai tehnoloģijai, kas ļauj cilvēkiem būt plaši informētiem, un informācijas aizvien ērtākai pieejamībai, politiskajās debatēs regulāri izpaužas ilglaicīgas pārliecības, kuras rodas cilvēkos līdz ar pašu dzīves pieredzi un radu un draugu stāstiem. Šādas nostājas grūti mainīt ar argumentiem. Nereti diskutētāji pat nav gatavi uzklaut to, kas ir pretrunā ar viņu sen pieņemtiem uzskatiem.

Vēsturiskā pieredze ar Krieviju, protams, ir iemesls, kāpēc Rietumeiropā un Baltijas valstīs reakcija uz karu Gruzijā 2008. gada augustā bija atšķirīga. Diez vai viennozīmīga un asa Krievijas rīcības kritika būtu situāciju būtiski mainījusi. Lisabonas līgums vēl nebija spēkā (tas tika noraidīts referendumā), tomēr ES, par spīti šim apgrūtinošam faktoram, spēja savas dažādas pozīcijas kaut nedaudz vienot un, pretēji ASV Džordža Buša valdības neveiksmīgam vienpusīgam atbalstam Gruzijai, ieņemt vidutāja lomu.

Tomēr ir interesanti, kāda bija atsevišķu politiķu un vienkāršās tautas reakcija raidījumos un presē Vācijā, un tas, kāda diskusija izveidojās. Daudzas pozīcijas palika tādā līmenī kā strīds par to, kas bija pirmais – vista vai ola, proti, kas pirmais šāva, Dienvidosetija – Krievija vai Gruzija. Reti kurš meklēja konflikta saknes dziļāk, proti, pilsoņu karos 1992. gadā, lai gan augusta hronoloģija bija salīdzinoši skaidra. Svarīgākais jautājums ir, kāpēc Mihails Saakašvili tieši tagad uzbruka Dienvidosetijai, un atbilde uz šo, iespējams, meklējama saistībā ar Džordža Buša (*George Bush*) prezidentūras termiņa beigām. Ja šī administrācija noteikti aizstāvēja Gruzijas intereses, neviens nezina, kāda būs nākamā ASV valdība un kāda būs tās politika.

Bet šī raksta mērķis nav Gruzijas, Krievijas, ASV vai ES rīcības politiskais vērtējums, bet gan aplūkot komunikāciju par šo jautājumu Vācijā, valstī, kura ir NATO dalībvalsts un kurai ir neapšaubāmi svarīga loma ES, bet kurā arī, pateicoties Otrajam pasaules karam, ir citādāka nostāja militāros jautājumos nekā citām Eiropas lielvalstīm.

Diskusijā Vācijā viedokļi bija ļoti atšķirīgi. No ASV ģeostatēģisko interešu aizstāvēšanas vai noliegšanas līdz Baltijas valstu un Polijas baīļu atspoguļojuma – no izlīguma politikas un miera kustības veterānu viedokļa līdz antiamerikānismam, bija pārstāvētas dažādas pozīcijas, ieskaitot slavofīlās frakcijas atbalstu Krievijai.

1. Pirmās reakcijas

Tūlīt pēc Gruzijas uzbrukuma ARD korespondents Maskavā Stefans Laks komentēja notikušo, jautājot, kurš tad īsti sācis karu. Tajā žurnālists viennozīmīgi vaino M. Saakašvili, kurš ar savu trako ofensīvu (*irrsinnige Offensive*) esot nospēlējis visu uzticību un savu ietekmi, kā arī sašķēlis savu valsti. Šis apgalvojums pārsteidz, jo Gruzijā prezidentu atbalsta pat opozīcijas pārstāvji, neraugoties uz visām esošajām pretenzijām pret Saakašvili Gruzijas sabiedrībā³. Bijusi parlamenta spīkere Nino Burdšanadze, kura jau bija politiku pametusi, pauda gatavību atgriezties tajā. Laks brīdināja Eiropu nepārņemt ASV menlnbalto domāšanas veidu, lai nezaudētu savas ietekmes iespējas. Kādas tās ir, ES atklāja tikai ar savu reakciju. Pirmajām cerībām pamatu deva Krievijas ārlietu ministra vizīte Varšavā, kur Sergejs Lavrovs pēkšņi uzstājās citā tonkārtā.⁴ Sākot ar šo, izrādījās, ka, par spīti Lisabonas līguma neveiksmēm, Eiropas Savienība ir vienīgā institūcija, kura, atšķirībā no ASV ar tās vienpusīgo Krievijas rīcības kritiku, varēja konsultēt puses šajā konfliktā.

Protams, vajag atcerēties, ka dialogs starp Rietumiem, NATO un Padomju Savienību notika arī Aukstā kara laikā. Kamēr konfrontācijas mēģinājumiem 50. gados nekādi Rietumu panākumi nesevoja, sākot ar 70. gadiem rietumu valstu valdības, tajā skaitā un it īpaši Rietumvācijas valdība, sakārtoja savas attiecības ar PSRS.

Viens no tā laika vadošiem politiķiem, izlīguma politikas arhitektiem, sociāldemokrātu politiķis Egons Bārs⁵ kritiski atzīmēja, ka pēc pēdējiem 18 gadiem, kad Krievija tika uzskatīta par partneri, rietumi atkal pāriet uz konfrontācijas politiku. Savukārt, Bārs neņēma vērā faktu, ka jau pašā Krievijā pāreja no Jelcina laika uz Putina un Medvedeva laiku nozīmēja laikmeta maiņu. To atkal uzsvēra citi. Tā bijušais vācu ģenerālis Klauss Naumans⁶ uzskatīja, ka Maskava ar savu pārspīlēto reakciju diskreditēja sevi kā partneri. Nevienš gan neapšaubīja Bāra viedokli, ka drošība ir iespējama tikai ar Krieviju, nevis *pret* to. Tomēr, starp rindām sociāldemokrāts paūz prasību ņemt vērā Maskavas domāšanu, norādot uz to, ka līdz šim Krievija esot visu akceptējusi, ieskaitot NATO un ES paplašināšanu, lai gan Bušs vecākais un Gorbačovs 90. gadu sākumā bija vienojušies, ka tieši tas nenotikšot. Interesanti, ka šādi gan Bārs, gan arī Erhards Eplers,⁷ kurš Saakašvili nosauca par traku (*Verrückter*) un par tādu, kas krīt lielvarai uz nerviem, savā argumentācijā acīmredzot neatšķir Krievijas Federāciju no Padomju Savienības. Vismaz Eplers tomēr piekrīt, ka Krievija reaģēja pārspīlēti.

Bārs nosauc par joku to, ka krieviem esot jātic, ka raķetes Polijā nav domātas pret viņiem. Kamēr ASV īsteno savas ģeostratēģiskās intereses, piemēram, Kosovā, krieviem “bija pazemīgi jāklausaš”, ka viņi nedrīkstot rīkoties līdzīgi. Eplers piebilda, ka Krievijas valdībai tas nozīmētu pašpazemošanos pēc Osetijas bombardēšanas, lai klusi pakļautos Rietumu prasībām. Korespondents Stefans Laks pauda līdzīgu viedokli un 15. augustā komentārā minēja jēdzienus *pažemošana* un *aplenkums*.

³ <http://www.eurasischesmagazin.de/artikel/?artikelID=20080808>

⁴ http://www.nzz.ch/nachrichten/international/russland_polen_1.829401.html

⁵ http://www.dradio.de/dlf/sendungen/interview_dlf/832427/

⁶ http://www.dradio.de/dlf/sendungen/interview_dlf/832858/

⁷ <http://www.dradio.de/dkultur/sendungen/interview/838182/>

Kremlim esot tiesības pieprasīt, lai to uzklausa, un tagad esot pēdējais laiks uztvert Krievijas pozīciju nopietni. Bet kāda tad tā ir?

Laks noraida bieži izteiktu viedokli, ka Krievija ar politiku Kaukāzā atriebās par politiku Kosovā. Bet, pieņemot, ka Lakam ir taisnība, kāpēc Krievija pati pārkāpa iepriekš pieņemtos lēmumus sakarā ar Gruziju, ieskaitot ANO rezolūcijas? Kāpēc asi kritizētā Rietumu politika Kosovā pēkšņi vairs nav kritizējama citviet pasaulē? Šie fakti drīzāk liecina par smilšu kastes politiku, DGAP eksperts Aleksandrs Rārs⁸ uzskata, ka tādā gadījumā Krievijai vajadzētu tagad arī likumsakarīgi beigt Kosovas neatkarības blokādi. Tā kā tas nenotika, Ulriha Heidena⁹ lakoniski komentēja, ka Krievija neuzskata savu rīcību par sliktāku par bombardēšanu Belgradā, Bagdādē vai Kandahārā.

2. Krievija degpunktā

Citi komentētāji uzdeva retorisku jautājumu, cik daudz Rietumiem jāakceptē Krievijas viedoklis? Kādas tiesības ir Krievijai pavēlēt Baltijai, Ukrainai vai Gruzijai, kurās starptautiskās organizācijas tām jāiestājas? Bijušais ASV vēstnieks Vācijā, Džons Kornblums, piemēram, raidījumā *Anne Will* Krieviju aicināja uzdot jautājumu sev, kāpēc tās kaimiņi brīvprātīgi iestājas NATO. Krievijas retorika par “tuvām ārzemēm” pēdējos gados katrā ziņā uzticību Baltijā nav veicinājusi. Ja Eplers Maskavas reakciju uzskatīja par lielvarai raksturīgu, nevis tipisku Krievijai, tad viņam iebilda Eiropas Parlamenta brīvo demokrātu deputāts grāfs Aleksandrs Lambsdorfs¹⁰, sakot, ka Krievija Borisa Jeļcina vadībā esot bijusi vēstures anomālija, un tagad tā atgriežas pie vecām metodēm. Citi arī runāja par fantoma sāpēm, par to, ka Krievija vēl pārdzīvo PSRS teritorijas zaudējumus. Kopsavilkumā komentāros tika kritizēts tas, ka pati Krievija sevi redz par amputācijas upuri un neuzskata 1991. gadu par jauna vēstures posma sākumu, kā arī tas, ka sociāldemokrātu izlīguma politikas vācu politiķi Bārs un Eplers neatšķir Krievijas Federāciju no Padomju Savienības. Atšķirība no citām 19. gadsimta impērijām, tādām kā Francija un Lielbritānija, Krievijas impērijas, kā arī Padomju Savienības teritorija bija kompakta, tāda arī tagad turpina būt mazākā Krievijas Federācijas teritorija. Tajā joprojām dzīvo daudz tautību, tajā neapšaubāmi notiek slēpta pārkrievošana pat tad, ja attiecīgai tautai ir sava republika. Par to intervijā ar Ulrihu Heidenu atgādina Gruzijas opozīcijas pārstāvis Georgijs Čaindrava¹¹, piebilstot, ka Krievija bijusi agresīva jau kopš 9. gadsimta. Kamēr lielākā daļa no tajā dzīvojošām tautām ar situāciju acīmredzot ir samierinājušās, citas nav izvairījušās pat no kara darbības, kā, piemēram, Čečenijs. Līdz šim Krievijai nebija nekādas intereses atzīt Abhāziju un Osetiju par neatkarīgām valstīm, kā arī risināt konfliktu citādāk – starptautiskā līmenī. Tieši otrādi, *status quo* Krievijai bija izdevīgs tāpēc, lai būtu iemesls kaut kad izmantot to savu ģeostratēģisko interešu īstenošanai.

⁸ <http://www.dw-world.de/dw/article/0,2144,3584078,00.html>

⁹ <http://www.eurasischesmagazin.de/artikel/?artikelID=20080807>

¹⁰ <http://www.dradio.de/dkulturr/sendungen/interview/832403/>

¹¹ <http://www.eurasischesmagazin.de/artikel/?artikelID=20080809>

3. Vēlākas reakcijas

Minhenes drošības konferences vadītājs Volfgangs Išingers¹² redz Krievijas rīcībā divas kļūdas: pirmkārt, uzticības zaudējumu, otrkārt, to, ka Abhāzijas un Osetijas valstiskuma atzīšanu nevar vairs tik vienkārši atcelt. Un tam Kaukāzā kā krīzes reģionā var būt visdažādākās sekas. Tieši tāpēc arī interesanti, ka krievu ārpolitikas eksperts Fjodors Lukjanovs vēl 15. augustā intervijā apgalvoja, ka Krievija šo soli nespers.¹³ Visticamāk, Gesīnam Dornblūtam¹⁴ ir taisnība, ka Gruzija ir zaudējusi abas teritorijas, minot, ka uzaugusi jaunā paaudze, kura citu situāciju nemaz vairs neatceras, un pēc vēsturiskiem notikumiem Abhāzijas iedzīvotāji vienkārši negribētu vairs būt Gruzijas sastāvdaļa. Arī Eplers norada, ka faktiski abas republikas jau sen nepieder Gruzijai.

Tomēr Dornblūts neņem vērā to, ka sabiedrisko domu ietekmē arī Krievijas nebrīvie mediji. Līdzīgi arī bijušais publiskās raidstacijas WDR vadītājs Fricis Pleitgens raidījumā *Anne Will* runā par Krievijas vienkāršo iedzīvotāju bailēm no stratēģiskajiem ieročiem Polijā. Išingers gan atgādina, ka vismaz par ieroču novietošanu Polijā nevarot teikt, ka tas neatbilst starptautiskām tiesībām. Atsevišķi militārie eksperti, savukārt, uzsver, ka šādas raķetes, protams, esot domātas aizsardzībai pret Irānu, nevis Krieviju.

Istenībā Krievija baidās veltīgi, jo īsi pirms konflikta Bukarestes samits pierādīja, ka Gruzija tieši šo nerisināto teritorijas jautājumu dēļ netika uzaicināta aliansē un ka NATO, savukārt, izvairās no tiešas konfrontācijas ar Krieviju. Tātad bailes par apļenkumu nav gluži pamatotas. Savukārt, Polijas un Baltijas bailes esot pamatotas ne tikai ar pagātnes, bet gan arī ar pašreizējo pieredzi, skatoties uz Krievijas retoriku, tā atgādina grāfs Aleksandrs Lambsdorfs. Protams, arī Krievija baidās no tiešas konfrontācijas un līdz ar to diez vai “sargās” savus pilsoņus Igaunijā vai Latvijā ar militāro spēku. Ar konfliktu paplašināšanu varētu izraisīt pasaules mēroga konfliktu.

4. Tautas viedoklis

Tieši no tā arī baidās ierindas iedzīvotāji, kas atklājās arī WDR raidījumā “Dienas saruna” 28. augustā. Protams, lielā mērā to ietekmē zināšanu trūkums par vēsturi, no vienas puses, un ievērojamas daļas Vācijas iedzīvotāju noraidošā attieksme pret ASV – tā saucamais antiamerikānisms – no otras. Cilvēki atceras karus citviet pasaulē, kad ASV cīnījās pret PSRS ietekmes paplašināšanu, piemēram, Vjetnamā, kā gadiem ilgi diskutēto karu Irākā. Vēlāk ar Guantanamo ASV nodeva pati savas morāles principus ne tikai tautas acīs. Savukārt jocīgi bija tas, ka pēkšņi visas diskusijas par Domes vēlēšanām 2007. gada rudenī, kā arī prezidenta vēlēšanām 2008. gada sākumā un ar tām saistītiem demokrātijas pārkāpumiem tika aizmirstas. Neapšaubāmi, ASV reakcija ir saistīta ar to ģeostratēģiskām interesēm, tomēr tas tāpat attiecās arī uz Krieviju. Šajā ziņā netika diskutēts, vai naftas cauruļvadi būtu labāk kaut nedaudz demokrātiskas vai autokrātiskas valsts rīcībā?

¹² <http://www.dradio.de/dkultur/sendungen/interview/837537/>

¹³ “Saakaschwili ließ Russland keine Wahl”, Interview Spiegel online, 15.8.2008

¹⁴ <http://www.dradio.de/dlf/sendungen/kommentar/832459/>

5. Komentētāju secinājumi

Krievija sevi izolēja par spīti vēstnieka Vācijā, Vladimira Koteņeva, raidījumā “Preses klubs” 31. augustā izteiktajiem apgalvojumiem. Viņš atgādināja par Kadafi un viņa atbalstīšanu no Berluskoni puses. Vai vēstnieks ar to Krievijai atklāti novēl atrasties diktatoru un apšaubāma Itālijas ministru prezidenta kompānijā?

Vairākas reizes arī tika minēts jēdziens Aukstais karš. Dr. Hanss-Henings Šrēders no Berlīnes fonda “Zinātnes un politikas fonds” (SWP) noraidīja to “Dienvidvācijas avīzes” audio raidījumā. Šo jēdzienu lietojot tikai tāpēc, ka tas esot atpazīstams. Bet īstenībā Aukstais karš varot būt tikai starp diviem līdzvērtīgiem ienaidniekiem, kas atrodas sistēmu konkurencē. Tam piekrīt arī vēsturnieks Jorgs Barberovskis¹⁵ no Humbolta universitātes Berlīnē. Viņš pielīdzina Gruzijas destabilizācijas mēģinājumus krievu minoritātes izmantošanai Baltijā, nosaucot to par salami taktiku.

Savukārt, Meijera Enciklopēdiskā vārdnīca¹⁶ šo jēdzienu definē kā konfliktu bez militāriem līdzekļiem starp divām valstīm vai diviem blokiem par ideoloģijām ar propagandas līdzekļiem. Skatoties uz pilnīgi atšķirīgu izpratni par demokrātiju un pašnoteikšanos Rietumos un Krievijā, kur valda valsts oligarhu kapitālisms, sistēmas konkurence varētu gan būt diskutējama. Un katra puse neapšaubāmi izmanto propagandu.

Tajā pašā laikā Krievijas Federācija šādi atkārtu vēsturi, šī valsts tāpat kā Krievijas impērija – līdz ar vēlo dzimtbūšanas atcelšanu – un Padomju Savienība nodarbojas ar varas politiku tā vietā, lai rūpētos par ilgtspējīgu attīstību. Abas minētas valstis sabruka arī ekonomisko problēmu dēļ.

Rietumos visiem likās pareizi tas, ko uzreiz pēc konflikta sākuma minēja NATO ģenerālsēkretārs, Jāps de Hops Šēfers, ka tagad vairs nevar atgriezties pie iepriekšējā redzējuma. Pēc Aukstā kara beigām un 9. septembra konflikts Kaukāzā atkal likās kā viens no notikumiem ar ilgstošu ietekmi. Sankcijas pret Krieviju diez vai nestu kādus panākumus, drīzāk tās varētu pakāpeniski saasināt konfliktus un pasaule varbūt ieslīdētu militārā konfliktā, kā tas notika pirms Pirmā pasaules kara. Rietumiem nav izdevīgi izslēgt Krieviju no PTO vai arī G8. Bet varētu domāt par to, lai Krieviju izslēgtu no demokrātu kluba, Eiropas Padomes, kas tāpat nav ietekmīga organizācija. Tomēr Egonam Bāram ir taisnība, ka pasaule 21. gadsimtā bez dialoga un sadarbības netiks nekur.

Daudzi Rietumos Krieviju nav sapratuši.¹⁷ Bet varbūt arī Rietumiem mazāk jāsaprot Krievija, nekā Krievijai Rietumi. Tā arī rakstīja Šveices avīze NZZ par Krievijas anahronismu: Krievija labāk vēlas, lai no tās baidās, nekā to mīl.¹⁸

Ar virsrakstu “Das Schmollen ist gebrochen” (apvainošanās beigušās) Klauss Kuncce¹⁹ 2008. gada 16. novembrī *Deutschlandradio* komentē, ka vajadzēja sagaidīt

¹⁵ <http://www.dradio.de/dkultur/sendungen/thema/830769/>

¹⁶ http://lexikon.meyers.de/meyers/Kalter_Krieg

¹⁷ Warschaupakt plante nuklearen Überfall auf Westeuropa. Pläne eines präemptiven Kriegs im Spiegel freigegebener Ostblock-Dokumente, 13. September 2008, Neue Zürcher Zeitung

¹⁸ Wie weit reicht der Arm der NATO?, NZZ, 30.8.2008

¹⁹ <http://www.dradio.de/dlf/sendungen/kommentar/876309/>

finanšu krīzi un Putina draudus ar ieročiem Kaļiņingradā, kā arī Baltijas jūras cauruļvada projekta atcelšanu, lai Rietumi saprastu sava bērnišķīgas uzvedības veltīgumu. Kuncce atzīst Medvedeva kļūdišanos par budžeta ieņēmumiem no dabas resursu pārdošanas, ko tāpat oligarhi esot iebāzuši savā kabatā. Finanšu ministrs, kurš cerēja uz naftas cenu ap 200 dolāriem par barelu, tagad esot spiests no rietumiem doto kredītu dzēšanai tērēt valūtas rezerves. Autors secina, ka rietumu investori un Krievijas resursu pārdevēji esot savā starpā atkarīgi. Rietumi pārāk nekritiski esot ļāvuši sev uzspiest atbalstu Saakašvilli, tā Kuncce beidz savu tekstu.

6. Dienas kārtības maiņa – pozīcijas vecās

Pusotru gadu pēc kara Kaukāzā var konstatēt, ka Krievija lielākoties pildīja Rietumu prasības sakarā ar Gruziju. Tajā pašā laikā ne Krievija, ne Rietumi vairāk šim konfliktam nav īpaši pievērsuši uzmanību. Sakarā ar finanšu krīzi mainījās dienas kārtība. Līdz ar to Abhāzija un Dienvidosetija ir valstis valstī.

Vācijā prese un politiķi ir apmainījušies ar argumentiem, kuri balstās uz minētajām ilglaicīgām nostājām, kurus var arī saistīt ar politikas zinātnes raksturojumiem starptautiskā politikā: reālismu un institucionālismu. Pirmais attiecas uz reālām varas struktūrām pasaulē, kur var īstenot kādas intereses, kur, savukārt, vienmēr ir sagaidāmas pretenzijas. Protams, Krievija ir lielvalsts kā tāda, kas citu valstu ietekmi savā pagalmā, proti, bijušajās PSRS republikās, īpaši neakceptē. Institucionālisms uzsver organizāciju, galvenokārt ANO, lomu starptautisku konfliktu izlīdzināšanā.

Īpaši Vācijā kritiskais noskaņojums pret ASV nav norimis un saliedējis ar slavofilu uzskatiem, kurus pauž regulāri Krievijā strādājošie indivīdi, tajā skaitā arī žurnālisti.

Kara rezultāts Gruzijā ir nekāds, nekas nav mainījies nedz pašā konfliktā, nedz tā vērtēšanā. Saakašvilli zaudēja savu reputāciju iekšzemē, kā arī ārzemēs, Krievija attaisnoja pieņēmumus par sevi. Abhāzija, kā arī Dienvidosetija turpinās būt uz papīra par Gruzijas teritoriju, kuru Tbilisi nepārvalda. Un tas joprojām ir šķērslis Gruzijas uzņemšanai NATO, tieši tāpat kā 2008. gadā, NATO samita laikā, īsi pirms kara Kaukāzā.

LATVIJAS KINO SISTĒMAS RAKSTUROJUMS

CHARACTERISTICS OF THE LATVIAN FILM SYSTEM

Mg. sc. soc., **Renāte Cāne**
Biznesa augstskola *Turība*, Latvija

For over a century cinema has been one of the most democratic and popular branches of culture and art – films are gladly viewed by rather different social groups, and cinema more than any other work of art can reach broad audiences and influence viewers' minds and hearts.

Nowadays cinema is also one of the most complicated and expensive products of culture, it requires substantial infrastructure, specially educated and prepared technical staff as well as serious financial resources. Besides that, cinema starting off as a classical branch of culture has evolved into a powerful and many-sided industry, which is worth billions.

In Latvia cinema has more than a century long history, and both in past and at present it occupies a significant place within culture and media of Latvia. This article discusses the historical development of cinema and the current cinema system in Latvia.

Keywords: cinema, Latvian cinema, management of cinema industry, production of films, demonstration and distribution of films, film education

Atslēgas vārdi: kino, Latvijas kino, kino nozares pārvalde, filmu ražošana, filmu izrādīšana un izplatīšana, kinoizglītība

Ievads

Kino jau vairāk nekā gadsimtu ir viena no demokrātiskākajām un populārākajām kultūras un mākslas nozarēm – filmas labprāt skatās visdažādākās sabiedrības grupas, un reti kurš cits mākslas darbs spēj sasniegt tik plašu auditoriju un tik spēcīgi iedarboties uz skatītāju prātiem un sirdīm. Vienlaikus kino ir arī nozīmīgs masu medijs, uz kuru attiecināmi masu mediju pamatprincipi – 1) masu mediji darbojas publiskajā sfērā un tāpēc tiek attiecīgi regulēti; 2) masu mediju pamatdarbība ir ziņojuma, vēstījuma, stāsta u. tml. (satura, *content*) radīšana un izplatīšana; 3) piedalīšanās kā sūtītājam vai saņēmējam ir brīvprātīga (*McQuail, D.*, 2005, 61).

Arī Latvijā kino ir jau vairāk nekā gadsimtu gara vēsture, un gan senāk, gan arī mūsdienās kino ieņem nozīmīgu vietu Latvijas kultūras un mediju kontekstā. Šajā rakstā tiks apskatīta Latvijas kino vēsturiskā attīstība un raksturota pašreizējā kino sistēma Latvijā.

1. Latvijas kino vēsturiskā attīstība

Kinematogrāfs jeb kino Latvijā aizsākās tikai pusgadu pēc brāļu Limjēru 1895. gada 28. decembrī Parīzē pirmoreiz izrādītās kinofilmas “Vilciena pienākšana”, kas visā pasaulē tiek uzskatīta par kino dzimšanas dienu. Rīgas Solomonska cirkā pirmais

kinodemonstrējums notika jau 1896. gadā 26. maijā, un tas notika krietni vien ātrāk nekā Berlīnē vai Ņujorkā. Turpmāk katru vasaru filmas jeb tā sauktās “miglas bildes” tika rādītas Vērmanes dārzā. Pirmo publisko kinoteātri “The Royal Vio” Rīgā uzcēla jau 1901. gadā, un tā zālē bija 888 skatītāju vietas, balkonā vēl 312 (Kino. Kinoskatītāja rokasgrāmata, 1980, 291).¹ Pagājušā gadsimta sākumā Latvija nebūt nebija uzskatāma par kultūras provinci – praktiski visas labākās filmas, kas pasaulē tika uzņemtas, parādījās arī Latvijas kinoteātros.

Pašmāju filmu uzņemšana sākās jau 1910. gadā, kad pirmoreiz tika uzfilmēts dokumentālais materiāls par Krievijas cara Nikolaja II vizīti Rīgā un Liepājā (šis materiāls joprojām saglabājies Latvijas Valsts Kinofotofonodokumentu arhīvā), bet sekojošajos Pirmā pasaules kara gados uz filmu lentes tika dokumentēti vēsturiskie notikumi. Savukārt, sākot ar 1913. gadu, Rīgā sāka uzņemt spēlfilmas ar populāru latviešu aktieru piedalīšanos.

Pagājušā gadsimta divdesmitajos gados, pateicoties atsevišķu cilvēku entuziasmam un pārliecībai, ka Latvijai nepieciešams savs nacionālais kino, jaunajā Latvijas Republikā sākās visai regulāra un aktīva filmu uzņemšana. Neviens Latvijas kino pionieris nebija ieguvis speciālu kino izglītību (Latvijā šādu iespēju nebija), tie bija fotogrāfi, kinoteātru īpašnieki un kino mehāniķi, kara reportieri, kuri bija sākuši filmēt. Kino mākslu viņi apguva praksē (Pērkone, I., 2008, 175).

Veidojās arī kino kā nozares pārvalde – sākot ar 1919. gadu, mākslinieciskās kultūras, tostarp kino, jautājumus pārraudzīja Izglītības ministrijas Mākslas departaments (Latvija desmit gados, 1928, 38), savukārt 1937. gada tika izveidota Sabiedrisko lietu ministrija, kurai bija jā rūpējas par pilsoņu “kulturāli valstisku audzināšanu”, tostarp ar kino palīdzību (Pērkone, I., 2008, 197).

Jau sākotnēji kino kļuva ne tikai par demokrātisku un tāpēc jo īpaši populāru mākslas un izklaides nozari, bet arī par perspektīvu biznesa sfēru. Filmu un kinoteātru skaits strauji auga, un trīsdesmitajos gados Latvijā jau darbojās 32 filmu ražošanas uzņēmumi (mūsdienu izpratnē filmu studijas), apmēram 30 filmu ražošanas procesa nodrošināšanas uzņēmumi (filmēšanas pakalpojumu sniegšana, skaņu un kino aparātu tirdzniecība, kino biļešu iespiešana utt.), visā Latvijā tika uzcelti 85 kinoteātri, bet lauku cilvēki mēmas filmas skatījās arī uz ekrāniem, ko veidoja gar šķūņa sienu nostiepts balts palags. 1931. gadā Rīgā vien bija 35 kinoteātri ar 16 778² skatītāju vietām (Latvijas kino 1920.–1940. Iepazīšanās, 1990, 39–47). Tie ir pietiekami grandiozi skaitļi, kuri jau tolaik lika apzināties kino kā nozīmīgu un komplicētu tautsaimniecības nozari.

Izprotot filmu industrijas lielo ekonomisko potenciālu, tālaika uzņēmēji droši investēja līdzekļus Latvijas filmu nozares uzņēmumos, tāpēc nozares vispārējās attīstības un tehnoloģiskais līmenis pat Eiropas kontekstā bija vērtējams kā visai augsts. Īpašs Latvijas lepnums bija akciju sabiedrības “ARS” 1923. gadā uzceltais tolaik lielākais un krāšņākais kinoteātris Eiropā “Splendid Palace” (Mirdzošā pils),

¹ Salīdzinājumam – šobrīd Latvijas lielākajā kinozālē daudzžāļu kinoteātrī “Parex Plaza” ir 636 skatītāju vietas zālē un 81 vieta balkonā (kopā 717 vietas).

² 2009. gada janvārī visā Latvijā, ieskaitot Rīgu, kinoteātros un arī kultūras namos, kuros reizēm tiek demonstrētas filmas, kopā bija tikai 11 793 skatītāju vietas (Nacionālā Kino centra dati).

tagadējais "Rīga". Kinoteātra celtniecība un aprīkojums izmaksāja tiem laikiem milzīgu summu – 850 000 Ls (Latvijas kino 1920.–1940. Iepazīšanās, 1990, 36).

Pēc straujā uzplaukuma brīvvalsts laikā 1940. gada jūnijā latviešu nacionālā kino attīstība tika vardarbīgi pārtraukta. Lielākā daļa Latvijā līdz tam darbojošos kinematogrāfistu (režisoru, operatoru, aktieru, arī tehnisko profesiju pārstāvju un kinoteātru īpašnieku) emigrēja uz Rietumiem, viņu vietā no Padomju Savienības ieradās padomju kinematogrāfisti, kuru nacionālā piederība lielākoties bija ebreji un krievi (G. Šuļatins, P. Čardiņins, V. un I. Masi, A. Gribermans, M. Šneiderovs u. c.). Jāatzīmē, ka daudziem no viņiem bija pat visai vērā ņemama kino pieredze un profesionālā kvalifikācija. Padomju vara nacionalizēja līdz tam pastāvējušo Latvijas filmu industriju (kinoteātrus, filmu studijas u. c.) un pielāgoja to savām vajadzībām, un bija jāpaiet vismaz desmit gadiem, lai izaugtu jauna kinematogrāfistu paaudze, kas latviešu kino vēsturi sāka rakstīt praktiski no jauna.

Padomju gados filmu nozare pilnībā zaudēja savas biznesa un tautsaimniecības funkcijas un to vietā nāca ideoloģiskās – kino kļuva par vienu no svarīgākajiem padomju ideoloģijas ruporiem (gan bieži vien nezaudējot arī mākslinieciskās īpašības). Kā jau nozīmīgam PSRS masu propagandas līdzeklim, filmu ražošanai un izplatīšanai nauda netika taupīta, darbam industrijā tika gatavots profesionāls personāls, tika radīta nepieciešamā infrastruktūra un iegādāta tehnika, kā arī izveidots plašs kinoteātru tīkls uzfilmētā realizācijai.

1948. gadā Rīgā uz iepriekšējo privāto resursu bāzes tika izveidota Rīgas Kinostudija (RKS) – liela filmu ražošanas bāze, kurā varēja veikt pilnu filmas uzņemšanas ciklu no idejas līdz gatavam darbam. Gadu gaitā Šmerlī tika uzceltas jaunas, plašas telpas ar lieliem filmēšanas paviljoniem (ar platību 1000, 800 un 200 m²), kas vēl joprojām ir lielākie Ziemeļeiropā un Baltijas jūras reģionā, nodrošināts tiem laikiem moderns tehniskais aprīkojums, un darbinieku skaits RKS sasniedza pat 1000. Arī saražoto filmu skaits bija ļoti liels – septiņdesmitajos, astoņdesmitajos gados ik gadus tika uzņemtas vidēji 8 līdz 10 pilnmetrāžas spēlfilmas, daudzas dokumentālās un animācijas filmas, kā arī apmēram 50 kinožurnāli (<http://www.kino.lv/index.php?c=3>). Rīgas Kinostudija kļuva par Latvijas kino sistēmas nozīmīgāko spēlētāju – praktiski vienīgo filmu ražošanas organizāciju, kurai līdzās pastāvēja arī attīstīta kinoteātru struktūra (vairāk nekā 50 kinoteātri un 200 kinoekrāni ar kino rādīšanas iespējām klubos un kultūras namos) (Nacionālā Kino centra nepublicētie materiāli).

Sākot ar sešdesmito gadu sākumu, Latvijas kinematogrāfisti pakāpeniski iemācījās apiet ideoloģiskās prasības un turpmākajos gados veidoja mākslinieciski augstvērtīgas filmas, kas augstu kotējās visā PSRS un pulcēja pilnas skatītāju zāles no Vladivostokas līdz pat Kaļiņingradai. Turklāt jāatzīmē, ka arī Latvijā padomju gados filmu māksla bija populāra un ieņēma nozīmīgu vietu sabiedrības kultūras dzīvē. Taču filmu veidotājiem bija vienalga, cik ienesīgas vai neejošas bija viņu filmas – finansējums kinohroniku un īsmetrāžas animāciju ražošanai tika piešķirts no republikas budžeta, finansiāli ietilpīgo spēlfilmu ražošanai līdzekļi tika saņemti no PSRS Kinematogrāfijas ministrijas.

Līdz ar PSRS sabrukumu 80. gadu beigās un 90. gadu sākumā sākās Latvijas kino "lielā depresija". Pēc neatkarības atgūšanas līdz ar jauno tirgus ekonomikas

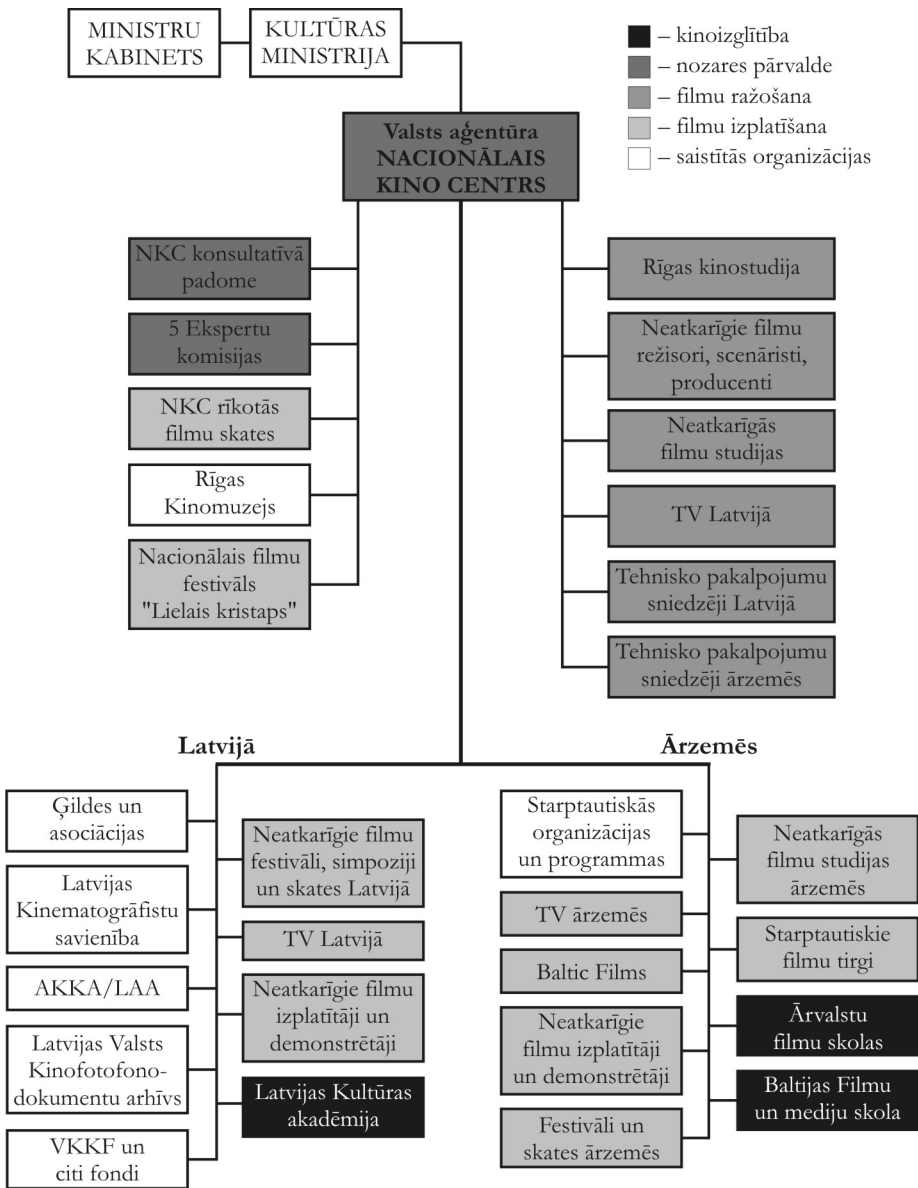
attiecību veidošanos kultūra un māksla (un jo īpaši filmu nozare kā resursu visietilpīgākā) sāka saņemt no valsts pavisam niecīgu plānveida subsidēto finansējumu – piemēram, 1992. gadā visai nozarei piešķirtais finansējums līdzinājās summai, kuru iepriekš piešķīra tikai viena žanra – spēles īsfilmu – ražošanai (Nacionālā Kino centra nepublicētie materiāli). Turklāt jāatzīmē, ka nacionālās filmu nozares finansējuma izejas pozīcija nebija (un joprojām nav) adekvāta dažādos kultūrpolitikas dokumentos paustajām vīzijām par filmu nozares darbību.

Ir saprotams, ka Latvijas Republikai kā jaunai un nabadzīgai valstij bija daudzas citas akūtas prioritātes, un kino nozare nebija to skaitā. Taču sliktās finanšu situācijas dēļ kritiski samazinājās uzņemto filmu skaits, filmu un jo īpaši spēlfilmu ražošana gandrīz pilnībā tika pārtraukta, un vairāku gadu laikā tika uzņemti tikai daži atsevišķi, vienotu kino procesu neveidojoši darbi. Cilvēki tika atlaisti no darba, Rīgas Kinostudija palika tukša, sekojoši notika neveiksmīga privatizācija, palēnām kaut kur “noklīda” tehnoloģiskās iekārtas un RKS ieviesās ar filmu ražošanu nesaistīti uzņēmumi. Pēc kino sistēmas pārveides šoka liela daļa bijušo Rīgas Kinostudijas darbinieku – radošo un tehnisko – nespēja pielāgoties jaunajai kino nozares projektu sistēmai un diemžēl nereti varēja vērot smagas cilvēciskas drāmas. Rezumējot var teikt, ka kino sistēma un līdz ar to arī kino process 90. gadu sākumā Latvijā pilnībā sagruva – gan finansējuma sistēma, gan tehnoloģiskā bāze, arī lielā mērā cilvēkresursi.

Pozitīvas iezīmes sāka parādīties tikai 90. gadu vidū un otrajā pusē, kad nozare sāka atgūties no šoka un tam sekojošās depresijas – Latvijas Kultūras akadēmijā sāka apmācīt jaunos kinoprofesionāļus, nozarē ienāca jauni cilvēki (kuriem vairs nebija Rīgas Kinostudijas pieredzes), aktīvi tika dibināti dažāda veida sakari ar ārvalstu kino institūcijām, Latvijas kino iekļāvās starptautiskā apritē, bet būtiskākais – sāka sakārtoties arī vietējā kino vide.

2. Latvijas kino sistēma mūsdienās

Mūsdienās Latvijas kino ir sarežģīta sistēma, kurā darbojas valsts institūcijas, dažādu formu nevalstiskās organizācijas un kino radošo profesiju pārstāvju apvienības, individuāli projektu veidā strādājoši radošo profesiju speciālisti, privātie filmu ražotāji, producenti, filmu uzņemšanas studiju tehniskie darbinieki, filmu izplatītāju kompānijas, kinoteātru īpašnieki un darbinieki, autortiesību apvienības, kinofestivālu rīkotāji, kinokritiķi, kinoizglītības darbinieki u. c., katrs ar saviem mērķiem un uzdevumiem (skat. 1. attēlu). Turklāt jo gadus, jo aktīvākas un rezultatīvākas kļūst arī Latvijas kinematogrāfistu saites ar individuāliem ārvalstu kinoprofesionāļiem un dažādām kino institūcijām gan Eiropas Savienības ietvaros, gan ārpus tās, tādējādi paplašinot Latvijas kino sistēmas robežas.



1. attēls. Latvijas kino sistēmas struktūra, 2009. gads

Šajā sarežģītajā sistēmā Valsts aģentūra Nacionālais kino centrs (turpmāk tekstā – NKC) īsteno valsts pārvaldības funkcijas, kuras tai uzticējusi Kultūras ministrija. Atbilstoši noteiktajiem uzdevumiem, NKC savas kompetences ietvaros izstrādā un īsteno valsts kultūrpolitiku filmu nozarē, stratēģiski vada filmu nozares attīstību, sadala kino nozarei piešķirtos valsts budžeta līdzekļus filmu veidošanai un ar filmu nozari saistītiem projektiem, uztur nozares novērošanas sistēmu, filmu reģistru, digitalizē filmu nesējus, rūpējas par Latvijas līdzdalību starptautiskajās institūcijās (starptautiskā statistika, sadarbības programmas) un organizatoriski un finansiāli atbalsta filmu popularizēšanas infrastruktūru (festivālus). Līdztekus iepriekš minētajam, valsts ir deleģējusi NKC pārzināt filmu nozarē esošās valsts īpašuma daļas izmantošanu, rīkoties ar valsts īpašumā esošajām filmām, veikt tiesībsargājošo institūciju amatpersonu izņemto filmu ekspertīzi un strīdu gadījumā noteikt to izplatīšanas tiesību piederību.

Kinoprofesionāļu līdzdalības veicināšanai valsts politikas īstenošanā kino nozarē ir izveidota NKC konsultatīvā padome, kuras sastāvu nosaka kultūras ministrs. Tajā iekļauti nozares speciālisti, valsts institūciju un nevalstisko organizāciju pilnvarotie pārstāvji. Konsultatīvajai padomei ir padomdevēja tiesības NKC darbības jomā, un tās darbu materiāltehniski nodrošina NKC.

Lai izvērtētu un ieteiktu valsts finansiālajam atbalstam profesionālus, mākslinieciski un tehniski augstvērtīgus, finansiāli un tehniski realizējamus projektus, kā arī lai sekotu atbalstīto projektu realizācijas gaitai, pie NKC darbojas piecas Ekspertu komisijas, kurās darbojas kinematogrāfistu sabiedrisko un profesionālo organizāciju izvirzītie neatkarīgie eksperti un NKC pārstāvji. Komisiju personālo sastāvu apstiprina NKC direktors. Ekspertu komisiju galvenais uzdevums ir no piedāvātajiem projektiem izraudzīties tos, kuri varētu būt interesanti skatītājam vai kam piemīt festivālu vai ārzemju tirgus potenciāls. Taču Ekspertu komisiju lēmumam ir tikai rekomendējošs raksturs un galīgo lēmumu par finansējuma sadali pieņem NKC direktors (http://www.nfc.lv/info/?mnu_id=19).

No 2006. gada NKC struktūrvienība ir arī Rīgas Kinomuzejs, kas ir vienīgais šai mākslas nozarei veltītais muzejs Latvijā. Kinomuzeja uzdevums ir vākt, saglabāt un popularizēt Latvijas kino vēstures liecības, veicināt izpratni par Latvijas audiovizuālās kultūras attīstību pasaules kultūras kontekstā un palīdzēt skatītājam orientēties mūsdienu kultūras telpā.

Latvijas Kinematogrāfistu savienība (turpmāk LKS) – brīvprātīga sabiedriska individuālu kinematogrāfistu un viņu profesionālo organizāciju savienība, kas apvieno tās biedrus viņu profesionālo, ekonomisko un sociālo interešu pārstāvniecībai un aizsardzībai. LKS ir 1962. gadā dibinātās sabiedriskās organizācijas “Latvijas Kinematogrāfistu savienība” darbības turpinātāja, tiesību, saistību un mantas pārņēmēja. LKS sadarbībā ar valsts institūcijām, citām radošajām organizācijām, to apvienībām un sabiedriskajām organizācijām piedalās kinematogrāfijai būtisku likumprojektu izstrādāšanā un iesniegšanā valdības institūcijās, un ar sabiedriskās domas palīdzību cenšas rosināt un ietekmēt valsts kultūrpolitiku nozarē. Līdz ar LKS (dažos gadījumos arī tās ietvaros) darbojas kinoprofesionāļu gīldes un asociācijas (Latvijas Operatoru gilde, Latvijas Kino producentu asociācija, Filmu mākslinieku gilde u. c.).

Latvijā pašreiz pastāv divas valsts finansiālā atbalsta shēmas – tiešais nozares finansējums no budžeta, ko sadala NKC, un papildu finansējums, ko sadala Valsts Kultūrkapitāla fonds (VKKF) ar saviem atlasē kritērijiem un struktūru. Atsevišķiem projektiem izdodas piesaistīt arī privāto kapitālu, taču bez valsts atbalsta filmu nozares finansēšanā piesaistīt privātos un ārvalstu līdzekļus praktiski nav iespējams.

Filmu projektus sagatavo filmu producenti, režisori, scenāristi u. c. un, izmantojot neatkarīgās filmu studijas, iesniedz tos NKC projektu finansēšanas konkursos. Lai arī noteikumi paredz, ka projektus var iesniegt gan fiziskās, gan juridiskās personas, taču finansējumu saņem tikai juridiskās personas, tāpēc neatkarīgajiem profesionāļiem, kuri nepārstāv nevienu studiju, ir jāsadarbojas ar kādu no Latvijas vai ārzemju filmu vai TV studijām.

Projektu realizācijai nepieciešamos tehniskos pakalpojumus sniedz gan Latvijā, gan arī ārzemēs esošie pakalpojumu sniedzēji. Ārzemēs izmantoto pakalpojumu skaitam ir tendence pieaugt, jo daudzi no tiem Latvijā vairs nav pieejami (piemēram, filmu attīstīšana u. c.). Pēdējos gados Latvijas kinematogrāfisti tehniskos pakalpojumus visbiežāk saņem no Lietuvas kompānijām, kuras ir specializējušās kino un reklāmas uzņemšanas nodrošināšanā.

Shēmā īpaši izdalīta Rīgas kinostudija kā tradicionāli galvenais pakalpojumu sniedzējs, kura nozīme gan ir ievērojami samazinājusies. Nozaresniecīgais finansējums un RKS nemākulīgais menedžments ir novedis pie krasa pakalpojumu loka samazināšanās un būtiskas tehniskās bāzes novecošanās, kuru nav iespējams atjaunot investīciju trūkuma dēļ (laboratorija slēgta sakarā ar novecojušu tehnoloģiju un nespēju pāriet uz modernu, mūsdienu prasībām atbilstošu; skaņu ceļš – to pašu iemeslu dēļ). Taču tieši 2009. gadā tomēr jūtama situācijas uzlabošanās, un RKS sāk aktīvi iesaistīties vairākos kino nozīmīgos nozares projektos (kinoizglītības projekts – kinoskolas izveidošana, vairāku spēlfilmu producēšanas projekti u. c.), kā arī pati iniciē tos.

Latvijas kinematogrāfistiem, kā jau minēts iepriekš, pēdējos apmēram 10 gados ir izveidojusies produktīva sadarbība ar daudzām starptautiskajām organizācijām un programmām – FIPRESCI (Starptautisko filmu kritiķu federāciju), Starptautisko Producentu asociāciju federāciju, Eiropas filmu institūtu asociāciju, Audiovizuālo Observatoriju, “Eureka Audiovisual”, “Baltic Media Center”, “European Documentary Network”, “Kinocentr” u. c. Tas palīdzējis Latvijas kino stabili iekļauties starptautiskajā aprītē – gan veidojot filmu kopprojektus ar daudzu valstu kinematogrāfistiem un filmu studijām, gan ar filmām regulāri piedaloties un iegūstot augstu novērtējumu nozīmīgos kinofestivālos, gan arī iekļaujoties citos starptautiskos kino procesos.

Kvalitāti vērtējošo pasākumu kategorijā būtisku lomu spēlē dažādi festivāli un filmu skates. Latvijā plašākie ir trīs – NKC rīkotais nacionālais filmu festivāls “Lielais Kristaps” (notiek kopš 1977. gada, tajā regulāri tiek izvērtētas Latvijā tapušās filmas trīs kategorijās – spēlfilmas, dokumentālās un animācijas filmas) un gan Latvijā, gan ārvalstīs populārie privātie starptautiskie festivāli “Arsenāls” (izveidotājs un ilggadējais prezidents līdz 2008. gadam – Augusts Sukuts) un “Baltijas Pērle” (prezidente Marina Lipčenko). Pēdējos gados aktīvi tiek organizētas arī citas neatkarīgās filmu skates un simpoziji – Starptautiskais Eiropas dokumentālā kino

simpozījs, Starptautiskais animācijas filmu festivāls “Bimini”, Rīgas starptautiskais bērnu filmu festivāls “Berimora kino” un fantāzijas filmu festivāls, Baltijas dokumentālo filmu forums, kā arī arvien lielāku popularitāti jaunatnes vidū iekarojošais Starptautiskais jauno autoru īsfilmu festivāls “2ANNAS”.

Iespēju robežās Latvija piedalās starptautiskajos filmu festivālos un skatēs, kā arī filmu tirgos, no kuriem lielākie ir Starptautiskais Kannu kino tirgus un Berlīnes filmu festivāla kino tirgus. Palielinoties filmu skaitam un nozares administrācijas finansējumam, Latvijas aktivitāte starptautiskajos filmu festivālos un tirgos no gada uz gadu pieaug.

Lai īstenotu kopīgas mārketinga aktivitātes, pārstāvot kino un video filmas starptautiskos festivālos, tirgos un citos popularizēšanas pasākumos, Latvijas, Lietuvas un Igaunijas Kultūras ministrijas 2005. gadā izveidoja kopēju sadarbības platformu “Baltic Films”. Šīs platformas ietvaros visu trīs valstu kinoinstitūcijas kopīgi irē stendus svarīgākajos starptautiskajos festivālos, citos kino pasākumos un organizācijās, kas ir vitāli svarīgi Baltijas kino nozarei, sagatavo informatīvus materiālus, bukletus, plakātus u. c. informatīvo materiālu, apmainās ar jaunāko, Baltijas valstīs veidoto filmu ierakstiem, kopīgi organizē kino nedēļas, retrospekcijas, tematiskas filmu izrādes ārzemēs, iepazīstina ar jaunajām, kā arī jau par klasiku atzītajām agrāko gadu filmām nozīmīgākās starptautiskās institūcijas (UNESCO, Eiropas Padome u. c.).

Kino nozares sadarbības partneris ir “Autortiesību un komunikēšanās konsultāciju aģentūra / Latvijas Autoru apvienība” (saīsināti AKKA/LAA), kas ir autoru dibināta biedrība ar mērķi kolektīvi pārvaldīt autortiesību īpašnieku mantiskās tiesības, kā arī administrēt nacionālo un internacionālo autoru mantiskās tiesības Latvijā. AKKA/LAA pārstāv vairāk nekā 3000 Latvijas autoru un 94 ārvalstu autortiesību organizāciju biedrus, un ir Starptautiskās Autoru un komponistu sabiedrību konfederācijas CISAC (*International Confederation of Societies of Authors and Composers*) biedre.

Savukārt cits nozīmīgs nozares sadarbības partneris ir Latvijas Valsts Kinofotodokumentu arhīvs (LVKFFDA), kas no 2001. gada ir Kultūras ministrijas pārraudzībā (iepriekš – Tieslietu ministrijas pārraudzībā). Šīs iestādes specifisko stāvokli nozarē nosaka situācija, ka lielākā daļa Latvijā visos laikos ražoto filmu glabājas šajā arhīvā.

Lai filmas sasniegtu skatītājus, darbojas neatkarīgie filmu izplatītāji un demonstrētāji gan Latvijā, gan ārzemēs, kā arī filmas tiek rādītas Latvijas un ārvalstu televīzijās. Sadarbība ar TV notiek arī filmu ražošanas jomā, taču jāatzīmē, ka Latvijā šī sadarbība, salīdzinot ar citām ES valstīm, ir neregulāra un apjoma ziņā nenozīmīga.

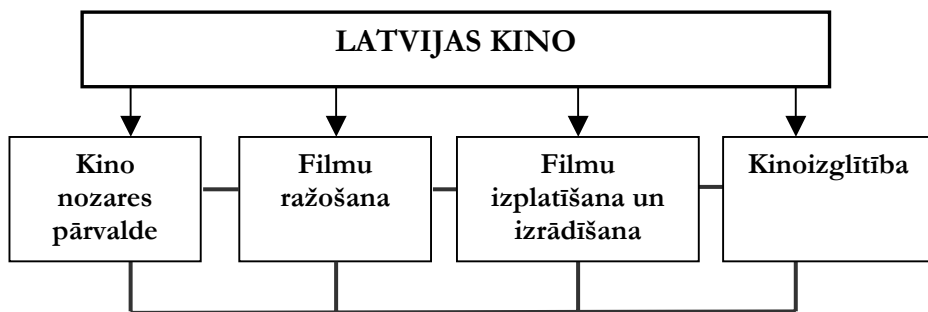
Filmu speciālistus Latvijā sagatavo Latvijas Kultūras akadēmija (LKA), kur ir iespēja apgūt bakalaura programmas “Audiovizuālā kultūra”, “TV un video operatora māksla”. Maģistra studiju programmā iespējams apgūt kino un video režiju.

Būtisks pavērsiens nozares izglītības veicināšanā ir 2005. gada martā nodibinātā jaunā Baltijas Filmu un Mediju skola, kas ir Tallinas Universitātes apakšstruktūra, un kas piedāvā profesionālo apmācību maģistrantūrā šādās audiovizuālajās specialitātēs: filmu producents, režisors, operators, skaņas režisors, scenārists, filmu teorētiķis. Jaunā kinoskola ir trīs Baltijas valstu vadošo institūciju – Igaunijas Kino

fonda, Latvijas Nacionālā kino centra un Lietuvas Kultūras ministrijas kopprojekts, kas veidots ar Dānijā bāzētā Ziemeļvalstu un Baltijas Kino fonda atbalstu. Iespēju iegūt augstas klases izglītību kino profesijās aizvadītajos 4 gados jau ir izmantojuši 14 studenti no Latvijas (10 Latvijas studenti jau ir ieguvuši šīs augstskolas diplomus, 4 pašlaik vēl studē Tallinā).

Kinozināšanas iespējams apgūt arī citās ārzemju filmu skolās. Šīs iespējas kļuva ievērojami plašākas, pievienojoties ES audiovizuālās jomas atbalsta programmai MEDIA, kuras mērķis ir veicināt Eiropas audiovizuālās nozares pārstāvju konkurētspēju starptautiskajā tirgū, atbalstot filmu, televīzijas programmu un mājas lapu veidošanu (MEDIA atbalsta nevis pašu ražošanas procesu, bet posmus, kas to ievada un tai seko – apmācības un projektu sagatavošanu, popularizēšanu un izplatīšanu tirgū).

Lai arī kino sistēma Latvijā mūsdienās kopumā izskatās visai komplicēta, šo sarežģīto sistēmu tomēr var strukturēt, par pamatu ņemot iesaistīto organizāciju un individuālo dalībnieku būtiskākos veicamos uzdevumus. Līdz ar to var pieņemt, ka Latvijas filmu nozare šobrīd sastāv no 4 lieliem, savstarpēji saistītiem blokiem jeb apakšstrukturām (*skat. 2. attēlu*).



2. attēls. Latvijas kino sistēmas apakšstrukturās

Savukārt izvērtējot, kā Latvijas kino sistēmas dalībnieki iesaistās šajās apakšstrukturās, jāatzīmē, ka vērojama pārliecinoša tendence – kino organizācijas lielākoties darbojas tikai vienā no apakšstrukturām, tātad, vai nu tās ir filmu studijas, kas nodarbojas ar filmu ražošanu, vai arī kino izplatīšanas kompānijas vai kinoteātri, kas izrāda filmas u. tml. Tas atbilst Eiropas kino tradīcijai, atšķirībā no ASV (Holivuda) vai Indijas (Bolivuda) klasiskās *studiju* sistēmas, kurai raksturīga vairāku kino procesu integrācija (tā kā tur nepastāv valsts regulējums kino nozarei, tad praktiski visus kino procesus, tostarp nozares/industrijas stratēģisko vadību un pat savu kinoskolu veidošanu, veic lielie kinoindustrijas giganti).

Secinājumi

Latvijā kino ir jau vairāk nekā gadsimtu gara vēsture, un gan senāk, gan arī mūsdienās kino ieņem nozīmīgu vietu Latvijas kultūras un mediju kontekstā.

Jau sākotnēji kino Latvijā kļuva ne tikai par demokrātisku un tāpēc jo īpaši populāru mākslas un izklaides nozari, bet arī par perspektīvu biznesa sfēru. Izprotot kino lielo ekonomisko potenciālu, pagājušā gadsimta 20.–30. gados daudzi uzņēmēji droši investēja līdzekļus Latvijas filmu nozares uzņēmumos, tāpēc nozares vispārējās attīstības un tehnoloģiskais līmenis pat Eiropas kontekstā bija vērtējams kā visai augsts.

Pēc straujā uzplaukuma brīvvalsts laikā 1940. gada jūnijā latviešu nacionālā kino attīstība tika vardarbīgi pārtraukta. Padomju vara nacionalizēja līdz tam pastāvējušo Latvijas kino industriju (kinoteātrus, studijas u. c.) un pielāgoja to savām vajadzībām. Kino pilnībā zaudēja biznesa funkcijas un to vietā nāca ideoloģiskās – kino kļuva par vienu no svarīgākajiem padomju ideoloģijas ruporiem (gan bieži vien tomēr nezaudējot mākslinieciskās vērtības).

Līdz ar PSRS sabrukumu 80. gadu beigās sākās Latvijas kino “lielā depresija”. Pozitīvas iezīmes sāka parādīties tikai 90. gadu vidū un otrajā pusē, kad nozare sāka atgūties no šoka un tam sekojošās depresijas.

Krīzes pārvarēšanā liela nozīme bija tam, ka arvien aktīvākas un rezultatīvākas kļuva Latvijas kinematogrāfistu saites ar starptautiskām kino institūcijām gan ES, gan ārpus tās, tādējādi ne tikai paplašinot Latvijas kino sistēmas robežas, bet arī palīdzot sakārtot vietējo kino vidi.

Mūsdienās Latvijas kino ir sarežģīta sistēma, kurā darbojas valsts institūcijas, dažādu formu nevalstiskās organizācijas, privātās uzņēmējdarbības pārstāvji (filmu studijas u. c.), kā arī radošo profesiju profesionāli un tehniskie speciālisti.

Šo komplicēto sistēmu var strukturēt, par pamatu ņemot iesaistīto organizāciju un individuālo dalībnieku būtiskākos veicamos uzdevumus, un pieņemt, ka Latvijas filmu nozare šobrīd sastāv no 4 lieliem savstarpēji saistītiem blokiem jeb apakšnozarēm: nozares pārvalde, filmu ražošana, filmu izplatīšana un izrādīšana un kinoizglītība.

Literatūras saraksts

1. *Kino. Kinostatīta rokasgrāmata*. – Rīga: Galvenā enciklopēdiju redakcija, 1980.
2. *Latvija desmit gados*. Rīga: Jubilejas komisijas izdevums, 1928.
3. *Latvijas kino 1920–1940. Iepazīšanās*. Sastādītājs Redovičs A. Rīga: Rīgas kino muzejs, 1990.
4. McQuail D., *McQuail's Mass Communication Theory*. 5th ed. London: Thousand Oaks, California: Sage Publications, 2005.
5. Pērkone, I. *Kino Latvijā 1920–1940*. Rīga: Zinātne, 2008.
6. Nacionālā kino centra interneta mājas lapa. Skat. 30.07.2009. http://www.nfc.lv/info/?mnu_id=19
7. Rīgas Kinostudijas interneta mājas lapa. Skat. 05.08.2009. <http://www.kino.lv/index.php?&3>
8. Nacionālā Kino centra nepublicētie materiāli.

LATVIJAS JAUNIEŠU MEDIJU LIETOJUMA PARADUMI THE MEDIA USAGE PATTERNS OF LATVIAN YOUTH

Mg. soc., **Anda Rožukalne**

Rīgas Stradiņa universitāte, Komunikācijas fakultāte, Latvija

There are technology and life style transformations, broadening of media types that create radical changes in media usage patterns. Traditional media try to change content to maintain readership, but at the same time they lose especially younger part of audience because of the Internet expansion. The changes of media usage patterns are central to the discussion among media industry members and researchers. In additional, behaviour of young people visibly demonstrates the changes of society, because youth drastically change media usage patterns when they start to study or begin to work.

The aim of the two-year study is to find out media usage patterns transformation of more than 300 students (age group from 19–25) from different universities in Latvia through identification of more important media and content. My interest concentrates on questions about media, which help young people to identify themselves. Despite Internet development, almost half of respondents recognize themselves as a television audience.

Special part of research devoted to illustrate media usage through so called “media day” demonstrates students’ media repertoire from early morning to late night. Closer analysis of the questionnaire data shows that students use media in a quite traditional way and prefer to combine TV for entertainment and Internet media for news and communication on the virtual social networks. In opposition to youth in other countries Latvian young people more infrequently use modern technologies, for example, write or read blogs, play computer games in the internet space, use podcasts, mobile radio or TV etc.

Theoretical foundation of the study rests on the theory of media use and gratification (Katz, Blumler, Lazarsfeld, McQuail).

Key words: youth audience, media usage patterns, media use and gratification

Atslēgas vārdi: auditorija, mediju lietojuma paradumi, mediju komplekts, lietojuma un apmierinājuma teorija, auditorijas pētījumi

Ievads

Rakstā apkopoti dažādu Latvijas augstskolu (Latvijas Universitāte, Rīgas Stradiņa universitāte, Biznesa augstskola *Turība*, Latvijas Kultūras akadēmija, Latvijas Policijas akadēmija) studentu mediju lietojuma paradumu aptaujas pirmie rezultāti. Pētījuma aktualitāti nosaka mediju tehnoloģiju noteiktās mediju lietojuma izmaiņas, kas akadēmisko pētījumu centrā izvirzījušas auditorijas izpēti.

Jaunu cilvēku mediju lietojuma paradumi vienmēr bijuši mediju pētnieku uzmanības centrā, jo jauniešu mediju lietojums var uzrādīt būtiskas plašsaziņas līdzekļu

auditorijas attīstības tendences. Pētījuma mērķis ir noskaidrot, kādi ir 19–25 gadus vecu studentu mediju lietošanas paradumi, kurus mediju jaunieši izmanto regulāri, kādu saturu izvēlas, ar kāda mediju tipa auditoriju identificējas.

Aptaujājot vairāk nekā 300 studentus, noskaidrotas viņu prioritātes mediju izvēles procesā, analizēti mediju lietošanas paradumi, ko nosaka dienas ritms. Pētījuma datu interpretēšanai izmantota mediju lietošanas un apmierinājuma teorija, kas palīdz ieraudzīt mediju patēriņa likumsakarības un sabiedrības medijorientētās uzvedības virzītājspēkus.

Pētījuma dati rāda, ka studenti demonstrē tradicionālu mediju lietojumu, liela daļa mediju lietošanas paradumu veidojas bērnībā un pusaudža gados ģimenes tradīciju ietekmē. Latvijas jaunieši, kas sevi lielākoties identificē kā televīzijas skatītājus un interneta lietotājus, medijos galvenokārt meklē izklaidi un spriedzes samazināšanas iespējas.

Rakstā apkopoti teorētiskie uzskati par mediju auditorijām, mediju lietošanas paradumiem un mediju lietošanas un apmierinājuma teoriju, kā arī sniegts detalizēts empīriskā pētījuma rezultātu apkopojums.

1. Izpratne par masu mediju auditoriju

Komunikācijas procesā, ko veido “informācijas avots jeb ziņotājs, informācijas kanāls, ziņojums, saņēmējs un iedarbība, saņēmējs nozīmē auditoriju” (*McQuail, London, 2005, 396*). Auditorija veidojas vairāk vai mazāk motivētu, individuāli izdarītu izvēļu galarezultātā. Mediju auditorija var tikt vērtēta “kā patērētāju kopums, kura izvēli nosaka tādi faktori kā individuālās vajadzības, ieradumu raksturs un konkrētā medija piedāvājuma pievilcīgums” (*McQuail, Thousand Oaks, 1997, 69*). Auditoriju var uzskatīt gan par sociālā konteksta produktu, ko raksturo kopīga kulturāla izpratne un kopīgas informācijas vajadzības, gan kā reakciju uz mediju piedāvāto saturu.

Virdžīnija Naitingeila (*Virginia Nightingale*) 2003. gadā piedāvāja jauno auditorijas tipoloģiju, kas fiksē četrus galvenos raksturlielumus, kas attiecas uz mainīgās auditorijas “jauno dažādību”:

- 1) auditorija kā cilvēki, kas vienā laikā patērē noteiktu saturu;
- 2) auditorija kā grupa, kuras vajadzībām tiek piemērots saturs;
- 3) auditorija kā noteiktam indivīdam vai grupai adresēta pieredze, ko saņēmējs gūst vienatnē vai kopā ar citiem, to ietekmē vieta un citi apstākļi;
- 4) auditorija, kurai dota iespēja iesaistīties mediju saturā no attāluma vai reaģējot reālajā laikā.

“Auditorijas pētījumi tiek veikti ļoti nelielā skatītāju grupā un patiesībā neviens nezina, kas notiek ekrāna otrā pusē” (*Lawrence Grosberg, London, 1998, 208*), raksta Lorenss Grosbergs (*Lawrence Grosberg*). Auditorijas vietu masu komunikācijas sistēmā raksturo šāda shēma.

Masu komunikācijas procesa secība:

Sabiedrība kā sūtītājs	Sabiedrība kā saņēmējs
Avots – kanāls – sūtītais saturs – saņemtais saturs – auditorija	

1. attēls. Auditorijas vieta masu komunikācijas sistēmā. Avots: *McQuail (1992:155)*

2. Aktīva vai pasīva auditorija

Mediju auditorijas uzvedības raksturojumā dominē pretstats – auditorijas aktivitāte vai pasivitāte. Parasti aktīvs tiek uzskatīts par labu, bet pasīvs par sliktu, raksta Deniss Makveils (*Deniss McQuail*). Tomēr šie raksturojumi nav viennozīmīgi, jo pārāk aktīvs mediju lietojums var būt saistīts ar atkarību.

D. Makveils skaidro atšķirību starp ritualizētu un instrumentālu mediju lietojumu. Paraduma vadīts un biežs lietojums ir saistīts ar izteiktu patiku pret mediju. Instrumentāls lietojums tiek vairāk saistīts ar aktivitāti. Dario Bioka (*Dario Biocca*) 1988. gadā, apskatot auditorijas aktivitātei veltīto literatūru, izdalīja piecas dažādas versijas un konceptus par auditorijas aktivitāti.

- 1) **Selektivitāte.** Auditoriju ir aktīva, ja tā izvēlas un atšķir mediju un noteiktas satura daļas.
- 2) **Utilitārisms.** Auditorija ir kā ieinteresēts lietotājs, kas sagaida noteiktu vajadzību apmierinājumu.
- 3) **Tišums.** Aktīva auditorija pēc šīs definīcijas ir iesaistīta aktīvā ienākošās informācijas un pieredzes izziņas procesā.
- 4) **Pretestība ietekmei.** Tā rada auditorijas locekļi, kas nevēlas ietekmēties, izņemot gadījumus, ja to nosaka personiskā izvēle.
- 5) **Līdzdalība.** Jo vairāk auditorijas locekļu ir medija pieredzes iesaistīti, jo vairāk varam runāt par iesaistīšanos. Iesaistīšanās ir arī medija satura apspriešana.

Mērija Gillespija (*Mary Gillespie*) to sauc par auditorijas “starppersonu attiecībām”, pamatojot, ka, cilvēkiem savā starpā sarunājoties par mediju saturu, “katrs no mediju ziņojumiem var tikt ietekmēts, pārveidots” (*Gillespie, England, 2005, 21*).

Analizējot auditorijas aktivitāti, Elizabete Perse (*Elizabeth Perse*) saka, ka “indivīda spēks attiecībās ar mediju izpaužas spējā būt selektīvam, izvēloties mediju un mediju saturu” (*Perse, Ferguson, London, 2003, 201*). Individuālo selektīvo uzvedību ietekmē gan sociālais un kultūras konteksts, gan indivīdam piemītošas specifiskas pazīmes.

3. Masu mediju lietojums

Mediju lietojums ir saistīts gan ar mediju funkcijām, gan mediju lietotāju apmierinātību mediju lietojuma procesā. “Mediji mums kalpo kā orientieris – ne obligāti acīmredzamajā padomu došanas formā, bet iesakot neskaitāmus dzīves modeļus,” (*Gauntlett, London, New York, 2002, 248*) raksta Deivids Gountlets (*David Gauntlett*).

Mediju funkcionālisms skata, kā mediju lietojums apkalpo sabiedrību kopumā un indivīdus atsevišķi. Mediju funkcijas attiecībā uz indivīdiem tiek saistītas ar indivīdu vajadzību apmierinājumu. Attiecībā uz sabiedrību kopumā mediju funkcijas var tikt skatītas kā mērķi, ko sabiedrībā piepilda mediji.

Mediju sociālās funkcijas: informēšana; viedokļu un nostāju saskaņas atrašana; pār-mantojamības nodrošināšana; izklaidēšana; mobilizācija (*McQuail, London, 2000, 79*). Praksē tās var aplūkot kā dažādas sekas, ko sabiedrībā rada mediju darbība, tās var būt gan funkcionālas (pozitīvas), gan disfunkcionālas (negatīvas), arī “atkārtas un slēptas” (*Wright, New York, 1984, 12*). Mediji piedalās sociālās kārtības nodrošināšanā

tādējādi, ka paši darbojas jau atzīto kultūras robežu ietvaros, “pārstāv sabiedrībā atzītos viedokļus un vērtības” (*Shoemaker, Reese, London, 1998, 225*). Mediju funkcijas var būt saistītas “ar mērķiem, prasībām vai ekspektācijām” (*Grosberg, Wartella, Whitney, London, 1998, 244*).

Nedaudz atšķiras mediju funkcijas no indivīda viedokļa. D. Makveils izveidojis šādu sarakstu: informācija, personiskā identitātes veidošana, integrācija un sociālā mijiedarbība, izklaide.

Tomēr mediju lietojumā ir daudzi grūti paredzami, subjektīvi un specifiski apstākļi, kas ne vien padara mediju lietojumu kopumā nestabilu, bet ietekmē katra indivīda mediju lietojumu atkarībā no ikdienas notikumiem, noskaņojumiem, daudzām nējaušībām, kam pakļauta cilvēka dzīve. Mediju lietojumu var saistīt ar dzīves stilu, dzimumu, cilvēki pievienojas noteiktu mediju auditorijai arī dažādu sociālu cēloņu rezultātā “daudz lielākā mērā nekā komunikatīvu motīvu dēļ” (*McQuail, London, 2005, 434*).

4. Mediju lietojuma un apmierinājuma teorija

Mediju lietojuma un apmierinājuma teorija skaidro indivīdu, noteiktu grupu un sabiedrības mediju izmantojumu un funkcijas, tā “pieder pie mediju socioloģiskās analīzes” (*Berger, California, 1998, 207*). Ņemot par pamatu mediju darbības funkcijas, teorija izdala auditorijas vajadzības un pieņem, ka mediju funkcijas atbilst auditorijas vajadzībām. Teorijā akcents likts uz komunikatora un saņēmēja mērķiem, iekļaujot arī mediju lietojuma motivāciju. Teorija mediju izvēles procesu skaidro kā dažādu sociālu un psiholoģisku rakstura vajadzību radītas gaidas no masu medijiem, kas noved pie atšķirīgiem mediju lietošanas modeļiem. Rezultātā šīs vajadzības tiek apmierinātas un “tiek gūts gandarījums” (*Katz, Blumberg, Gurevitch, Beverly Hills, 1974, 19*).

Mediju lietojuma un apmierinājuma modelis ir šāds:

- auditorija ir aktīva un tā izmanto medijus mērķtiecīgi;
- auditorijas locekļiem ir noteikta veida ekspektācijas par to, kāda veida saturs tiem ir jāpiedāvā un tās palīdz veikt mediju izvēli;
- mediji konkurē ar citiem vajadzību apmierināšanas avotiem (tādiem kā lasīšana, sarunas ar draugiem, pastaigas, gulēšana);
- vajadzības, ko apmierina masu mediji, ir daļa no vispārcilvēciskām vajadzībām;
- cilvēki pietiekami apzinās savas vajadzības, mediju izvēles un apmierinājumu, ko tie saņem mediju lietošanas procesā.

No šīs teorijas piekritēju teiktā izriet, ka auditorija atlasa, kad, kur un kā vēlas lietot medijus, tāpat tā atlasa informāciju, ko vēlas iegūt. V. Naitingeila izsaka pieņēmumu, ka sociālie faktori varētu būt iesaistīti mediju radītu vajadzību noteikšanā vismaz piecos veidos:

- 1) sociālās situācijas rada spiedienu un konfliktus, ko var atvieglot mediju lietojums;
- 2) sociālās situācijas rada problēmu apzināšanos un nepieciešamību meklēt medijos tādu informāciju, kas varētu palīdzēt risināt problēmas;

- 3) sociālās situācijas piedāvā reālās dzīves iespējas apmierināt noteiktas vajadzības, ko auditorija projicē uz masu medijiem ar vēlmi, lai šīs vajadzības tiktu apkalpotas;
- 4) sociālās situācijas aktualizē noteiktas vērtības, bet atbilstošu mediju produktu lietojums var šīs vērtības apstiprināt vai padarīt nozīmīgākas;
- 5) sociālās situācijas piedāvā ar noteiktiem mediju materiāliem saistītu ekspektāciju lauku, kas varētu tikt skaidrots pēc piederības noteiktām sociālām grupām.

Mediju apmierinājuma pētījumi ir pierādījuši, ka vieni un tie paši mediji var apmierināt ļoti dažādas vajadzības un sagādāt ļoti atšķirīgu apmierinājumu.

5. Pētījuma rezultāti

Nākamajā nodaļā aprakstīti 2008. gada rudenī un 2009. gada rudenī veiktā pētījuma būtiskākie rezultāti, kā arī iezīmēti nākamā pētījuma jautājumi.

Aptaujājot Latvijas augstskolu studentus un noskaidrojot viņu mediju lietojuma paradumus, aptverti visi mediju auditorijas pētniecības slāņi: mediju tipu izvēle, mediju saturs un tā izmantojums sociālās situācijās. Lai atklātu jauniešu mediju lietojuma īpatnības, tika izveidota anketa, kurā uzdotie jautājumi identificēja jaunu cilvēku piederības sajūtu pie noteikta mediju tipa, fiksēja mediju un medija satura izvēli dienas laikā un noskaidroja, kādas mūsdienīgas mediju tehnoloģiju iespējas ikdienā lieto respondenti.

Pētījuma tika realizēti šādi mērķi:

- izveidot jauniešu izmantoto mediju komplektu, kas atklāj biežāk lietotos plašsaziņas līdzekļus katrā mediju grupā;
- piemērojot šī pētījuma vajadzībām Helsinku universitātē radīto pētījumu formātu, izveidot jaunu cilvēku "Mediju dienu", noskaidrojot, kādus mediju jauni cilvēki izmanto dažādā dienas daļās.

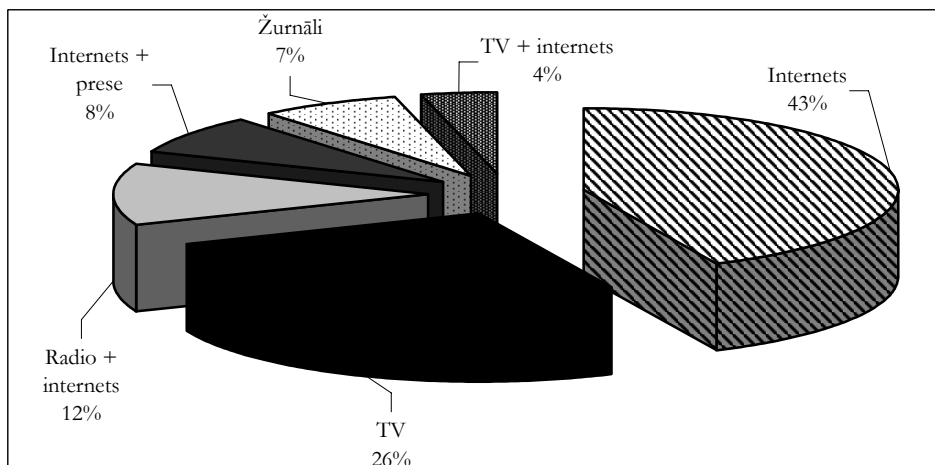
Pētījuma pirmajā daļā piedalījās 324 studenti (24% vīrieši, 76% sievietes) vecumā no 19 līdz 25 gadiem.

6. Jauniešu medija lietojuma īpatnības

Identificēšanās sajūta ar noteikta mediju veidu vai konkrēta medija auditoriju mediju lietojumā ir nozīmīga, jo parasti cilvēki saviem iecienītākajiem medijiem velta ilgāku laiku, vairāk uzticas to saturam un nereti izmanto tos ritualizēti. Identificēšanās parasti norāda uz dziļu medija lietojuma paradumu esamību.

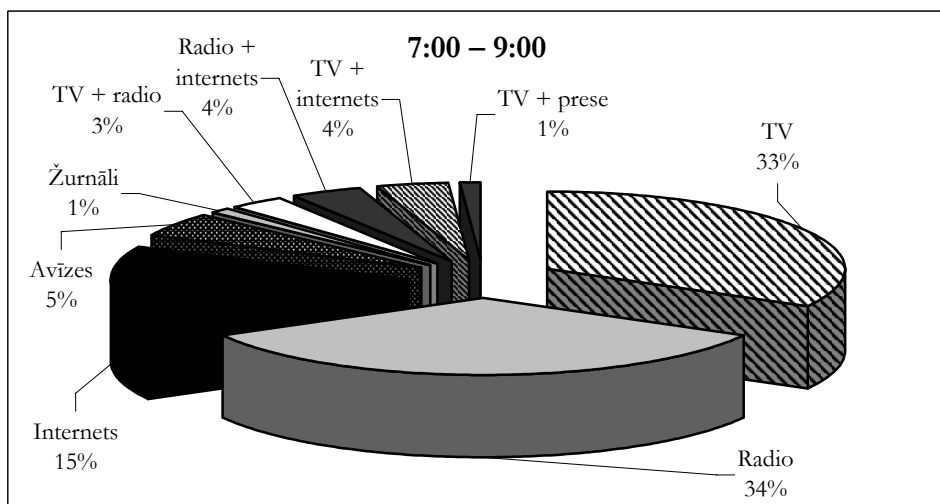
Aptaujātie studenti atzīst, ka izjūt piederības sajūtu galvenokārt interneta (43%) un TV (26%) auditorijai (2. attēls 107. lpp.). Mazāks skaits atzīst identificēšanos ar radio un interneta (12%), interneta un preses (8%), žurnālu (7%) un radio (4%) auditoriju. Pētījumā mēģināts uztvert arī aktuālo mediju lietojuma konverģences situāciju, kad indivīds vienlaikus izmanto vairākus medijus, kombinējot presi un elektroniskos medijus, elektroniskos medijus un internetu. Tātad mediju veida izvēle pati par sevi nenožīmē uzticību tā saturam, jo daļu no medijiem izvēlas citi cilvēki (ģimenes

locekļi, draugi, darba kolēģi) vai arī tā satura izvēle ir situatīva, pakļauta kādam notikumam vai vajadzībai.



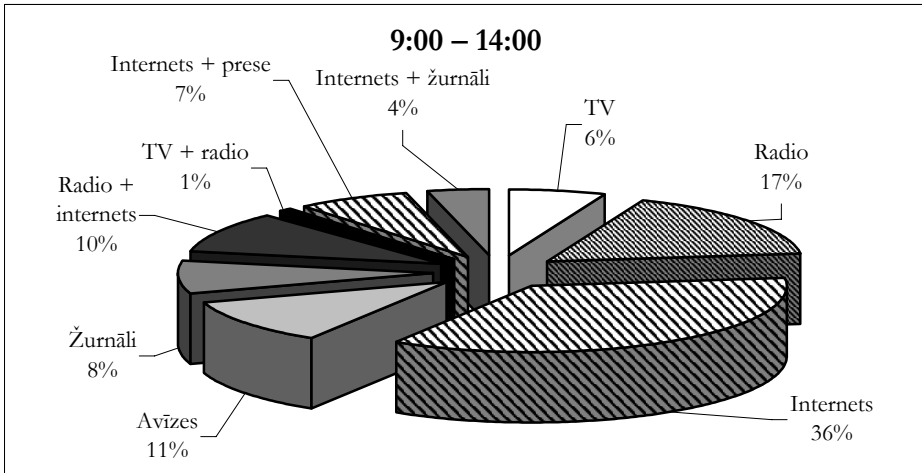
2. attēls. Jauniešu identificēšanās ar noteikta mediju veida auditoriju

Interneta un TV lietojuma nozīmi parāda arī jauniešu mediju lietojums dienas laikā. Lai gan no rīta – pirms mācībām vai darba – jauni cilvēki lielākoties izmanto TV (33%) un radio (34%) (3. attēls), tomēr 15% respondenti sāk savu dienu ar internetu. Radio vairs nav dominējošais rīta medijs, daļa jaunu cilvēku no rīta ieslēdz TV un atzīst, ka dienai sagatavojas ar LNT programmas “900 sekundes” palīdzību.



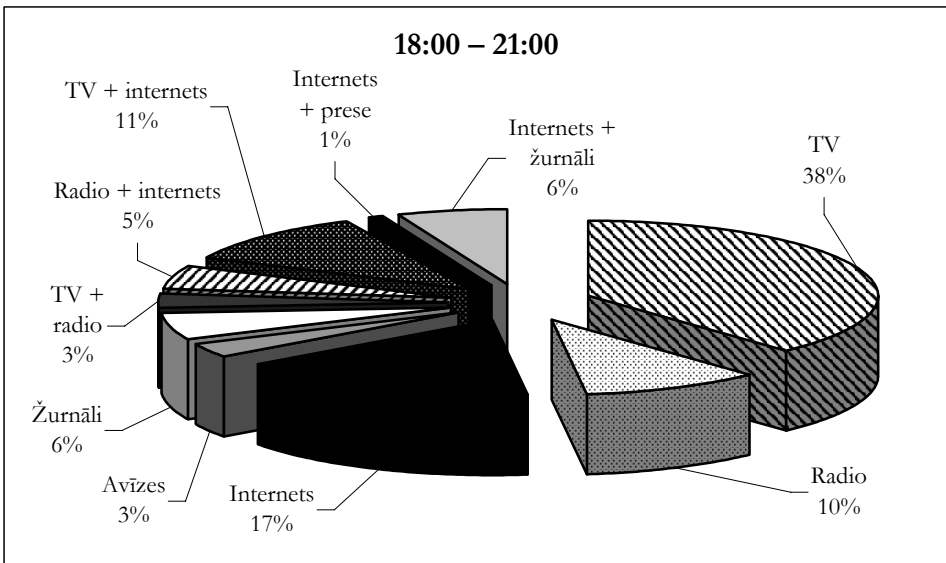
3. attēls. Mediju izvēle laikā no 7.00 līdz 9.00 no rīta

Arī turpmākajā dienas gaitā mediju lietojumā internetam ir nozīmīga vieta (4. attēls). Darba dienas laikā lielākā daļa respondentu (36% vai 35%) izmanto internetu, kad atrodas darbā, vai apmeklē augstskolu.



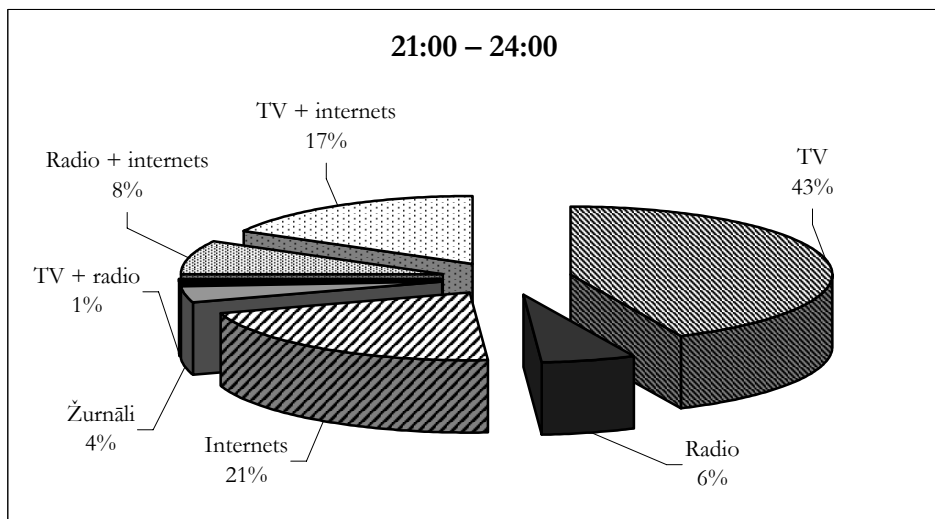
4. attēls. Mediju izvēle laikā no 9.00 līdz 14.00

Darba dienas otrajā daļā mediju lietojums ir gandrīz identisks dienas pirmajai pusei, savukārt vakaros (5. attēls) jaunieši no interneta lietājiem kļūst pārsvarā par TV skatītājiem (38%), jo pēc darba vai studijām dodas mājās un ieslēdz televizorus, kas nereti ir mājās notiekošo aktivitāšu fonā.



5. attēls. Mediju izvēle laikā no 18.00 līdz 21.00

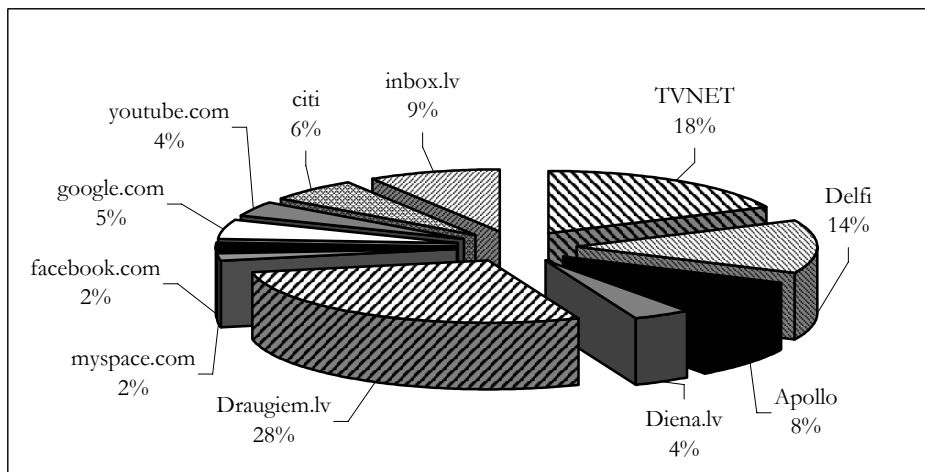
Vēlākajā vakara gaitā (6. attēls) pieaug TV skatītāju skaits (43%) un interneta (21%) lietotāju skaits. Jaunieši skatās TV šovus, seriālus, filmas vai lieto internetu komunikācijai sociālajos tīklos.



6. attēls. Mediju izvēle laikā no 21.00 līdz 24.00

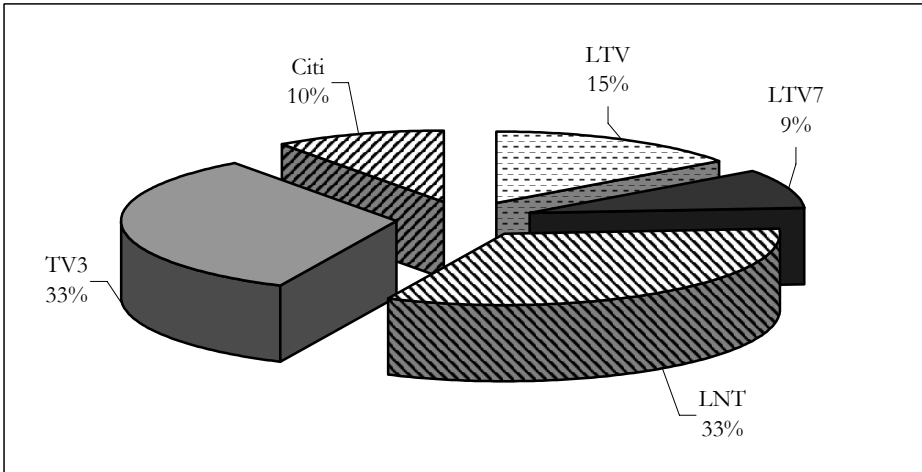
Naktī medijus izmanto tikai 17% no respondentiem. Priekšroka tiek dota internetam (32%) un radio (26%) vai TV (16%), kā arī interneta un vēl kāda medija vienlaicīgam lietojumam.

Vērtējot, kurus medijus no katra mediju veida biežāk izmanto jauni cilvēki, jāatzīst, ka interneta lietojumā dominē sociālais tīkls draugiem.lv (28%) un populārākie ziņu portāli (7. attēls).



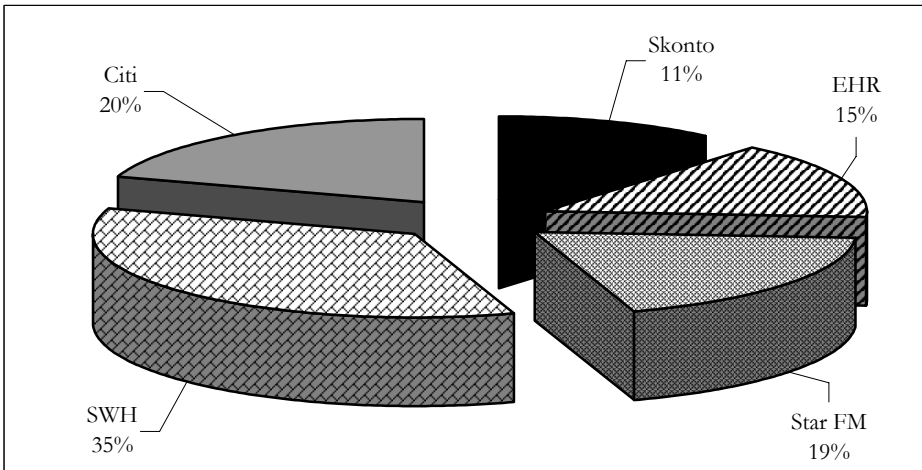
7. attēls. Jauniešu biežāk lietoto interneta mediju “komplekts”

Jauni cilvēki visbiežāk skatās komercteleviziju TV3 un LNT (33%) programmas (8. attēls). TV izmantojums pārsvarā ir ritualizēts, jo viņi izvēlas vienkārši pavadīt laiku pie televizora, nevis sekot konkrētām programmām, kanāliem vai produktiem.



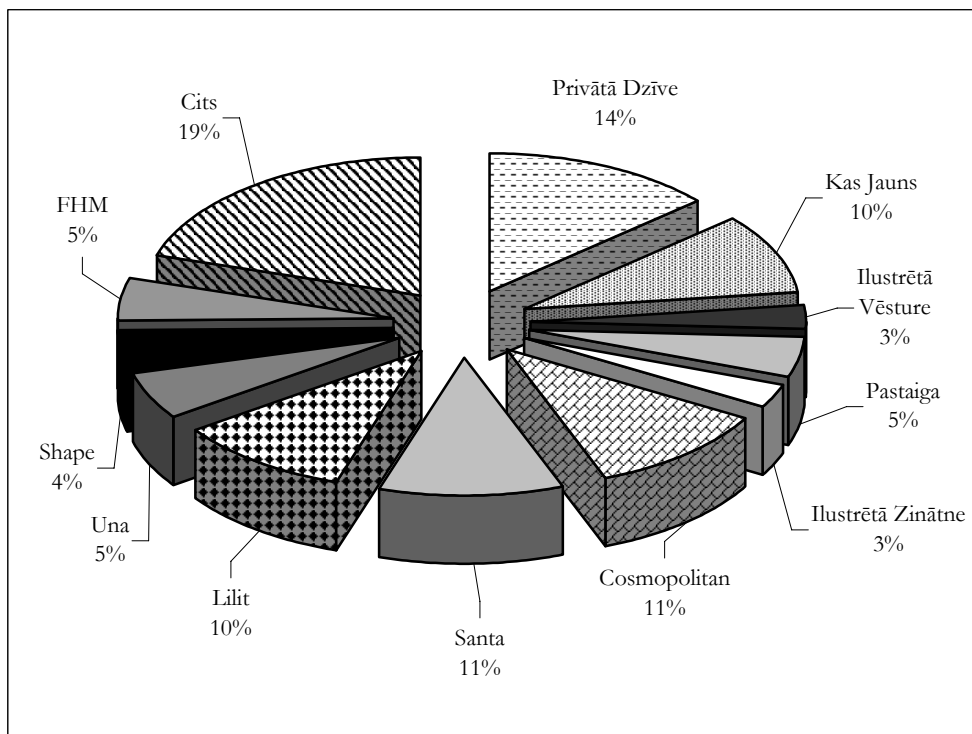
8. attēls. Jauniešu biežāk skatīto televīziju “komplekts”

Radio izvēle ir tradicionāla – respondenti klausās Latvijā populārākās pieaugušo mūsdienīgu popmūzikas kanālus, izvēlē dominē Radio SWH (35%). Tikai 15% respondentu atzina, ka ikdienā klausās jauniešiem adresēto European Hit Radio (EHR) (9. attēls).



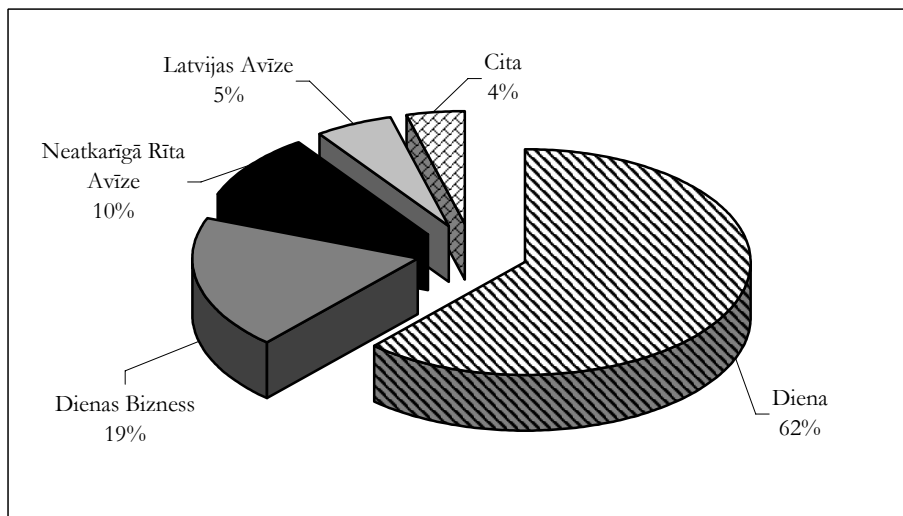
9. attēls. Jauniešu biežāk lietoto radio staciju “komplekts”

72% no respondentiem atzina, ka lasa preses izdevumus. Tomēr lielākā daļa izvēlas žurnālus (10. attēls) – pārsvarā dzimtes un slavenību izdevumus – tādus kā “Privātā Dzīve” (PDZ) un “Kas Jauns”. Žurnālu piedāvātā informācija ir noderīga socializācijas procesā, tā ļauj veidot vērtību sistēmu un identitāti. Slavenību žurnālu piedāvātais saturs tiek izmantots sarunas uzturēšanai, laika kavēšanai, tas nepieciešams, lai iejustos sabiedrībā.



10. attēls. Jauniešu biežāk lasīto žurnālu “komplekts”

Laikrakstus regulāri lasa tikai 17% respondentu (11. attēls 112. lpp.). Avīzes tiek lasītas galvenokārt darbā, tātad jaunieši nenosaka to iegādi. Respondentu vidū visbiežāk tiek lasīta Diena (52%) un Dienas Bizness (DB) (19%), mazāk lasa Neatkarīgo Rīta Avīzi (NRA) 10%, Latvijas Avīzi (LA) – 4% un citus laikrakstus.



11. attēls. Jauniešu biežāk lasīto laikrakstu "komplekts"

Noskaidrojot, kā jauni cilvēki izmanto mūsdienu mediju tehnoloģijas, nozīmīga anketas daļa tika veltīta jautājumiem, kas testē datorspēju, interneta televīzijas un radio, blogu, podkāstu un citu iespēju izmantojumu. Izrādījās, ka respondenti izvēlas tikai nedaudzas no minētajām tehnoloģijām.

Lielākajai daļai aptaujāto (66%) pieder mp3 failu atskaņotājs, jaunieši pārsvarā klausās pašu izvēlētu mūziku, jo tikai 14% izmanto podkāstus, ar kuru palīdzību saņem audio un video informāciju. 14% studentu (lielākoties vīrieši) atbildēja, ka spēlē datorspēles internetā. Savukārt jautājumu par interneta un mobilā radio un TV lietojumu, miniblogu portālu twitter.com lietojumu, populārās tiešsaistes datorspēles "Second Life" izmantojumu apkopojums nebija iespējams, jo uz tiem spēja atbildēt tikai nedaudzi respondenti.

Tomēr daudzi lasa (69%) un raksta (22%) blogus. Šis skaitlis atšķiras no mediju pētījumu firmas TNS Latvia 2008. gada rudenī veiktā pētījuma, kurā konstatēts, ka 8% no Latvijas iedzīvotājiem lasa vai raksta blogus. Jāprecizē, ka pārsvarā tās ir sociālo tīklu dienasgrāmatas, kas atspoguļo indivīda pārdomas un ikdienas notikumus. Salīdzinoši maz respondentu lasa tehnoloģiju, ekspertu vai noteikta satura blogus, ko piedāvā mediji vai blogu portāli.

Apkopojot jaunu cilvēku mediju lietojuma pētījuma pirmo posmu, var teikt, ka pierības sajūtu pie noteiktu mediju auditorijas nosaka identificēšanās ar biežāk izmantotajiem un saturiski tuvākajiem medijiem. Demogrāfiskajiem kritērijiem mediju izvēlē ir sekundāra nozīme, noteicošā ir indivīda dzīves situāciju un personisko interešu konverģence, ko, savukārt, nosaka sociālā vide.

Jauniešu mediju lietojumā noteicoša ir izklaides, novēršanās no realitātes un stresa remdēšanas, kā arī socializācijas un identitātes veidošanas funkcija. Prese nav zaudējusi jauniešus kā auditoriju, tomēr lielāku uzmanību jaunieši velta žurnāliem.

Jaunu cilvēku auditorija diezgan ierobežotā apjomā izmanto jaunākās mediju tehnoloģijas, izvēloties un regulāri lietojot tikai dažas no tām.

Jaunu cilvēku "Mediju dienu" ietekmē ģimenē iegūtie mediju lietošanas paradumi – tie raksturo jauniešus kā visumā tradicionālus mediju lietotājus. Tikai nedaudzi respondenti uzrādīja netipiskus mediju lietošanas paradumus, ko nosaka specifiskas intereses vai alternatīvs dzīves stils.

Jauni cilvēki demonstrē pasīvu mediju lietošanu, izvēloties noteikta tipa medijus (pārsvarā TV un laikrakstus), savukārt aktivitāte redzama mediju satura izvēlē – tā raksturo tiešsaistes mediju izmantojumu un žurnālu lasīšanu.

Pētījuma dati liek uzdot vēl citus jautājumus par jauniešu mediju lietošanu, tāpēc tas tiks attīstīts šādos virzienos: respondentu lokā iekļaujot jaunus cilvēkus, kas nav augstskolu studenti; lai noskaidrotu mediju lietošanas transformāciju, pētījuma datus tiks identificētas respondentu apakšgrupas; sīkāk tiks apkopoti dati par izmantoto mediju saturu.

Literatūras saraksts

1. Berger, Arthur Asa, *Media analysis techniques*, 2nd ed., Thousand Oaks, Calif.: Sage Publications, 1998.
2. Gauntlett, David. *Media, gender and identity: an introduction*. London; New York: Routledge, 2002.
3. Gillespie, M., *Media Audiences*, England: Open University Press, 2005.
4. Grosberg, L., Wartella E., Whitney C., *Media Making: Mass Media in a Popular Culture*, London: SAGE Publications, 1998.
5. Katz E., Blumler J.G., Gurevitch M. Utilization of mass communication by the individual. *The uses of mass communications: Current perspectives on Gratifications Research*. Beverly Hills: SAGE, 1974.
6. McQuail, Denis, *Media Performance: Mass Communication and the Public Interest*, London: Sage Publications Ltd., 1992.
7. McQuail, D. *Audience Analysis*. Thousand Oaks : SAGE Publications, 1997.
8. McQuail, D. *McQuail's Mass Communication Theory*. 4th ed. London: SAGE Publications, 2000.
9. McQuail, D., *McQuail's Mass Communication Theory, Fifth Edition*, London: SAGE Publications, 2005.
10. McQuail D., Windahl S. *Communication Models, Second Edition*. – London: Longman, 2007.
11. Nithingale, Virginia, Ross, Karen. *Critical readings: Media and the Audiences*, England: Open University Press, 2003.
12. Perse, Elizabeth M., Ferguson, Douglas, A. *Audience activity and the third generation of television*, London: SAGE Publications, 2003.
13. Rosengreen E.K. *Media Effects and Beyond, Culture, socialization and lifestyles*: Routledge: London and New York, 1994.
14. Shoemaker, P. J., Reese, S. D. *Mediating the Message*. London: SAGE Publications, 1998.
15. Stevenson Nick, *Understanding Media Cultures*. SAGE Publications Ltd, London, 1997.
16. Sullivan Thomas J. *Methods of Social Research*.: Harcourt College publishers, 2001
17. *The Uses of mass communications: current perspectives on gratifications research* / Jay G. Blumler and Elihu Katz, Beverly Hills : Sage Publications, 1974.
18. Wimmer R.D., Dominick J.R. *Mass media research, An Introduction*. – 5th Ed.: Wadsworth Publication Company. 1997.
19. Wright, Ch. R., *Mass Communication: A Sociological Perspective*. 3rd ed. New York: McGraw-Hill, 1984.

PĀRMAIŅAS REKLĀMĀ LATVIJĀ 2009. GADĀ ADVERTISING CHANGES IN LATVIA 2009

Valdis Tilgalis, MBA

School of Business Administration *Turība*, Latvia

There were significant changes in the advertising market in Latvia in 2009. Investments in previously the biggest media segment – print media decreased by more than 50%, but investments in the most rapidly growing segment – Internet, is still only about 10% of the whole advertising media market. The study is dedicated to the possible development of advertising market and what changes in advertising are expected in Latvia in the near future.

Key words: receivers are interested in advertisements, which they can set by themselves

This survey is targeted at the situation changes in advertising market and consumers' attitude to advertising in Latvia in 2009.

It is no doubt that during the last year there have been significant changes in advertising market in Latvia. Investments in previously the biggest media segment – print media decreased by more than 50%, but investments in the most rapidly growing segment – Internet, is still only 10% of the whole advertising media market. It causes real problems for media owners, journalists, and seems to lead us to significant changes in advertising and the advertising media market.

Hypothesis

More than 50% of advertising receivers in Latvia in 2009 are interested in advertisements, which they can set by themselves – what exactly, in what amount, when and where they want to receive.

The report is based on:

- Consumerism theory (Oldroyd, M. 2006, p.61; CIM, 2009; Consumerism, 2009);
- New Media theory (New Media Theory, 2009; New Media Theory Blog, 2009);
- Diffusion of Innovations theory (Rogers, E.M., 1995);
- Uses and Gratifications Approach (The Uses and Gratifications Approach in the Internet Age, 2009);
- Permission marketing (Seth Godin PM, 2009; Permission marketing, 2009);
- Media Market data analysis (Computerworld Internet blog, 2009; Forrester Research, 2009; Internet statistics, 2009; Latvian Advertising Association, 2009; Predictions, 2009; Why people buy, 2009; The World Factbook, 2009; World Summit on the Information Society, 2005);
- Preliminary survey – more than 100 respondents.

Terms used for the report:

Consumerism: defined by the American Heritage Dictionary is the “theory that a progressively greater consumption of goods is economically beneficial”. Consumerism theory describes the effects of equating personal happiness with purchasing material possessions and consumption.

(The American Heritage Dictionary of the English Language, 2009)

Permission marketing: is a term used in marketing in general and e-marketing specifically. Marketers will ask permission before advancing to the next step in the purchasing process. For example, they ask permission to send advertisements to prospective customers. Marketers feel that this is a more efficient use of their resources because advertisements are only sent to people that are actually interested in the product. (Permission marketing, 2009; Seth Godin PM, 2009)

From Consumerism theories, as it is described in American Heritage Dictionary “theory that a progressively greater consumption of goods is economically beneficial” (The American Heritage Dictionary of the English Language, 2009) and In Chartered Institute of Marketing (CIM) I find out that Consumerism theory describes the effects of equating personal happiness with purchasing material possessions and consumption. (CIM, 2009)

Consumerism is understood to be good for the country and good for the individual. It keeps the economy growing and allows individuals to pursue the happiness that is believed to lie at the end of a successful shopping spree or bargain hunt.

Whatever its roots, consumerism is embraced by nations and individuals alike and the consumer utopia, the new American Dream, has now become the dream of many developing nations.

I am interested especially in consumer behavior using the new media, particularly Internet.

The Internet is the preferred medium of the consumer. (Naomi Klein, 2000)

To my mind the Internet creates the real consumers’ society, where consumer feels himself as a king. He makes the decisions – what to buy, and in what he has no interest.

What were the trends of media usage in Latvia, 2009?

The most significant decrease is in print media in Latvia now. Investments in print media decreased by more than 50% at the first half of this year in comparison with the first half of previous year. Print media circulations were reduced. (Latvian Advertising Association, 2009)

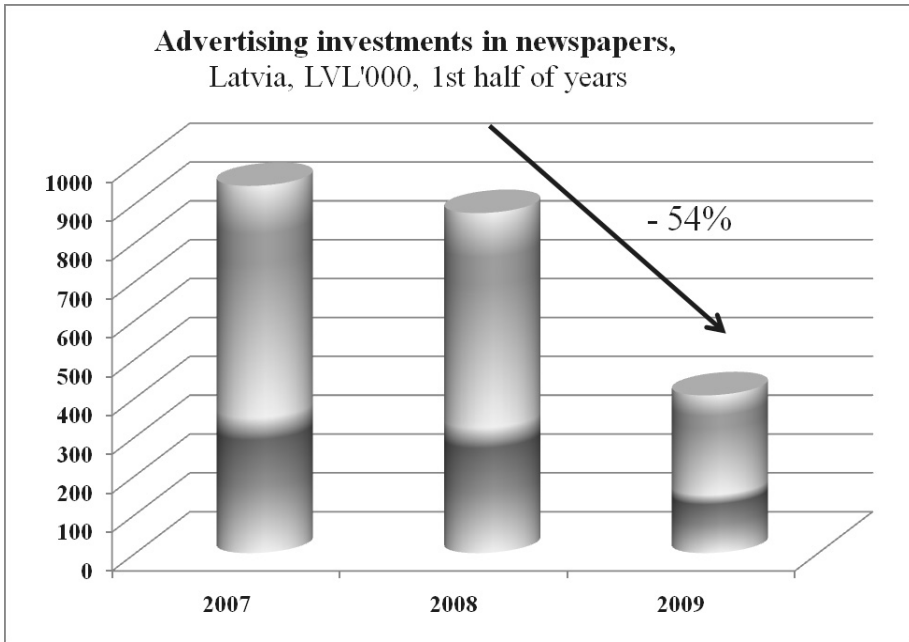


Figure 1
Source: Latvian Advertising Association, LRA, Aug. 2009

Total investments in media advertising in Latvia decreased by 41% during the first half of this year in comparison with the first half of previous year.

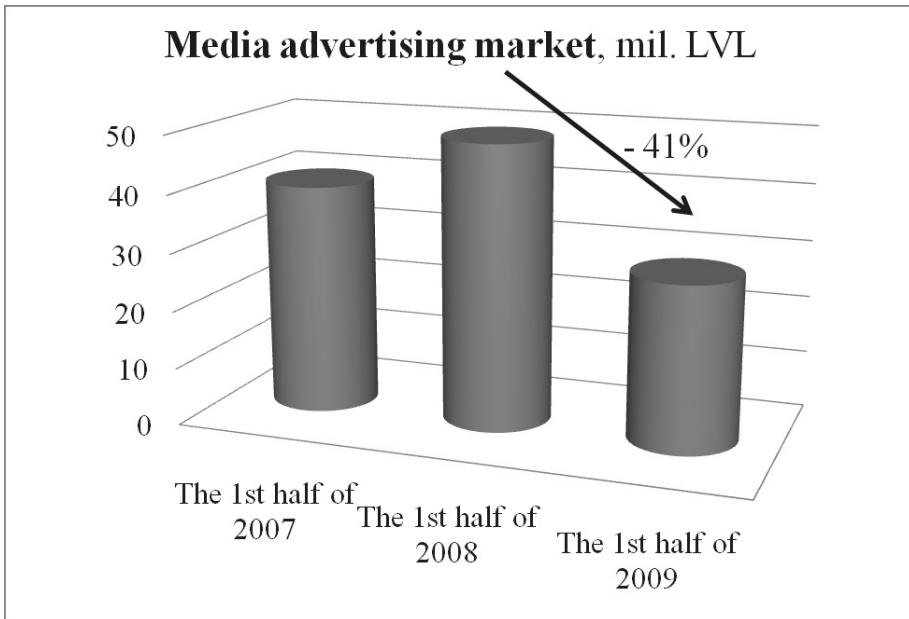


Figure 2
Source: Latvian Advertising Association, LRA, Aug. 2009

Similar situations exist in neighbour countries.

For example in Latvia, Internet has been the fastest growing media for the last 5 years.

Investments in advertising on Internet, which determines the development of this media, is growing at almost 100% annually, but still it is only about 10% of total media advertising investments.

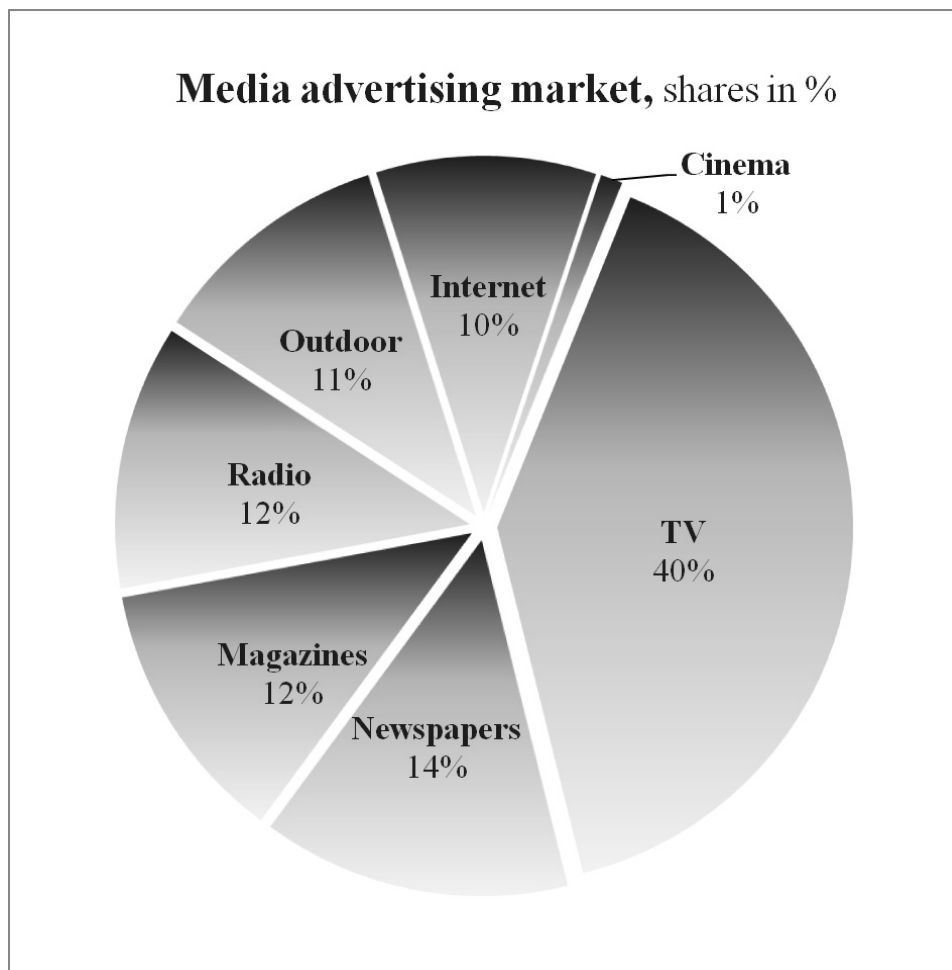


Figure 3

Source: Latvian Advertising Association, LRA, Aug. 2009

Internet usage worldwide

According to the Internet World Stats update for population in all the countries, the new total, based on the U.S. Census Bureau data- an estimated world population of 6,789,627,419 for mid-year 2009. 1,663 billion of them are Internet users for June 30, 2009. It gives us a penetration rate of 24.5% worldwide. (The World Factbook, 2009)

Table 1

Internet users in Latvia, and other countries

	Latvia	Lithuania	Estonia	European Union	Switzerland
Population (2009 est.)	2,130,819	3,555,179	1,299,371	489,241,261	7,604,467
Internet Users, Latest Data	1,324,800	2,103,471	854,6	308,967,801	5,762,700
Penetration, (% Population)	62.2 %	59.2 %	65.4 %	63.2 %	75.8 %
User Growth, (2000–2009)	783.2 %	834.9 %	133.1 %	227.3 %	170.0 %

Source: <http://www.internetworldstats.com>, aug. 2009

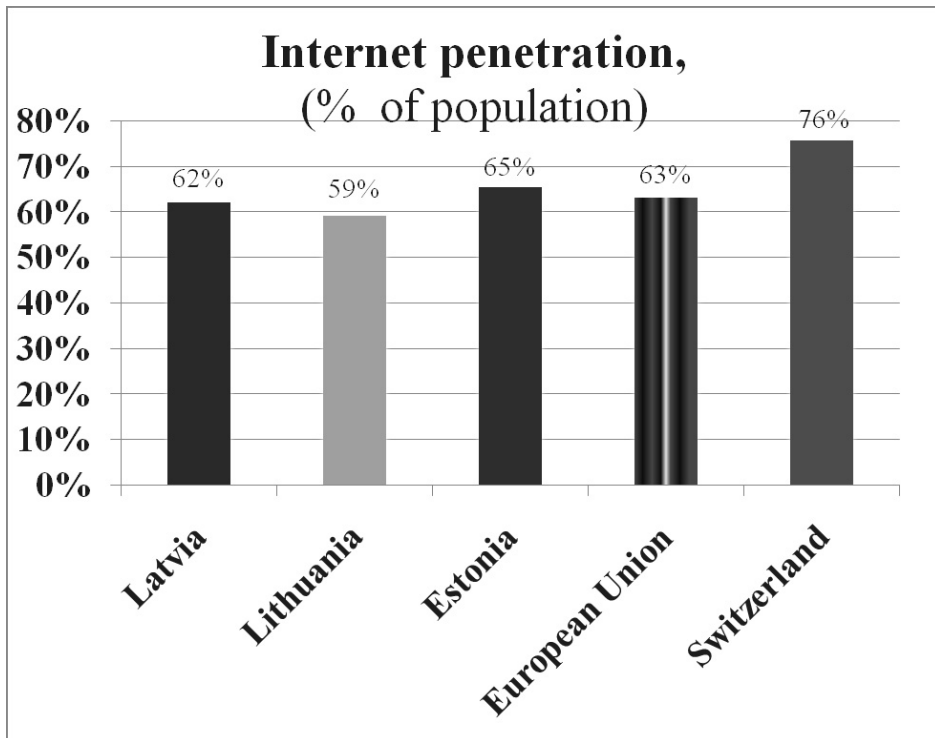


Figure 4

Source: <http://www.internetworldstats.com>, aug. 2009

How consumers will act on the Internet could determine the future of media as a whole.

What trends I see?

It is assumed that most of people suppose – information on the Internet should be free of charge. And the best– without advertisements that they are not interested in.

We know the saying “there ain't no free lunch”. It's true, of course. Everything has to be paid for in the long run.

Now everyone can make the content on Web 2.0 level platforms.

Professional journalists are losing their jobs.

How to solve the problem, that many good journalists will not be paid through traditional print media, when financing from advertising has been decreasing in print media, but it is not sufficient enough on Internet yet?

Currently, the most producers, advertisers are trying to push people with a huge amount of advertisements. It makes people nervous. We should “not to sell things, but to help customers buy them”. (Why people buy, 2009)

But if we try to understand consumers' decision making processes better, and if we offered consumers to choose what he or she really wants to see, to read, to listen? What kind of advertisements to get, what amount, and – what to buy afterwards?

It would be much better to allow the consumer to choose – what he or she really wants. Isn't it?

Technological developments allow us to do it.

From my point of view, it is only a matter of time when aggressive advertising activities, even through permission marketing, will change significantly. Then the communication will start not from the advertisers side, but from the consumers side. Also interactive communication, but from the consumers side, not from the advertisers side.

Consumers will determine what, when, what amount they want to get. It will create the demand for the advertisers, and advertisers could offer to customers exactly what they want, not what the advertiser thinks the customer should need.

Everyone will be able to get what exactly he or she wants, to satisfy customer needs.

All will be winners!

To prove my idea, in spring 2009, I made preliminary a survey – through a questionnaire asked more than 100 Internet users in Latvia:

“Would you accept to receive advertisements through Internet, if you could select what exactly, in what amount and when to receive?”

In more than 80% of more than 100 questionnaires the answer was – Yes! Consumers are interested in such advertisements, and they will accept them, if the decision comes from the consumers' side. Therefore my hypothesis was proved. Great!

I think it is worth to work on it further! And I will do it!

My idea is that taking in mind consumers' answers, it is worth to think about communication change – starting from the consumers' side, not from the advertisers' side, as it is now, to satisfy the consumers and to keep the advertising market on a certain level.

Sources

1. The American Heritage Dictionary of the English Language, Fourth Edition, 2009, Houghton Mifflin Company
 2. Oldroyd, M. CIM Coursebook 06/07 Marketing Environment, 2006, CIM
- Literature:
3. Klein, N., No logo: Taking Aim at the Brand Bullies, 2000, Toronto: Knopf
 4. Rogers, E.M., Diffusion of innovations, 1995, (4th edition), The Free Press. New York
- Internet sources:
5. Chartered Institute of Marketing (CIM): <http://www.cim.co.uk/home.aspx> Mar, 2009
 6. Computerworld Internet blog: <http://blogs.computerworld.com/internet> Aug, 2009
 7. Consumerism: <http://www.empereur.com/DOC/Consumerism.html>; Mai, 2009
 8. Digital Marketing Blog: http://nickbaggott.typepad.com/crm/digital_marketing_strategy/
 9. Forrester Research: <http://www.forrester.com/Research> Aug, 2009
 10. Internet statistics <http://www.internetworldstats.com>; Aug, 2009
 11. Latvian Advertising Association <http://www.lra.lv>; Aug, 2009
 12. New Media Theory Blog: tigerlilynewmediatheory.blogspot.com/
 13. New media theory <http://newmediatheory.net/>
 14. Permission marketing: <http://www.fastcompany.com/magazine/14/permission.html>; Jun, 2009
 15. Predictions 2009: <http://blog.inedhits.com/search-news/predictions-2009-what-to-expect-in-search-social-and-online-marketing-in-2009-23352891.html> Apr, 2009
 16. Seth Godin PM: http://sethgodin.typepad.com/seths_blog/2008/01/permission-mark.html; 2009
 17. The Uses and Gratifications Approach in the Internet Age http://www.allacademic.com/meta/p113437_index.html, New Orleans, LA, May 27, 2004
 18. Why people buy?: <http://www.whypeoplebuy.com/> Mar, 2009
 19. The World Factbook: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/> Aug, 2009
 20. World Summit on the Information Society: <http://www.itu.int/wsis/tunis/newsroom/stats>, Aug, 2009