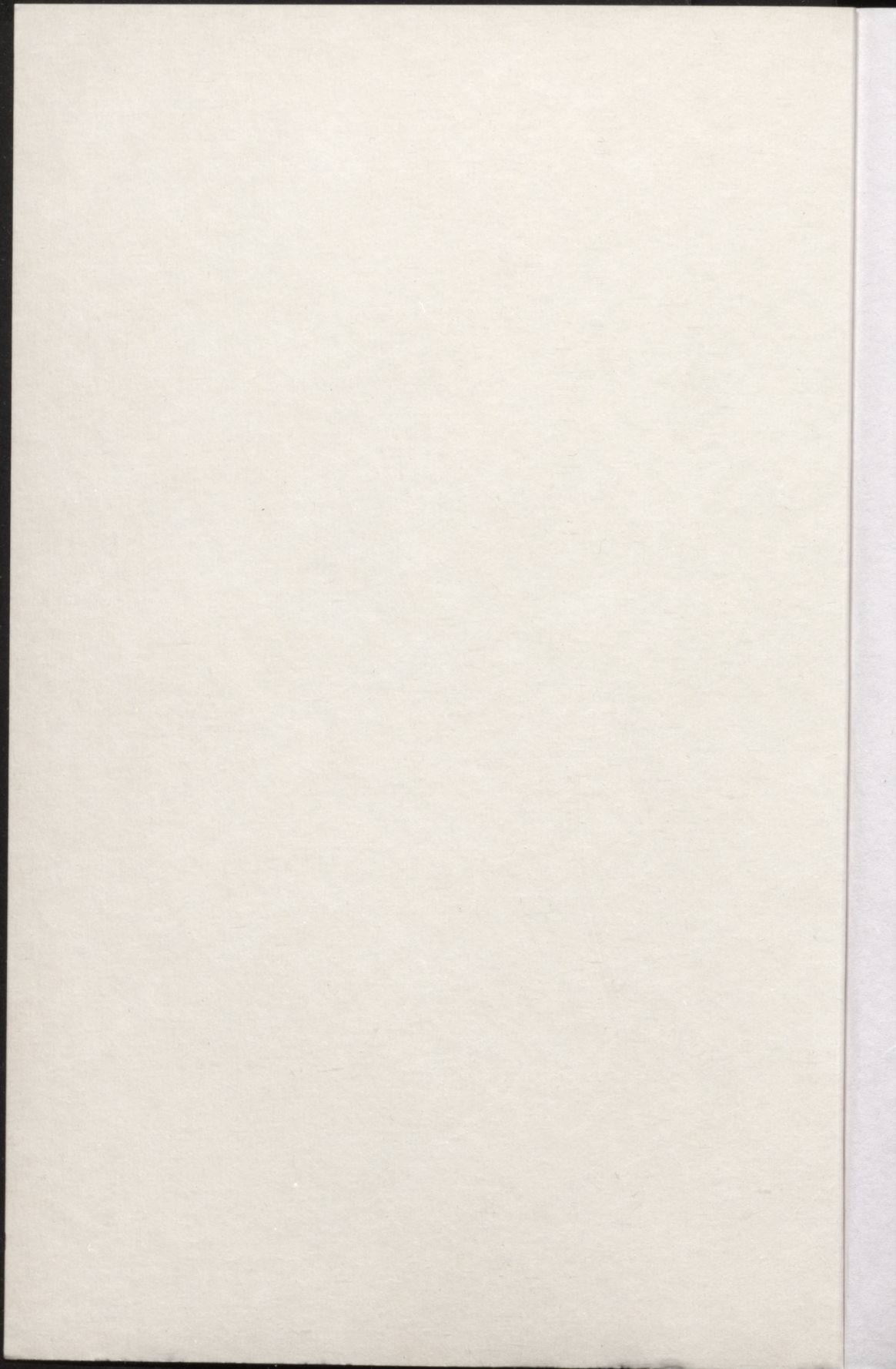




radiožurnālistika

sergejs kruks





radiožurnālistika
sergejs kruks

Pateicības

Mana pateicība Ligitai Zandovskai par palīdzību šīs grāmatas izdošanā.

Paldies žurnālistiem Anitai Martinsonai, Mudītei Paeglei, Mārai Varikai, Aivaram Zilem, radio režisorei Antonijai Apelei, diktorei Mārai Eglītei, skaņu režisorei Rasmītei Daņiļevskai, skaņu operatorei Mirdzai Ziemelei par pirmajām mācībām radiožurnālistikā.

Esmu pateicīgs Brigītai Zašnei (*TNS Latvia*) par sniegtajiem auditorijas pētījumu datiem.

Saturs

Priekšvārds. <i>Ligita Zandouska</i>	7
<i>Pirmā nodaļa. Sabiedrība</i>	9
<i>Otrā nodaļa. Radio</i>	29
<i>Trešā nodaļa. Dzirde</i>	34
<i>Ceturtnodaļa. Tehnika</i>	36
<i>Piektā nodaļa. Žanri</i>	53
<i>Sestā nodaļa. Valoda</i>	55
<i>Septītā nodaļa. Intervija</i>	71
<i>Astotā nodaļa. Komentārs</i>	87
<i>Devītā nodaļa. Reportāža</i>	89
<i>Desmitā nodaļa. Ziņas</i>	97
<i>Vienpadsmitā nodaļa. Diskusija</i>	104
<i>Divpadsmitā nodaļa. Apskats</i>	109
<i>Trīspadsmitā nodaļa. Radiožurnāls</i>	112
<i>Četrpadsmitā nodaļa. Telefonprogramma</i>	117
<i>Piecpadsmitā nodaļa. Auditorija</i>	123
<i>Sešpadsmitā nodaļa. Formāts</i>	132
<i>Septiņpadsmitā nodaļa. Balss</i>	154
<i>Astoņpadsmitā nodaļa. Skaņas</i>	162
<i>Devīnpadsmitā nodaļa. Raidstacijas Latvijā</i>	171
<i>Divdesmitā nodaļa. Auditorija Latvijā</i>	182
Hronoloģija	215
Vārdnīca	222
Literatūra	228

26112

1	Introduction
2	Chapter I
3	Chapter II
4	Chapter III
5	Chapter IV
6	Chapter V
7	Chapter VI
8	Chapter VII
9	Chapter VIII
10	Chapter IX
11	Chapter X
12	Chapter XI
13	Chapter XII
14	Chapter XIII
15	Chapter XIV
16	Chapter XV
17	Chapter XVI
18	Chapter XVII
19	Chapter XVIII
20	Chapter XIX
21	Chapter XX
22	Chapter XXI
23	Chapter XXII
24	Chapter XXIII
25	Chapter XXIV
26	Chapter XXV
27	Chapter XXVI
28	Chapter XXVII
29	Chapter XXVIII
30	Chapter XXIX
31	Chapter XXX
32	Chapter XXXI
33	Chapter XXXII
34	Chapter XXXIII
35	Chapter XXXIV
36	Chapter XXXV
37	Chapter XXXVI
38	Chapter XXXVII
39	Chapter XXXVIII
40	Chapter XXXIX
41	Chapter XL
42	Chapter XLI
43	Chapter XLII
44	Chapter XLIII
45	Chapter XLIV
46	Chapter XLV
47	Chapter XLVI
48	Chapter XLVII
49	Chapter XLVIII
50	Chapter XLIX
51	Chapter L
52	Chapter LI
53	Chapter LII
54	Chapter LIII
55	Chapter LIV
56	Chapter LV
57	Chapter LVI
58	Chapter LVII
59	Chapter LVIII
60	Chapter LIX
61	Chapter LX
62	Chapter LXI
63	Chapter LXII
64	Chapter LXIII
65	Chapter LXIV
66	Chapter LXV
67	Chapter LXVI
68	Chapter LXVII
69	Chapter LXVIII
70	Chapter LXIX
71	Chapter LXX
72	Chapter LXXI
73	Chapter LXXII
74	Chapter LXXIII
75	Chapter LXXIV
76	Chapter LXXV
77	Chapter LXXVI
78	Chapter LXXVII
79	Chapter LXXVIII
80	Chapter LXXIX
81	Chapter LXXX
82	Chapter LXXXI
83	Chapter LXXXII
84	Chapter LXXXIII
85	Chapter LXXXIV
86	Chapter LXXXV
87	Chapter LXXXVI
88	Chapter LXXXVII
89	Chapter LXXXVIII
90	Chapter LXXXIX
91	Chapter LXXXX
92	Chapter LXXXXI
93	Chapter LXXXXII
94	Chapter LXXXXIII
95	Chapter LXXXXIV
96	Chapter LXXXXV
97	Chapter LXXXXVI
98	Chapter LXXXXVII
99	Chapter LXXXXVIII
100	Chapter LXXXXIX
101	Chapter LXXXXX
102	Chapter LXXXXXI
103	Chapter LXXXXXII
104	Chapter LXXXXXIII
105	Chapter LXXXXXIV
106	Chapter LXXXXXV
107	Chapter LXXXXXVI
108	Chapter LXXXXXVII
109	Chapter LXXXXXVIII
110	Chapter LXXXXXIX
111	Chapter LXXXXXX
112	Chapter LXXXXXXI
113	Chapter LXXXXXXII
114	Chapter LXXXXXXIII
115	Chapter LXXXXXXIV
116	Chapter LXXXXXXV
117	Chapter LXXXXXXVI
118	Chapter LXXXXXXVII
119	Chapter LXXXXXXVIII
120	Chapter LXXXXXXIX
121	Chapter LXXXXXXX
122	Chapter LXXXXXXXI
123	Chapter LXXXXXXXII
124	Chapter LXXXXXXXIII
125	Chapter LXXXXXXXIV
126	Chapter LXXXXXXXV
127	Chapter LXXXXXXXVI
128	Chapter LXXXXXXXVII
129	Chapter LXXXXXXXVIII
130	Chapter LXXXXXXXIX
131	Chapter LXXXXXXX
132	Chapter LXXXXXXXI
133	Chapter LXXXXXXXII
134	Chapter LXXXXXXXIII
135	Chapter LXXXXXXXIV
136	Chapter LXXXXXXXV
137	Chapter LXXXXXXXVI
138	Chapter LXXXXXXXVII
139	Chapter LXXXXXXXVIII
140	Chapter LXXXXXXXIX
141	Chapter LXXXXXXX
142	Chapter LXXXXXXXI
143	Chapter LXXXXXXXII
144	Chapter LXXXXXXXIII
145	Chapter LXXXXXXXIV
146	Chapter LXXXXXXXV
147	Chapter LXXXXXXXVI
148	Chapter LXXXXXXXVII
149	Chapter LXXXXXXXVIII
150	Chapter LXXXXXXXIX
151	Chapter LXXXXXXX
152	Chapter LXXXXXXXI
153	Chapter LXXXXXXXII
154	Chapter LXXXXXXXIII
155	Chapter LXXXXXXXIV
156	Chapter LXXXXXXXV
157	Chapter LXXXXXXXVI
158	Chapter LXXXXXXXVII
159	Chapter LXXXXXXXVIII
160	Chapter LXXXXXXXIX
161	Chapter LXXXXXXX
162	Chapter LXXXXXXXI
163	Chapter LXXXXXXXII
164	Chapter LXXXXXXXIII
165	Chapter LXXXXXXXIV
166	Chapter LXXXXXXXV
167	Chapter LXXXXXXXVI
168	Chapter LXXXXXXXVII
169	Chapter LXXXXXXXVIII
170	Chapter LXXXXXXXIX
171	Chapter LXXXXXXX
172	Chapter LXXXXXXXI
173	Chapter LXXXXXXXII
174	Chapter LXXXXXXXIII
175	Chapter LXXXXXXXIV
176	Chapter LXXXXXXXV
177	Chapter LXXXXXXXVI
178	Chapter LXXXXXXXVII
179	Chapter LXXXXXXXVIII
180	Chapter LXXXXXXXIX
181	Chapter LXXXXXXX
182	Chapter LXXXXXXXI
183	Chapter LXXXXXXXII
184	Chapter LXXXXXXXIII
185	Chapter LXXXXXXXIV
186	Chapter LXXXXXXXV
187	Chapter LXXXXXXXVI
188	Chapter LXXXXXXXVII
189	Chapter LXXXXXXXVIII
190	Chapter LXXXXXXXIX
191	Chapter LXXXXXXX
192	Chapter LXXXXXXXI
193	Chapter LXXXXXXXII
194	Chapter LXXXXXXXIII
195	Chapter LXXXXXXXIV
196	Chapter LXXXXXXXV
197	Chapter LXXXXXXXVI
198	Chapter LXXXXXXXVII
199	Chapter LXXXXXXXVIII
200	Chapter LXXXXXXXIX

Priekšvārds

Radio ir 20. gadsimta tehnikas brīnums. No 1925. gada 1. novembra – dienas, kad darbību sāka deviņpadsmitā radiostacija Eiropā jeb Latvijas Radiofons, – mūs šķir jau astoņdesmit gadi.

«Rīga – Radiofons. Labvakar!» – ar šādiem vārdiem astoņos vakarā sākās pirmā pārraide. Toreiz bija reģistrējies tikai 331 abonents, un atliek vien minēt, kādas emocijas klausītājos raisīja šis radiosignāls. Pagāja astoņi gadu desmiti, pasaules karš un piecas politiskās varas maiņas Latvijā līdz brīdim, kad ieslēgt radio un izvēlēties kādu no daudzajām raidstacijām ir gluži ierasts ikdienas rituāls. Arī Latvijas Radiofons šajā laikā ir izaudzis par Latvijas Radio – raidstaciju ar pieciem kanāliem, kuru viļņos un arī internetā iespējams atrast tematiski visdažādākos raidījumus. Tās ir ziņas, politika, kultūra, sports, izklaide, mūzika, radio teātris, arī gadu desmitos krātais radio ierakstu arhīvs, kas ir daļa no Latvijas kultūrvēsturiskā mantojuma.

Pagājušā gadsimta tehnikas bērns – radio – līdz pat šai dienai ir audzis, attīstījies, izturējis sīvu konkurenci ar televīziju un milzīgo pasaules datortīmekli. Radio vēsture Latvijā ir gājusi roku rokā ar pagājušā gadsimta vēstures notikumiem, varas maiņām, politiskajiem režīmiem un ļaužu biogrāfijām. Tāpat kā radioviļņiem, atšķirīgas amplitūdas ir piemitušas arī mūsu radiožurnālistikas principiem. Var pat teikt, ka radiožurnālistikas teorētiskie pamati Latvijā vēl tikai veidojas un šī grāmata ir pirmais izdevums latviešu valodā par radiožurnālistikas teorijas un prakses jautājumiem.

Esmu pateicīga grāmatas autoram Sergejam Krukam, kura karjeras aizsākums cieši saistīts ar Latvijas Radio «zvaigžņu stundu» – Atmodas laiku, barikāžu dienām, kad cilvēki vairākas diennaktis nešķīrās no saviem radiouztvērējiem, puču, kad šis grāmatas autors bija viens no žurnālistiem, kas strādāja pagrīdes radiostacijā. Vēlāk Sergejs Kruks izveidoja radiokanālu «Doma laukums» un arī šobrīd, būdams labākais radio žurnālistikas eksperts Latvijā, nekad neat-saka savu padomu radio programmas kvalitātes uzlabošanai.

Ceru, ka šī grāmata, Latvijas Radio astoņdesmitgades svinību izdevums, būs lielisks palīgs gan radio darbiniekiem, gan klausītājiem visā Latvijā un vienlaikus arī pierādījums, ka radio skanējums nav zaudējis savu valdzinājumu pat 21. gadsimtā.

Ligita Zandovska (Latvijas Radio)

pirmā nodaļa

Sabiedrība

Radio ir jau 110 gadu vecs, Latvijas Radio apritēja 80, bet savas pastāvēšanas vēsturē šī komunikācijas ierīce atklāja arvien jaunas iespējas un izteiksmes līdzekļus. Radio spēja izdzīvot tad, kad tam paredzēja bojāeju citu iespaidīgāku tehnoloģiju ietekmē – televīzija, kompaktdisks, internets. Izdzīvoja, jo nepārtraukti pielāgojās mainīgam cilvēku dzīvesveidam un pats veicināja jaunus paradumus.

Radio ir tāds, kādi esam mēs paši. Inženieri izgudro rīkus, nevis žurnālistikas un mākslas žanrus. Jaunā komunikācijas tehnika auditorijai uzreiz neatklāj jaunas vajadzības un nerada tās, bet vispirms mēs to piemērojam jau zināmiem modeļiem. Sākumā radio bija runājošā avīze, savukārt televīziju mūsu priekšteči uztvēra kā radio ar bildi. Šajā nodaļā es nepretendēju izklāstīt visu gadsimtu garo radio vēsturi, vēlos tikai iezīmēt dažas tehnoloģiskās, sociālās un mākslinieciskās norises, kas savstarpējā mijiedarbībā ietekmēja mūsu sapratni par to, kas tad ir radio.

Kurš ir tēvs?

Radio priekšgājējs ir radiotelegrāfs – ierīce Morzes signālu pārraidīšanai bez vadiem, «pa gaisu». Visi piekrit, ka radio ir izgudrots 1895. gadā, taču strīdi par īsto izgudrotāju joprojām nerimst. Bezvadu raidīšanas teorētisko risinājumu sniedza un pirmos eksperimentus

savās mājās veica itālietis Guljelmo Markoni (*Marconi*, 1874–1937) 1895. gadā. Tā paša gada 7. maijā Pēterburgā Aleksandrs Popovs (1859–1906) uzstājās ar referātu un demonstrēja ierīci zibensizlādes reģistrācijai «zibens detektors» (*грозоотметчик*). Padomju Savienība 1945. gadā šo dienu pasludināja par Radio dienu. 1896. gada 24. martā Krievijas Fizikas un ķīmijas biedrības Fizikas nodaļā Popovs jau esot demonstrējis radiotelegrāfu raidīšanas un uztveršanas režīmā, pārraidot ar Morzes ābeci divus vārdus «Heinrihs Hercs» 250 metru distancē. Markoni sava izgudrojuma patentu bija iesniedzis 2. jūnijā, bet jūlijā rīkoja pirmo publisko demonstrējumu Londonā. Popova prioritāte ir it kā acīmredzama, taču viņa eksperiments nav dokumentāli fiksēts, tas nav pieminēts pat biedrības sēžu protokolā. Padomju vēsturnieki par eksperimentu sāka stāstīt tikai 1926. gadā, kad žurnāls *Телеграфия и телефония без проводов* publicēja elektrotehniķu atmiņas. Publiski pieejamo dokumentēto ziņu trūkumu par Popova ierīci joprojām skaidro ar kara flotes ministrijas noteikto slepenību izgudrojumam (*Шерель* 2000). Tomēr arhīvu materiāli neaplicina, ka ministrija būtu kaut kādā veidā iesaistījusies radio projektā (*Высоков* 2004). Valdība izrādīja interesi tikai 1897. gada vasarā, taču radio lietu virzīja bez īpaša entuziasma līdz pat Krievijas–Japānas kara sākumam (*Rybak* 1992). Kas attiecas uz radiosignāla raidīšanu, drošas ziņas ir tikai par raidītāja demonstrējumu 1897. gada decembrī Krievijas Fizikas un ķīmijas biedrības sēdē, kad Popovs ar radiotelegrāfu pārraidīja vienu vārdu «Hercs». Nākamajā dienā par to jau ziņoja avīzes (*Высоков* 2004).

Sagaidot radio simtgadi, neviens nevēlējās atteikties no prioritātes. Uzbūvējot aparātu pēc Popova shēmām, itāliešu radio amatieri konstatēja, ka tas spēj reģistrēt tikai zibens izlādēšanos, bet ne Morzes signālus (*Gualandi* 1995). Krievijas tehnikas vēsturnieki apgalvo, ka pirmais Popova aparāts jau varēja reģistrēt arī mākslīgo elektromagnētisko kodu, taču tehniskos argumentus viņi nesniedz. Bet, tā kā «šādu uztvērēju nav iespējams izgudrot atsevišķi no mijiedarbības ar raidītāju un antenām», tiek uzskatīts, ka Popovs esot izgudrojis radiotelegrāfu (*Пилипенко, Герасимов* 1995).

Itālieši pievērš uzmanību tam, ka krievu literatūrā nav pieminēta abu inženieru tikšanās 1902. gadā, kad Popovs, paspiežot kolēģim

roku, teicis: «Man ir gods sveikt bezvadu telegrāfa tēvu.» Popovs toreiz esot atzinis, ka nebija veicis nekādus signāla raidīšanas eksperimentus pirms Markoni, bet tikai reģistrējis atmosfēras radītās svārstības (*Gualandi* 1995). Tā ka diskusijas par to, kurš ir radio tēvs, joprojām nerimst. Jaunākā krievu radio žurnālistikas mācību grāmata nekavējas pie šīs problēmas, uzsverot, ka abi neatkarīgi bija veikuši pirmo raidīšanu (*Шерель* 2000:16).

Balss pārraidīšana

Balss raidīšana lielai publikai sākusies vēl pirms radiofonijas ēras ar telefona starpniecību. Medijs ar nosaukumu teatrofons 1878. gadā Šveices Bellinonā nodrošināja translāciju no pilsētas operas nama. Nākamajā desmitgadē līdzīgie brīnumi tika organizēti Parīzē, Frankfurtē un Filadelfijā. Ungārs Tivadars Puškašs (*Puskas*) 1894. gadā izgudroja telefonogrāfu, ar kuru telefona abonentiem raidīja ziņas un mūziku.

Tagad arī radiotelegrāfs bija jāpielāgo balss un mūzikas raidīšanai. Solis uz problēmas atrisināšanu bija angļu fiziķa Ambroza Fleminga (*Fleming*) divu elektrodu lampa, ar kuru iespējams modulēt balss svārstības uz nesošā radioviļņa frekvences (1904). Pirmo reizi balss pārraidi veica amerikāņu radiotehnikas speciālists Redžinalds Fesendens (*Fessenden*) 1906. gada 24. decembrī Masačūsetsas štatā. Kuģiem, uz kuriem atradās viņa radiotelegrāfa aparāti, viņš sūtīja Ziemassvētku apsveikumu un mūziku.

Nākamajā gadā Lī de Forests (*De Forest*) uzlaboja lampu, pievienojot tai trešo elektrodu. Ar triodi jau bija iespējams ģenerēt, pastiprināt, modulēt un uztvert radio viļņus. 1910. gada 13. janvārī de Forests ņujorkiešiem raidīja priekšnesumu no Metropolitēna operas. Amatieris Čārlzs Herolds (*Herrold*) 1912.–1917. gadā rikoja regulārās pārraides Sanhosē pilsētiņā Kalifornijas štatā. 1913. gadā daudz maz regulāri raidījumi skanējuši Briselē.

Medija attīstību kavēja karš un militārā resora pretestība: radio uzskatīja par stratēģiski svarīgu komunikācijas līdzekli, ko nebūtu vēlams

izmantot jebkādiem nolūkiem. Par regulāro radio raidījumu sākumu uzskata 1920. gada 2. novembri, kad Pitsburgas stacija *KDKA* paziņoja ASV prezidenta vēlēšanu rezultātus. 1921. gadā raidījumi sākušies Parīzē, 1922. gadā briti dibināja *BBC*, regulārus raidījumus sāka arī Dānijā, Padomju Savienībā, Argentīnā; 1923. gadā Vācijā, Austrālijā, Beļģijā, Somijā, Norvēģijā, Šveicē, Čehoslovākijā; 1924. gadā Austrijā, Spānijā, Itālijā, Nīderlandē, Zviedrijā; 1925. gadā Ungārijā, Polijā, Japānā un arī Latvijā. (Par Latvijas radio vēsturi skat. Rasmanis 1942; Ūdre 1970, 1972; Hiršfelds 1975, 1977; Grūbe 2000; Ločmelis 2000; Kruks 2001, 2002; Juzefovičs 2004, 2005).

Rotaļlieta

19. gadsimta divdesmitajos gados daudz eksperimentēja. Radioamatieri bija pārliecināti, ka radio likvidēs starpvalstu robežas, izveidojot vienotu klausītāju kopienu. Barjeru pārvarēšanas labad daudzas Eiropas radio stacijas translēja esperanto valodas nodarbības. Auditorijas interesi izpelnījās lekcijas zinātnes, tehnikas un mākslas jautājumos, tātad radio veica izglītojošo funkciju.

Līdz pat 30. gadiem skanēja tikai nedaudz informācijas par notikumiem: aptuveni viens procents no visa raidlaika. Radio uzskatīja par izklaidi, un tas nespēja cīnīties pret preses monopolu uz informāciju. Baidoties pazaudēt lasītājus un reklāmu, avīzes kavēja programmu satura attīstību. ASV laikrakstu īpašnieki apvienojās trijās preses asociācijas (*UP*, *AP*, *INS*), lai nepieļautu ziņu pārdošanu radiostacijām. Pretsolim radio palielināja tiešo translāciju skaitu no notikumu vietām un dibināja radio informācijas aģentūru, tā kļūstot par nopietnu preses konkurentu informācijas jomā. Ciešot no pasludinātā boikota, 1933. gadā amerikāņu avīžnieki atļāva pārdot ierobežotu informācijas daudzumu ar nosacījumu, ka radio mudinās klausītājus lasīt laikrakstus.

Eiropā radiostacijas drīkstēja raidīt ziņas tikai dienas beigās, pēc vakara laikrakstu nodrukāšanas. Lielbritānijā ierobežojumu atcēla 1938. gadā, lai gan pirms tam jau vairākas reizes radio spēja pierādīt

operativitāti, raidot informāciju no notikumu vietām pa telefonu. Radio žurnālistika savas spējas pierādīja vispārējā streika laikā 1926. gadā. Uzskatot, ka informācijas noklusēšana radīs tikai haosu, *BBC* diktori lasīja arodbiedrību, streikotāju un streiklaužu paziņojumus. Savu neatkarīgu ziņu redakciju *BBC* izveidoja tikai 1939. gadā, sākoties Otrajam pasaules karam. *BBC* ieguva ticamības un neitralitātes reputāciju, un tās ziņas kļuva par standartu, kuram tiecās līdzināties visas pasaules radio un televīzijas žurnālisti.

Savienotajās Valstīs uz radio skatījās kā uz industrijas un komercijas nozari, nevis kā uz kultūras vai valsts iestādi. Klausītājiem un pārdevējiem radio bija kā rotaļlieta, uztvērējus pat pārdeva velosipēdu veikalos, bet visas radio lietas pārraudzīja Tirdzniecības departaments – *Department of Commerce*. Tāpēc arī tāds nosaukums – komerciāls radio. Radio tehnoloģija strauji attīstījās, bet pārraižu saturs tika pakārtots vieglai izklaidei. Tā radās šovprogrammas, situāciju komēdijas, muzikāls varietē, spēles, radio drāma, detektīvi, šausmu radio filmas. Vispopulārākās bija ziepju operas, kuras vēlāk pārceļoja arī uz televīziju.

Latvijas Radiofonu 1925. gadā dibināja kā kultūras iestādi Pasta un telegrāfa departamenta paspārnē. To uzskatīja tikai par tehnisku līdzekli, kurš ļaus daudziem cilvēkiem piekļūt pie mākslas – simfoniskās mūzikas, operas, teātra. Taču jau pirmajā darbības gadā Nacionālā opera un Nacionālais teātris samazināja izrāžu translāciju skaitu un ierobežoja savu mākslinieku tiesības uzstāties radiofonā, tādējādi atbrīvojot ceļu gadījuma māksliniekiem, kurus mūsdienās nievājoši saucam par masu kultūras veidotājiem.

Eiropā lielākoties radio bija pakļauts tiešai valsts uzraudzībai, kas noteica ierobežojumus programmas veidošanā, kavējot satura attīstību. Radio bija garlaicīgs, pārāk oficiāls, bezpersonisks un formāls. Pirmais *BBC* ģenerāldirektors Džons Reits (*Reith*) konsekventi noraidīja amerikāņu individualizēto stilu, prasot, lai diktori veidotu raidorganizācijas kolektīvās personības tēlu. Pasniegšanas stils bija pārspilēti korekts, studijas bija iekārtotas kā filharmonijas kamerzāles, smokinātos ģērbusies diktori uzrunāja lielu auditoriju, nevis atsevišķu klausītāju. Diktoriem pat bija aizliegts publicēt presē savas fotogrāfijas, lai

izvairītos no familiaritātes. Trieciens *BBC* stilam nāca no ārzemēm. 1931. gadā angļu valodā sāka raidīt Francijas komerciālais *Radio Normandie*, kura izklaidējošā programma veiksmīgi konkurēja ar *BBC*. 1933. gadā Luksemburgas radio uzbūvēja tobrīd pasaulē visjaudīgāko 200 kW raidītāju un visai Eiropai raidīja komerciālā satura programmu ar mūziku un reklāmu vācu, franču, angļu, itāliešu, spāņu un holandiešu valodā. Saistošā izklaidējošā programma, radio seriāli nodrošināja stabilu lielu auditoriju un līdz ar to reklāmas pieplūdumu no valstīm, kur radio komercdarbība bija aizliegta. Divu gadu laikā Luksemburga panāca, ka tās raidījumiem seko puse Eiropas radio klausītāju. Konkurentu spiedienā *BBC* 1936. gadā veica pirmo auditorijas pētījumu. Izrādījās, ka pārāk nopietna un pamācoša radio programma nebūt nav tas, ko vēlas dzirdēt klausītāji. Konservatīvais Reits atkāpās no amata.

«Lielgabals»

Nacistiskās Vācijas propagandas ministrijas vadītājs J. Gebelss bija pārliecināts, ka cilvēkiem var likt noticēt visam, ja vien izstāsta pienācīgā veidā. Uzmanojot klausītāju un apelējot pie viņa iztēles, radio var mobilizēt emocijas un panākt nekritisku informācijas uztveršanu. Tas perfekti noderēja iekšzemes propagandā. Nacistu lozungs «Radio katrā mājā!» bija jāisteno Vācijas radio ražotājiem, kam 1933. gadā pavēlēja uzbūvēt vienkāršu un lētu «tautas uztvērēju» – *Volksempfänger* – noskaņotu tikai uz vietējām stacijām. Nākamo desmit gadu laikā Vācijas radio auditorija četrkāršojās, sasniedzot 16 milj. klausītāju.

Gebelss bieži atgādināja, ka varu iekarot un nostiprināt var tikai ar radio un lidmašīnām. Radio kā «pārrobežu lielgabals» kļuva par tiešo kara dalībnieku. Vācijas īsviļņu radio pārraidīja speciālās programmas vācu emigrantiem ārzemēs, lai ietekmētu sabiedrības viedokli. Kara laikā nacisti izmantoja radio pretinieka dezinformēšanai un demoralizēšanai. Tā dēvētās melnās radiostacijas runāja neesošās iekšējās pagrīdes opozīcijas vārdā. Pirmskara un kara gadi parādīja, cik bīstams var būt šis masu komunikācijas līdzeklis.

Dzelzs priekšskars, kas atdalīja sociālistisko bloku no Rietumu pasaules, bija caurspīdīgs. Pateicoties radio, padomju cilvēki varēja saņemt alternatīvo informāciju. 1947. gada 17. februārī raidījumus krievu valodā sāka *Voice of America (VOA)*, retranslācijai izmantojot Minhenes raidītāju. Kopš 1953. gada *VOA* ir pakārtota ASV informācijas aģentūrai (*USIA*), kas ir Valsts departamenta sastāvdaļa. 20. gadsimta 80. gadu sākumā *VOA* raidīja deviņās PSRS tautu valodās (krievu, armēņu, gruzīnu, latviešu, lietuviešu, igauņu, ukraiņu, uzbeku, azerbaidžāņu), izmantojot 118 raidītājus.

«Amerikas balss» oficiālais statuss nevarēja apmierināt valdības prasības pēc spēcīgākas propagandas pret sociālisma zemēm, tāpēc ASV finansēja dažas raidstacijas, kuras runāja it kā neatkarīgo raidītāju vārdā: *RIAS* Berlīnes amerikāņu sektorā, *Radio Liberty* un *Radio Free Europe (RL/RFE)*. 1949. gadā politiskie emigranti no Austrumeiropas dibināja Nacionālo komiteju «Brīvā Eiropa», un nākamā gada 4. jūlijā no mobilā 7,5 kW raidītāja pie Manheimas sāka raidīt komitejas raidstacija *Free Europe* čehu un slovāku valodā, bet vēlāk arī poļu, bulgāru, ungāru, rumāņu un albāņu valodā. Radio arī aktīvi iesaistījās politikā. Ungāru redakcija rīkojusies bezatbildīgi 1956. gada sacelšanās laikā Ungārijā: radio radīja iespaidu, ka tūlīt sekos Rietumu palīdzība nemierniekiem, tas pieļāva kļūdainus politiskus spriedumus un pārgalvīgus paziņojumus.

1951. gadā Krievijas tautu atbrīvošanas Amerikas komiteja dibināja korporāciju *Radio Liberation* ar mērķi «palīdzēt pasaules krievu un nacionālajiem emigrantiem viņu pūliņos atbalstīt brīvības garu PSRS tautās, viņu cīņu par cilvēktiesībām un Krievijas tautu vēsturisko kultūru». 1953. gada 1. martā raidījumus sāka radio «Atbrīvošana no boļševisma». Sākumā tikai vienu 20 minūšu garu raidījumu ar atkārtojumiem. Pēc trīs gadiem radio strādāja cauru diennakti un ieguva nosaukumu «Atbrīvošana», bet 1963. gadā to pārdēvēja par «Radio Brīvība». Studija atradās Minhenē, bet raidītāji Vācijā, Spānijā un Taizemē.

Līdz 1972. gadam raidstacijas finansēja ASV Kongress ar CIP starpniecību, radot iespaidu, ka tā ir Amerikas pilsoņu privātā organizācija.

Ziņas par CIP iesaisti parādījās presē 1967. gadā, un Vašingtona bija spiesta padarīt finansējumu caurspīdīgu. Raidstaciju pārvalde tika nodota prezidenta nominētai Starptautiskā radio padomei (*Board for International Broadcasting*).

Komunistisko valstu izlūkdienesti rikoja dažas diversijas pret radio: 1954. gadā noslepkavoja divus žurnālistus, bet Rumānijas prezidenta N. Čaušesku sponsorētajā teroraktā 1981. gadā astoņi cilvēki guva ievainojumus un sagruva radio studijas ēkas centrālā daļa. M. Gorbačova *perestroika* pielika punktu radio karam. 1988. gada 1. februārī «Radio Brīvība» ēterā pirmo reizi uzstājās padomju pilsoņi, 29. novembrī Padomju Savienība izbeidza radio slāpēšanu un Maskavā sāka strādāt pirmie «Brīvības» ārštata korespondenti. 1992. gadā «Radio Brīvība» dibināja birojus Maskavā un citās pilsētās un retranslēja programmas iekšzemes raidītājos. 1995. gada jūnijā visu valodu redakcijas bija pārceltas uz Prāgu, Austrumeiropas valodu skaits – samazināts.

Padomju Savienības klausītājiem no 1946. gada raida *BBC* un no 1953. gada *Deutsche Welle (DW)*.

Pret nevēlamajām raidstacijām cīnās ar citām raidstacijām – slāpētājiem jeb «zāģiem». Lai apgrūtinātu uztveršanu, tie kropļo derīgo signālu, konkurenta frekvencē raidot ripzāģim līdzīgu troksni vai runas, mūziku, atmosfēras traucējumus. Reizēm tas rada iespaidu, ka skaņu nejauši kropļo citu radio uzklāšanās.

PSRS jau kopš 1948. gada februāra slāpēja «Amerikas balsi», bet no 1951. gada – visus Rietumu radio raidījumus Austrumeiropas virzienā. Dažu balsu slāpēšana bija atcelta Ņ. Hruščova vizītes laikā Amerikā 1959. gadā. Pēc Dž. Kenedija aicinājuma sākt starpvalstu dialogu 1963. gadā slāpēšanu izbeidza un atjaunoja pēc Varšavas līguma valstu iebrukuma Čehoslovākijā 1968. gadā. Parakstot Helsinku dokumentu, PSRS apņēmas atļaut brīvu informācijas plūsmu atbilstoši ANO Hartai un Starptautiskajai telekomunikāciju konvencijai un 1973. gadā «Amerikas balss», *BBC* un *DW* slāpēšanu pārtrauca. Karš Afganistānā un sacelšanās Polijā izraisīja cenzūras pastiprināšanu, un 1980. gada augustā «zāģēšanu» atjaunoja. Raidstaciju *RL/RFE* slāpēšana turpinājās visus šos gadus.

Trīs reizes *VOA* veikusi sevišķi intensīvu raidīšanu, lai pārvarētu «zāģus». 1961. gada 5. novembrī ziņoja par slepenu padomju atom-

bumbas izmēģinājumu. Gadu vēlāk VOA izmantoja 52 raidītājus, lai paziņotu par ASV uzsākto karantīnu pret Kubu. 1983. gada septembrī informēja par pasaules reakciju uz Korejas pasažieru lidmašīnas notriekšanu, par ko padomju mediji klusēja vairākas dienas.

Asprātīgu risinājumu padomju «zāģu» pārvarēšanai bija atradis Pekinas radio. Viena raidstacija atskaņoja ierakstīto raidījumu pretējā virzienā, cerot, ka klausītāji ierakstīs to magnetofonos un atskaņos pārreizā virzienā. Šo kanālu PSRS neslāpēja.

Pleikis lēš, ka 20. gadsimta 80. gadu beigās PSRS bija 210–235 radio slāpēšanas centri ar ap 3500 raidītājiem. Latvijā slāpētāji atradās Rīgā, Liepājā, Ventspilī un Daugavpilī. Vakara stundās bija jāslāpē līdz pat septiņām ārzemju programmām 40–50 frekvencēs. Dežūrējošie operatori sekoja katrs savam frekvenču diapazonam un, atrodot nevēlamo staciju, ieslēdza «zāģi».

Līdz 20. gadsimta 60. gadu sākumam traucēja tikai noteiktus raidījumus dažu minūšu laikā atkarībā no satura «naidīguma» (Плейкис 2002). Pēc slāpēšanas izbeigšanas 1988. gadā «zāģus» demontēja vai pārprofilēja, tos irēja BBC, DW, VOA. Maskavas raidītāji kādu brīdi raidīja arī Latvijas Radio pirmo programmu 30,5 un 50,5 viļņu garumā.

Pie alternatīvās informācijas padomju cilvēks varēja piekļūt, ja vien viņam bija vēlēšanās un pacietība klausīties kroplo skaņu. «Balsu» stāstīto pēc tam atreferēja radiem, kolēģiem un draugiem. «Brīvības» mērķauditorija bija ar režīmu neapmierinātie cilvēki, savukārt VOA, BBC uzrunāja inteliģenci, tāpēc arī tonis bija nosvērts un mērens, raidījumi bija profesionālāki, arī par nepolitiskām tēmām. Normalizējoties attiecībām starp PSRS un ASV, «Amerikas balss» atcēla A. Solžeņicina grāmatas «Gulaga arhipelāgs» radio lasījumu, lai nekaitinātu Kremli.

Maskavas starptautiskais radio septiņdesmito gadu vidū raidīja 84 valodās, raidījumu apjoms sasniedza 2000 stundu nedēļā, tas ir gandrīz tikpat daudz, cik visas Rietumu raidstacijas raidīja Austrumu bloka virzienā. Taču kvantitāte nenozīmē kvalitāti. Maskavas radio nebija populārs ārzemēs, to klausījās galvenokārt vietējie komunisti, jo garie, monotoni un ideoloģizētie raidījumi nespēja apmierināt nedz informatīvās intereses, nedz ziņkārību par padomju valsti.

Padomju Latvijas radio no 1947. gada aprīļa gatavoja pārraidi latviešu bēgļiem ārzemēs. Šis raidījums vēlāk ieguva nosaukumu «Dzintarkrasts». Kopš 1960. gada divas reizes nedēļā skanēja arī pārraide zviedru valodā.

Latviski no ārzemēm

Raidījumi latviešu valodā pirmo reizi starptautiskajā ēterā izskanēja 1948. gada 17. jūnijā Vatikāna radio viļņos. 15 minūšu pārraide skanēja sešas reizes nedēļā plkst. 20.30.

No 1951. gada 3. jūnija līdz 2004. gadam no Vašingtonas latviešus uzrunāja «Amerikas balss». Latviešu emigranti (Ārzemju latviešu apvienība) finansēja Spānijas radio ārzemju redakcijas paspārnē strādājošo latviešu dienestu. Madride jau raidīja igauņu un lietuviešu valodā. Latviešu raidījumi bija ēterā no 1957. līdz 1975. gadam ar pārtraukumu no 1965. līdz 1969. gadam, kad Čikāgas latviešu grupa sponsorēja «Brīvo latviešu balsi» no VFR teritorijas. Šis raidījums bija vienkāršs: 10 minūšu tekstu atkārtoja trīs reizes pēc kārtas plkst. 21.00.

Kristīgos raidījumus raidīja Montekarlo radio (trīs reizes nedēļā luterāņiem un vienu reizi baptistiem), un *Radio Transeurope* ar diviem raidītājiem Portugālē (četras reizes nedēļā) (Dunsdorfs 1972, Bērskalns 1978).

1960. gada maijā Eiropas padomes konsultatīvā asambleja rekomendēja, lai kāda raidorganizācija sāktu regulārākus raidījumus uz visām trim Baltijas valstīm. Tas notika tikai 1975. gadā, kad «Radio Brīvība» (vēlāk «Brīvā Eiropa») izveidoja igauņu, latviešu un lietuviešu redakcijas. Deviņdesmitajos gados latviešu redakcija strādāja Rīgā, raidot Latvijas Radio viļņos līdz 2004. gadam.

Patlaban vienīgi Zviedrijas radio raida latviešu valodā, Stokholma sākusi šis pārraides 1989. gadā.

1963. gadā Eiropas latviešu jaunatnes apvienība, Skandināvijas pirāstaciju panākumu iedvesmota, nāca klajā ar «radiokuģa» projektu, kas raidītu uz Latviju vidējos viļņos no neitrāliem ūdeņiem vai no kādas valsts ostas. Stacijai bija jābūt finansiāli neatkarīgai no ieinte-

resētām valstīm – ASV un VFR. Programmu paredzēja veltīt jauniešu auditorijai, propagandējot pagrides mākslu. Projekts netika īstenots.

Latviski raidīja arī emigrantu radio Austrālijā un ASV. 1951. gadā Mineapolē un Sentpolā divreiz mēnesī pārraidīja skaņuplatēs ierakstītos dievkalpojumus. Vēlāk raidījumus diasporas latviešiem sāka pārraidīt Čikāgā (1952), Niagarā (1956), Klīvlendā (1964), Melburnā (1975), Sidnejā, Adelaidā un Pertā (1976), Mičiganā (1977).

Frekvenču modulācija konkurē ar televīziju

Televīzijas eksperimentālos raidījumus demonstrēja jau 20. gadsimta divdesmitajos gados, bet tā attīstību aizkavēja karš. Regulārie TV raidījumi atjaunojās četrdesmito gadu otrajā pusē, taču to vēl uzskatīja par radio paveidu – «radio ar bildi». Ziņas aizkadrā lasīja radio diktori, bet ekrānā bija redzama kāda ilustrācija. Tiesa, attēla kvalitāte vēl nebija perfekta, televizora ekrāns bijis tik mazs, ka tajā bija grūti kaut ko saskatīt. Bet TV spēja nodrošināt ko vairāk – klātbūtnes efektu. 1953. gadā *BBC* tiešraidē translēja Elizabetes II kronēšanas ceremoniju, ko skatījās teju puse valsts iedzīvotāju. Auditorijas attieksme sāka mainīties par labu televīzijai, savukārt radio bija jāmeklē jauna vieta. ASV 1953. gadā, bet Eiropā sešdesmitajos gados pārdošanā parādījās tranzistori. Tas bija milzīgs notikums: liela stacionāra lampu uztvērēja vietā tagad bija viegls, mazs un pārnēsājams, ko varēja klausīties ārpus mājām. Radio vairāk izmantoja automobiļos, radio klausīšanās individualizējās, biežāk to darīja, veicot citus darbus.

Raidīšanas revolūcija notika pateicoties frekvenču modulācijai, lai gan jauninājuma ieviešana praksē nebija viegla. Amerikāņu radioinženieris Edvins Ārmstrongs 1933. gadā sniedza frekvenču modulācijas tehnisko pamatojumu un pēc veiksmīgiem eksperimentiem ierosināja valdībai piešķirt FM radiostacijām pastāvīgu frekvenču diapazonu. Ārmstronga partneris kompānija *RCA* nesteidzās atzīt jauninājumu un 1935. gada aprīlī demontēja eksperimentālo raidītāju. *RCA* attīstīja televīziju, bet FM radio varēja izraisīt nevajadzīgu konkurenci frekvenču sadalē. Pēc daudziem strīdiem par iespējamo diapazona platumu

1938. gadā Ārmstrongs ieguva tiesības eksperimentālai raidīšanai Ņūdžersijas štatā. Kad lietā iesaistījās CBS, valdība bija spiesta atdot FM radio vajadzībām vienu TV kanālu diapazonā 42–50 MHz, paredzot turklāt arī televīzijas skaņas raidīšanu ar frekvenču modulāciju.

1942. gadā, kad FM staciju skaits sasniedza 30, valdība apturēja licenču izsniegšanu uz kara laiku. Pēc kara FM radio tika iedalīts cits diapazons – no 88 līdz 108 MHz ar kanāla platumu 200 kHz. Pusmiljons uztvērēju kļuva nederīgs, un amerikāņi zaudēja uzticību FM stacijām. Lai vai kā, bet raidīt gribētāju bija daudz: 1947. gadā tika piešķirtas 900 licences. Vīlušos klausītāju intereses veicināšanai valdība piedāvāja vidējo viļņu radiostaciju īpašniekiem dublēt savas programmas FM diapazonā. Eksperiments neattaisnojās, un piecdesmitajos gados radio zaudēja auditoriju par labu televīzijai. Anonīmo un cita citai līdzīgo radiostaciju reklāmas ienākumi samazinājās 1954. gadā – pirmo reizi pēc 16 gadiem. Radio steidzīgi bija jāmeklē glābiņš. Palīdzēja tehniskās novitātes: stereofonija un kvalitatīvā ierakstu tehnika ļāva pāriet pie ierakstu atskaņošanas, padarot lētāku agrāko dzīvo radio. Pelēcīgie, anonīmie diktori kļuva par dīdžejiem. Sākumā viņi tikai pieteica dziesmas, bet vēlāk arī pareizo laiku, lasīja laika prognozi, sporta ziņas, pārtopot par programmas saimniekiem, sarunbiedriem.

1955. gadā Amerikā bija pārdots viens miljons skaņuplašu ar Bila Holija dziesmas *Rock Around the Clock* ierakstu – tā sākās rokenrols. Klausītāji pieprasīja šo mūziku arī no radio. Tradicionālās vidējo viļņu radiostacijas izvairījās no «nepiedienīgas» jauniešu mūzikas, un tā varēja ielauzties tikai tolaik vēl maz populāro FM staciju programmās. Šāds FM radio piesaistīja lielu jauniešu auditoriju, ko ātri pamanīja jaunatnei domāto preču ražotāji. Sešdesmito gadu beigās tika izstrādātas auditorijas šauru interešu koncepcijas un veidojās specializētās raidstacijas.

Pirāti un pagrīdnieki

Pēc kara gandrīz visās Eiropas valstīs bija tikai valsts radio. Lielākais komerciālais raidītājs darbojās Luksemburgā. Raidītāja milzīgā jauda –

1000 kW – nodrošināja dzirdamību visā Eiropā, arī Padomju Savienībā mēs bieži noskaņojāmies uz 208 metru viļņa, lai klausītos populārās mūzikas programmu angļu valodā. 1970. gadā visā Eiropā bija 60 staciju, bet valsts radio jau izjuta konkurentu spiedienu. Tiesa, tie raidīja nelegāli – no pagrīdes vai no ofšoriem. Pirmā nelegālā stacija *Radio Mercur* sāka raidīt 1958. gadā Dānijas virzienā. Starptautiskajos ūdeņos noenkurojies kuģis bija reģistrēts Hondurasā, bet raidītājs – Luksemburgā. 1960. gadā Nīderlandes piekrastē darbojās *Radio Veronica*, 1961. gadā no Stokholmas apkaimes *Radio Nord* raidīja uz Dāniju. Visi strādāja vidējos viļņos ar jaudu 10 kW. Business bija izdevīgs – piemēram, *Radio Mercur* gadā pelnīja 1,5 milj. ASV dolāru.

1962. gadā Skandināvijas valstis un Somija aizliedza ofšoru darbību, pakļaujot sodam ne tikai radio īpašniekus, bet arī visus tos, kuri sniedza ekonomisko un tehnisko palīdzību, piegādāja materiālus un pat vienkārši piedalījās raidījumos. 1964. gadā *Radio Nord* bija spiests pārvietoties pie Lielbritānijas krastiem, kur sāka strādāt ar nosaukumu *Radio Atlanta*, vēlāk – *Caroline South*. Valsts ziemeļrietumos bija dzirdams *Radio Caroline North*. *Radio Caroline* veiksmīgi darbojās līdz 1980. gadam, kad nogrima tās kuģis. (2002. gadā tā mēģināja raidīt no Rīgas vidējo viļņu raidītāja.) 1984. gadā viļņos parādījās Top 40 rok-mūzikas stacija *Laser 558* ar amerikāņu didžejiem. Drīzumā staciju piemeklēja problēmas ar pārtikas piegādi, bet pēc pusotra gada ģeneratora avārija to piespieda «padoties» varas iestādēm. Vēl Lielbritānijas pilsētās darbojās dažas šaurai auditorijai domātas nelegālas stacijas (etniskas, jauniešu, lokālās).

1965. gadā Strasbūrā sāka darbu speciālā komisija, kurai bija jāizstrādā konvencija pret pirātstacijām. Taču pat gadījumā, ja dokumentu būtu ratificējušas visas Eiropas valstis, to nebūtu iespējams izmantot pret citā kontinentā reģistrētiem kuģiem neitrālajos ūdeņos Eiropas piekrastē. Cīņai pret ētera veiksminiekiem bija jāmeklē citi ceļi. 1966. gadā, piemēram, visām *BBC* stacijām bija 10,5 milj. klausītāju, bet nelegālajam *Radio London* vien bija 10,3 milj. liela auditorija. *BBC* 1967. gadā bija spiesta atvieglot programmas saturu ar popmūziku. Komerciālos raidītājus pilnībā legalizēja tikai 1989. gadā, un jau pēc diviem gadiem lielākais konkurents Luksemburgas radio, zaudējot

klausītājus, beidza ilgstošo komerciālās invāzijas epopeju angļu valodā. (*Radio Luxemburg* atsāka raidīšanu angļiski 1999. gadā internetā un ar satelīta starpniecību, bet naktis arī vidējos viļņos.)

Francijā komercdarbību nodrošināja tā saucamais perifēriskais radio. Valsts monopols neattiecās uz privātajām studijām: raidījumus drīkstēja veidot Francijā, taču raidīšanai bija jānotiek no ārzemēm. Francijas virzienā strādāja Luksemburgas (*RTL*), Sāras (*Europe-1*), Montekarlo (*RMC*) un Andoras (*Radio Sud*) vidējo viļņu raidītāji ar milzīgu jaudu 10 000–12 000 kW. Sārai līdz 1956. gadam bija pusautonomijas statuss, pēc tam radio pievienoja Vācijas *Saarlandischer Rundfunk*, taču *Europe-1* drīkstēja turpināt komercraidījumus franču valodā. 1962. gadā *RTL* auditorija Francijā bija 42, *Europe-1* – 34, bet valsts *France Inter* – 24 procenti. Kopš 1969. gadā konkurencē iesaistījās arī vietējie nelegālie pagrīdes radio, pamazām nobrieda ideja par alternatīvo, pat cīņas radio ar izteikti sociālo un politisko saturu. Par spīti valdības pretestībai, kas slāpēja signālu, konfiscēja aparāturu un arestēja darbiniekus, 1981. gadā Parīzē bija 100 stacijas, bet visā Francijā 500. 1982. gadā jauna sociālistu valdība ar lieliem ierobežojumiem atļāva privātā radio darbību.

Deregulāciju pirmā iesāka Itālija. Jau 1975. gadā konstitucionālā tiesa ierobežoja valsts monopola tiesības, taču komercradio bija atļauts raidīt tikai lokālā mērogā. Trīs gadu laikā «brīvo» staciju skaits uzlēca no 150 līdz 2600. Pilnībā komercradio, to skaitā nacionālo, legalizēja tikai ar 1990. gada likumu.

Darba organizators

Padomju Savienībā masu informācijas līdzekļi veica propagandas funkciju, rādot pasauli tādu, kādai tai vajadzētu izskatīties saskaņā ar ideoloģiskām nostādnēm. Radio uzskatīja par darba organizatoru, tam bija jāiepazīstina klausītāji ar jauno darba pieredzi, jākontrolē valsts un partijas lēmumu izpilde. Publiskās komunikācijas modelis medijiem piedēvēja pievadkēdes funkciju: tiem bija jānovada līdz indivīdiem valsts pārvaldes rīkojumi, jāveicina darba disciplīna un jāpaaugstina

ražošanas kultūra. Pilsoņi tika uzskatīti par izpildītājiem, kuriem tikai jāizklāsta «pareizā» informācija, lai viņi mehāniski varētu to izmantot savā darbā. Radio un televīzijai tādējādi bija īpaša nozīme «vispusīgi attīstīta patiesi komunistiska cilvēka veidošanā». 1960. gadā PSKP CK nāca klajā ar speciālu lēmumu, kas noteica padomju radio uzdevumus: aicināt cilvēkus uz darba ražīguma palielināšanu un tehnisko progresu, jauno rezervju noskaidrošanu, pirmrindas pieredzes ieviešanu, taupīgumu, trūkumu novēršanu, audzināt cilvēkos komunistisko attieksmi pret darbu, nosodīt sliņķus un liekēžus. Radio bija jānodarbojas ar tautas estētisko audzināšanu, īpaša uzmanība jāvelta bērnu un jauniešu idejiskai un darba audzināšanai. 1962. gada lēmums aicina radio «veicināt vispusīgi attīstītā cilvēka audzināšanu kā idejiski norādītu, aktīvu un apzinātu komunisma celtnieku». Redakcijas un raidījumi bija veidoti pēc tautsaimniecības nozaru principa: skanēja radiožurnāli zvejniekiem, celtniekiem, lauksaimniekiem, žurnālisti sekoja izejvielu taupīšanai, kontrolēja produkcijas kvalitāti un strādnieku darba apstākļus. «Liels efekts un audzinoša nozīme ir pārraidēm, kas organizētas tieši no saimniecībām, kad korespondents ar mikrofonu ieradies fermā, lauku brigādē vai mehāniskā darbnīcā un dod vārdu pašiem darba darītājiem – parasti labākajiem, bet dažkārt arī velk dienas gaismā dikdieņus un nevīžas. Piemēram, no Valmieras rajona saimniecībām bija pārraide par to, kāpēc lopkopības fermās stāv dikā mehānismi, no Saldus rajona kolhoza «Druva» – par pieredzi cūkkopības attīstībā, par lielām mehāniskām fermām un simttoniešu kustību Olaines sovhozā, reidi ar lopu ziemošanu no Daugavpils, Jēkabpils un citiem rajoniem.» (Strautmane 1971: 73–74)

Lai nodrošinātu ciešākas saiknes starp radio un ražošanu, radio redakcijai raidījumu veidošanā bija jāpiesaista paši strādnieki. Tālaika honorāru sistēma paredzēja, ka redakcijas štata žurnālisti drikstēja nopelnīt tikai trešdaļu no honorāru fonda. Taču šis audzināšanas modelis nedarbojās. Nozaru raidījumi bija smagnēji, neradiofoniski un garlaicīgi. Uz to nepārtraukti norādīja arī partijas dokumenti par ideoloģiskā darba uzlabošanu un raidījumu vērtētāji no Maskavas. Viņu kritika bija barga: «Visa saruna sastāv no vispārējām frāzēm, nav neviena dzīva vārda par Latviju, neviena konkrēta piemēra... Ievadā ir samaisīti

izvilkumi no avīzēm un partijas dokumentiem, skaļas frāzes: «Padomju valsts ceļš ir leģendārs. Sociālisma mājas esam uzcēluši, mūsu kosmonauti izplatījumā ved miera zvaigžņu kuģus.» («Recenzijas» 1953–1965)

Priekšstats par radio kā aizbildni un audzinātāju Latvijā saglabājies joprojām. 2004. gadā izstrādātais Sabiedrisko raidorganizāciju likums uzliek tiem pārāk atbildīgu lomu – «sekmēt humānu, kulturāli daudzpusīgu, harmonisku, izglītotu, demokrātisku, iecietīgu, patriotisku un ar augstu tiesiskās apziņas līmeni apveltītu personību izaugsmi».

Sabiedrība un tirgus

Pirātu radio darbībai bija izšķiroša nozīme audiovizuālā sektora liberalizācijā Eiropā 20. gadsimta 80. gados. Eiropas valstis legalizēja komercradio tikai pēc tam, kad uzņēmēji pārkāpa reklāmu aizliedzošos likumus. Arī likumi pret tiklu veidošanu tika ignorēti vairākās valstīs, un galu galā tie bija jālegalizē. «Likumdošana vienmēr kavējās, un katru reizi likumdevēji tomēr bija spiesti pakārtot reglamentus realitātei, nevis otrādi.» (*Lønsmann* 1993: 23) 21. gadsimta sākumā Eiropā nav vienota radio sistēmas modeļa. Tas svārstās no itāliešu anarhijas līdz austriešu regulācijai, no pilnīgi komerciālā Ungārijas radio līdz brīvam no reklāmas Zviedrijas radio; Polijas frekvencēs dominē ārzemju raidītāji, bet vācieši bauda valsts protekcionisma politiku. Norvēģija, Zviedrija un Austrija atcēla valsts monopolu 1993. gadā, taču Austrijā process virzījās ar grūtībām. 1993. gadā Austrijas parlaments atļāva dibināt pa vienam komercraidītājam katrā zemē (Vīnē – divus). Kad licences bija izsniegtas, zaudētāji griezās Augstākajā tiesā, kura apturēja licences un arī radio likumu. Tikai divi radio sāka darbību, pārējie gaidīja jaunu likumu, kas tika pieņemts 1998. gadā.

Sabiedrisko radio joprojām daudz klausās Ziemeļvalstīs, Vācijā, Austrijā un Šveicē, kā arī flāmu Beļģijā. Auditorijas lielums 2003. gadā bija no 50 procentiem Somijā līdz 82 Austrijā. Austrumeiropā par spīti zemajai deregulācijai (tas nozīmē, ka ir maz nacionālo komercnaļu) sabiedriskajam radio ir mazāka auditorijas daļa nekā vidēji Eiropā.

Daži autori uzskata – tas ir brīdinājums Rietumeiropai, jo jauno Eiropas Savienības (ES) dalībvalstu audiovizuālā politika ir veicinājusi lielu ekonomisko grupu konsolidāciju, mediju saplūšanu un koncentrāciju (Sbulzycki 2005). Arī Latvijas mediju politika nav apmierinoša: šeit ir neefektīvs ārzemju un jaukto īpašumu kontroles mehānisms, konkurences likumi nenovērš koncentrāciju. Latvijā nacionālo komerckanālu ir tikpat daudz, cik Ziemeļvalstīs, taču visu sabiedriskā Latvijas Radio kanālu auditorija ir mazāka.

Mūsdienu radio uzskata par kolektīvo identitāšu instrumentu: dažādi formāti raida dažādiem cilvēkiem, kurus raksturo ar jēdzienu «dzīves stila grupa» vai «patērētāju segments». Radio veiksmes rādītājs ir mērķauditorijas uzticība. Bet, uzskatot to par vienīgo efektivitātes kritēriju, var aizmirst par citu demokrātiskajai sabiedrībai svarīgu aktīvā pilsoņa identitāti. Labam pilsonim ir nepieciešams zināt par apkārtējām sociāli politiskajām norisēm un pašam jāspēj iesaistīties tajās. Šī informācija nav komerciāli izdevīga, jo nepiesaista lielu auditoriju uz ilgāku laiku. Sabiedrisko radio klausās, apzināti izvēloties kādu raidījumu, un tas nodrošina ar informāciju svarīga politiskā sektora darbību. BBC 1992. gada dokuments *Extending choice* deklarē, ka sabiedriskajam medijam ir jāsasniedz pēc iespējas vairāk klausītāju ar daudzveidīgiem un kvalitatīviem raidījumiem, nevis jācenšas panākt lielu auditoriju tās lieluma dēļ. ASV *National Public Radio* par savu uzdevumu min iedrošināt klausītājos aktīvās, konstruktīvās līdzdalības garu, nevis veicināt vienaldzīgas bezpalīdzības sajūtu.

Radiožurnālistika

1. attēls. Latvijas Radiofona diktors A. Plūcis 30. gados



2. attēls. Latvijas Radio diktore M. Eglīte 2005. gadā



3. attēls. Skaņu ierakstu montāža ar šķērēm 50. gados



4. attēls. Skaņu ierakstu montāža ar datoru 2005. gadā



Radiožurnālistika

5. attēls. Pārvietojamā radio studija 50. gados



6. attēls. Pārvietojamā radio studija 2005. gadā



otrā nodaļa

Radio

Dzird daudzi, klausās viens

Pirms kara diktori – vairākums bijušo aktieru – uzrunāja auditoriju tāpat, kā viņi to darījuši no teātra skatuves. Sākumā šo manieri attaisnoja tas, ka radio klausījās galvenokārt kolektīvā: kopā ar ģimeni, kaimiņiem vai pilsētas laukumā. Dzīvokļa interjerā radio tika pielīdzināts klavierēm: uztvērēji bija lieli, grezni, telpā tiem iedalīja centrālo vietu, kur vēlāk novietoja televizoru (skat. 7. attēlu). Uztvērējam kļūstot lētākam un mazākam, pieauga klausītāju skaits un klausīšanās individualizējās. Atklājās, ka radio klausās viens cilvēks, nevis publika. ASV konkurences iespaidā daudzas raidstacijas jau 30. gados akceptēja neformālo uzrunas manieri un pakāpeniski atteicās no korektās britu izrunas. Eiropā tas kļuvis iespējams tikai 20. gadsimta 60.–70. gados, uzplaukstot nelegāliem mūzikas raidītājiem.

Arī Padomju Savienībai sešdesmitajos gados bija jārisina līdzīgas problēmas, jo klausītājiem jau bija iespēja iepazīt ārzemju radio sniegumu. Runa ir ne tikai par latviski vai krieviski raidošām politiskajām balsīm, bet arī mūzikas radio. Līdz pat 1990. gadam padomju cilvēki klausījās popmūziku Luksemburgas radio vilnī. 1964. gadā Vissavienības radio Maskavā dibināja pavisam jauna tipa kanālu *Маяк*. Programmas pamatā bija stundas bloks ar diviem īsiem ziņu izlaidumiem

un populāro mūziku. Diktoriem beidzot bija atļauts atkāpties no akadēmiskās manieres. Tāds ritms un dinamiskums nebija raksturīgs padomju radio. Žurnālistikas studenti reiz jautāja toreizējam PSRS vadītājam Ņ. Hruščovam, kā būtu jāraksta teksti radio? «Tieši tāpat, kā mēs runājam virtuvē ikdienišķajā saziņā,» – viņš atbildēja. (Смирнов 2002: 43)

Lai konkurētu ar «Amerikas balss» vakara raidījumu, 1965. gadā Latvijas Radio dibināja raidījumu «Mikrofons». Arī tajā skanēja īsa informācija, daudz populārās mūzikas, diktoru uzrunas maniere bija draudzīga un vienkārša. (Juzefovičs 2004) 20. gadsimta 80. gadu sākumā 93 procenti LR auditorijas regulāri klausījās «Mikrofonu».

«Vecā» radio praksē bieži notika interviju iestudēšana: žurnālists uzrakstīja gan jautājumus, gan atbildes, atlika tikai nodeklamēt tekstu pie mikroфона. Mūsdienu radio pasniedz dzīvi tādu, kāda tā ir, sevišķi nespodrinot realitāti un runājošos cilvēkus, tas necenšas runāt ļoti pareizi, kaut arī nereti vienkāršību un draudzīgumu imitē. To panāk, izmantojot sarunu valodas sintaksi, pārteikšanos, neformālo uzrunu,

7. attēls. Radio uztvērēju reklāma ģimenei 1935. gadā



**RADIO
UZTVĒRĒJI**
LIELĀ IZVĒLĒ
NOMAKSA LĪDZ 12 MĒN.
**PĒTERIS
BĒRZIŅŠ**
KR. BARONA IELĀ 4, BRĪVĪBAS IELĀ 21

spontāno runu. Šie valodas elementi ienāk intervijās, diskusijās, reportāžās. Bet ziņās, programmu pieteikumos, radiožurnālos parasti seko iepriekš uzrakstītajam un rediģētajam tekstam. Runas normas ir atkarīgas no saziņas situācijas konteksta un raidījuma funkcijas. Agrāk radio uzdevumi bija informēt, izglīt un propagandēt nacionālo kultūru – to nodrošināja akadēmiska un rediģēta runa. Mūsdienų radio ir citas funkcijas: sociālā integrācija, identitātes veidošana, pakalpojumu sniegšana. Tāpēc ir nepieciešams identificēties ar klausītāju, kļūt par viņa labu un uzticamu paziņu. Radio ir masu medijs, jo to dzird daudzi, taču klausās parasti viens pats cilvēks. Radio balss var sasniegt viņu nepieredzētās vietās un darbībās, tas «ir iekļauts cilvēka ikdienas dzīvē daudz vairāk nekā citi mediji». (Crisell 1994: 13) Radio vairs nerunā ar «tautu», bet orientējas uz šaurāku un noteiktu auditorijas grupu, tāpēc arī valodas ziņā radio tuvojas saviem klausītājiem, kļūstot par šaur-saziņas līdzekli.

Tā nav avīze

Radio ir visoperatīvākais medijs. Radio žurnālists daudz ātrāk var nokļūt notikuma vietā un pārraidīt no turienes informāciju, jo viņam nav vajadzīga smagā tehnika. Radio ir ātrāks par internetu: internetā ziņa vēl ir jāuzraksta, bet radio žurnālists tūlīt var stāstīt pa telefonu par to, ko redz sev apkārt. Radio ir lokans, jo programmu var ātri mainīt, reaģējot uz notikumu. Turklāt radio ir ne tikai «tāldzirde», bet arī «visurdzirde» – mazo aparātu var ņemt līdzi jebkurā vietā, tam nav vajadzīga elektrība (jāpaņem daudz bateriju), un išviļņu signāls nokļūst visās pasaules malās. Radio neprasa daudz uzmanības, un to ir iespējams klausīties, nodarbojoties ar citām lietām.

Kā tas notiek gandrīz ar katru jaunu tehnisko rīku, sākumā arī radio nevarēja atrast sev izmantojumu. Ieņins teicis, ka radio ir tā pati avīze tikai bez papīra un attālumiem. Pirmie informācijas raidījumi arī bijuši «runājošās avīzes». Taču radio ir savi izteiksmes līdzekļi, ar kuriem ir iespējams sniegt gandrīz pilnīgu informāciju par pasaules ainu: balss, trokšņi, mūzika. Šis iespējas ir atkarīgas no žurnālista spējām domāt

un attēlot skaņās, pamanīt telpas raksturīgo skaņu vai izveidot to ar trokšņiem, mūziku, vārdiem. Televīzija ir daudz saistošāka, jo iedarbojas uz redzi, kura cilvēkam sniedz vairāk informācijas par apkārtni. Toties radio spēj radīt psiholoģisko telpu – skaņa ierosina vizuāla objekta atveidošanu prātā. «Klausoties radio ar austiņām, viss notiek burtiski tavā galvā.» (McLeish 1994: 3) Elastīgums un iztēles rosināšana ir divas radio īpašības, kuras ļauj A. Kriselam uzskatīt tā «aklumu» par priekšrocību. Klausītājs it kā kļūst par programmas līdzautoru, jo pretēji televīzijai šeit nav tēla konkrētības, mēs paši varam iedomāties skatuvi un cilvēkus.

Tālāk gan ir tikai trūkumi. Dzirdes uzmanība ir trausla, tāpēc klausīšanās ir nenoturīga, un efektivitātes ziņā lidere vienmēr ir televīzija. Skanot radio, cilvēki parasti dara kādu darbu un pievērš tam uzmanību, dzirdot īpašu stimulu: neparasts troksnis, intriģējošs vārds, skaļums... Radio nav uzskatāms, skaņa nevar līdzināties televīzijai emocionalitātes ziņā. Bet prese ir analītiskāka nekā radio, jo lasītājam ir iespēja pārlasīt tekstu, pakavēties pie neskaidras vietas. Mediju funkcijas ir sadalītas šādi: radio informē, kas ir noticis, televīzija parāda, kā tas notika, laikraksts analizē, kāpēc tas notika.

Dzirdes specifika manāmi apgrūtina radio komunikāciju. Atšķirībā no preses šeit viss notiek reālā laikā, auditorija ziņojumus uztver momentāni, žurnālista izdomātajā secībā. Lielākā daļa cilvēka uztvertās apkārtējās vides informācijas ir vizuāla. Vizuāls stimulē spēji efektīvi piesaistīt un noturēt cilvēka uzmanību.

Radio tādu iespēju nav, tāpēc plaši jāizmanto iespējas iedarboties uz prātu, lai iekustinātu tišus, piespiedu uzmanības mehānismus. Klausītājs ir jāieinteresē – tas nozīmē, ka svarīgākā informācija ir jānoverdē pēc iespējas drīzāk.

Daudz kas ir atkarīgs no ziņu pasniegšanas secības un lasīšanas ātruma. Jārūpējas par to, lai klausītājs uzreiz saprastu ziņojuma būtību, citādi viņš informāciju zaudēs, jo to nevar pārlasīt, apdomāt skaitli vai nesaprotamu vārdu. Ziņas sākumā neskaidri izrunāts personas vārds, kas turpmāk tiek aizvietots ar atsauci «viņš», «kurš», neļauj uztvert informācijas jēgu, jo nav saprotams vai arī jau aizmirsts, uz ko tas attiecināms. Vēstījumiem jābūt piesātinātiem, īsiem un vienkāršiem, jo

trauslā dzirdes uzmanība ātri vien pārslēdzas uz citiem kairinātājiem. Ikdienā mēs tā arī runājam.

Mēs gandrīz nekad neklausāties radio, speciāli apsēžoties pie tā, lai sekotu skaņai, bet vienmēr darām ko citu: uzvārām tēju, runājam pa telefonu, ieskatāmies elektroniskajā pastā. Un tad atkal paklausāties uzmanīgāk, ja skan kaut kas saistošs. Ja jau klausīšanās vide ir papildīta ar blakus skaņām, nav vēlams ar tām piesātināt pašu raidījumu. Skaļš mūzikas fons intervijā, pārmērīgā džingļu lietošana, žurnālista tukša runāšana tikai traucē koncentrēties uz būtisko.

Radio nepazīst robežu. 20. gadsimta 20. gadu radioamatieri optimistiski cerēja, ka šis medijs pārvarēs robežas, tāpēc pārraidīja esperanto valodas mācību stundas nākamajiem pasaules radio klausītājiem. Radio tomēr palika nacionāls, bet globālo mediju iespaidā pat ļoti lokāls. Tas iekļaujas mūsu ikdienas dzīves ritējumā, ieņemot tajā īpašu vietu. Mēs klausāties radio, kad esam aktīvi, darām kaut ko citu – no rīta ceļamies, braucam uz darbu, strādājam, pārlūkojam internetu. Radio strādājošajam žurnālistam ir jāzina, ka šis ir personisks un lokāls «masu» komunikācijas līdzeklis.

trešā nodaļa

Dzirde

Audio uzmanība

Cilvēka dzirdes psihofizioloģiju raksturo vairākas īpatnības, kas arī nosaka radio kā komunikācijas kanāla specifiku, tā iedarbības spējas uz auditoriju.

Uzmanības palielināšanu sekmē:

- informācijas sablīvēšana. Lēni runājošs cilvēks, mākslīgi izstieptas programmas (biežas «mūzikas pauzes» informatīva raidījuma ietvaros) novērš uzmanību, jo neprasa koncentrēšanos. Ar studentiem veiktajos eksperimentos izrādījies, ka viņi labāk atceras radio lasītās lekcijas, jo to uzklausišana prasa lielāku tīšu koncentrēšanos;
- vienots ritms raidījumā: raidījumu vienlaikus nedrīkst vadīt lēns un ātrs diktors; rīta blokā, kas ir piesātināts ar īsiem sižetiem, nedrīkst skanēt gara pārdomu portretintervija;
- kompozīcijas un noformēšanas stila komponentu dažādība: radiožurnālā jāizmanto reportāža, intervija, diktora teksts, pieteikuma signāli un starpsignāli;
- atsevišķi paņēmieni, kas izjauc pārraides ierasto ritmu, piesaistot uzmanību sev un tādējādi arī pārraidei kopumā. Piemēram, kāds ritmisks muzikāls starpsignāls, pauze, pārteikšanās. Televīzijas ska-

tītāji parasti uzmanīgāk noskatās un atceras tās pārraides, kuru laikā nokrita studijas fona dekorācija, nepareizā secībā tika rādīti sižeti. Tāpat arī radio, taču šādi triki ir labi tad, ja notiek nejauši;

- valodas normu ievērošana, citādi klausītāju uzmanība tiek pārslēgta uz formu.

Arī par vissaistošāko raidījumu interese nevar noturēties pārāk ilgi. Raidījuma ilgums nedrīkstētu pārsniegt 30 minūtes – tādas ir cilvēka psihofizioloģiskās spējas koncentrēt dzirdes uzmanību. Jaunie klausīšanās paradumi pat samazina šo ilgumu: britu žurnālisti runā 20 minūtes, bet ASV raidījuma ilgums ir sarucis līdz 10 minūtēm.

Vācot informāciju, cilvēks vadās no shēmām – iepriekšējām zināšanām un priekšstatiem par kādu lietu. Shēmu par radio veido raidstacijas programmas vienots stils un noformējums (formāts). Vienotību nodrošina unificētie raidstacijas identifikācijas signāli, vienota programmas vadišanas maniere (dažas stacijas principiāli ņem darbā tikai noteikta balss tembra diktorus, parasti baritonus). Shēma palīdz klausītājam orientēties programmas tīklā un viegli atrast interesējošo pārraidi.

ceturtnā nodaļa

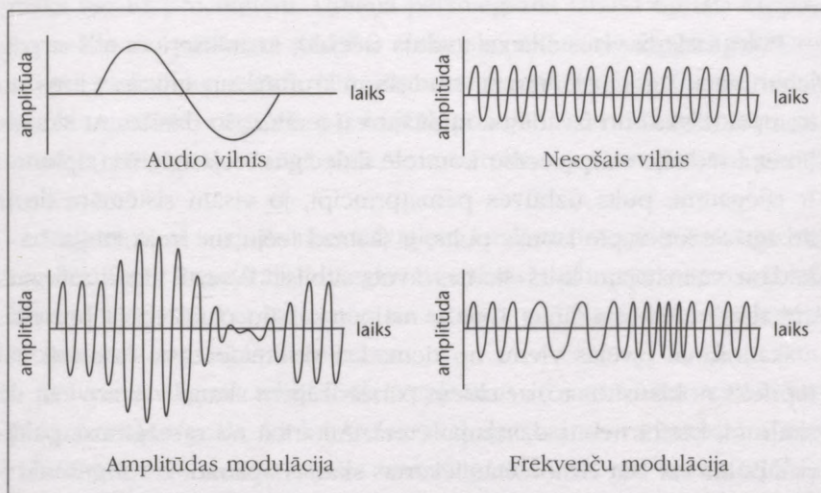
Tehnika

Skaņa

Skaņa ir balss saišu radītās vibrācijas, kuras pārvietojas gaisa telpā. Gaisa svārstības uztver auss membrāna, kura tās pārveido nervu impulsos. Mikrofonā svārstības uztver līdzīga mākslīgā membrāna, kura nodod svārstības spolē ievietotajam magnētiskajam stienim. Stieņa svārstības izraisa magnētiskā lauka izmaiņas, tās savukārt maina elektrisko lauku spolē. Skaļrunī notiek pretējais process: membrāna svārstās, reaģējot uz magnētiskā lauka izmaiņām, ko izraisa elektriskā signāla svārstības. Sakariem nepieciešamo enerģiju rada, manipulējot ar elektrību. Ja pietiekami daudz palielina elektriskās enerģijas frekvenci, tā sasniedz līmeni, kad vadītājs sāk izstarot elektromagnētisko enerģiju apkārtējā telpā.

Elektromagnētiskās svārstības, kas rodas mikrofonā un kas tiek ierakstītas magnētiskajā lentē vai ciparu informācijas nesējā, ir pārāk vājas, lai tās uzreiz raidītu uz uztvērēju. Tāpēc raidīšanai izmanto atsevišķu nesošo vilni diapazonā no 10 kHz līdz 300 GHz, kuru ģenerē raidītāja iekārta. Audiofrekvences klāšanas procesu uz nesošā viļņa sauc par modulāciju (skat. 8. attēlu). Modulācija nozīmē, ka nesošā viļņa forma tiek mainīta ar otras elektromagnētiskas frekvences – derīgās skaņas – ievadišanu. (Praktiski modulācija ir informācijas iekodē-

8. attēls. Viļņa modulācija



šana pārraidīšanas vai saglabāšanas nolūkā.) Audiofrekvences un nesošās frekvences kombināciju sauc par radio frekvenci. Pastāv divi modulācijas veidi: amplitūdas (AM) un frekvenču modulācija (FM). Piemēram, ģenerējot 440 Hz frekvences skaņu (pirmās oktāvas la), nesošā viļņa amplitūda mainās ar ātrumu 440 reižu sekundē. Uztvērējs dekodē amplitūdas izmaiņas un nolasa signālu kā skaņu ar frekvenci 440 Hz, respektīvi, pirmās oktāvas la. Frekvenču modulācijā frekvences izmaiņas izmanto kā kodēšanas metodi. Tā, piemēram, 440 Hz skaņu iekodē, mainot nesošā viļņa frekvenci 440 reižu sekundē. Zīmējumā parādīts nemodulēts nesošais vilnis un vilnis, kas modulēts ar amplitūdu un ar frekvenci.

Sarežģīta radio vai TV signāla pārraidīšanai stacijām atvēl nevis vienu nesošo frekvenci, bet veselu frekvenču joslu, ko sauc par kanālu. Kanāla platums – frekvenču skaits – dažādiem medijiem ir dažāds. Telefonam, kas neprasa skaņas augstu kvalitāti, tas ir 4 kHz, FM radiostacijai 200 kHz.

Studijas pulsts

Pulsts saslēdz visus skaņas avotus (ieejas), ar mikseriem atlasa patlaban vajadzīgos (piemēram, studijas mikrofons un mūzikas fons no kompaktdiska) un izvada uz raidītāju vai ierakstošo datoru. Ar skaņas līmeņa rādītāju starpniecību kontrolē attiecīgās ieejas signāla apjomu. Ir jāiegaumē pulsts uzbūves pamatprincipi, jo visām sistēmām tie ir līdzīgi. Sēžoties pie jaunas pulsts, ir jāatrod ieeju un izeju atbilstība – kādam vājinātājam kurš skaņas avots atbilst. Parasti viens mikseris apkalpo vairākus skaņas avotus: mainot kanālu pārslēdzēja pozīciju, atskaņošanai izvēlas vienu no tiem. Lai veiktu ieraksta kontroli vai iepriekš noklausītos to, ar citiem pārslēdzējiem skaņu var novirzīt uz skaļruni, bet tā nebūs dzirdama ēterā. Atkarībā no sarežģītības pakāpes pulstis var būt iemontētas iekārtas skaņas apstrādei, koriģēšanai – filtri. Filtri aiztur noteiktās frekvences. Zemo frekvenču filtrs var mazināt vēja radīto troksni ierakstā, augsto frekvenču filtrs koriģē svilpjošas skaņas. Reverberācijas iekārta veido telpas, atbalss efektu.

Skaņas kvalitātes kontrole

Skaņas stiprums nedrīkst pārsniegt kādu noteiktu līmeni, citādi skaļruni atskanēs gaudoņa vai iestāsies klusums. Līmeņa regulētājus sauc par vājinātājiem, mikseriem. Studijās parasti tie ir noregulēti uz kādas iepriekš noteiktas atzīmes. Taču runātāju balsis ir dažādas. Kāds runā skaļāk un tuvu mikrofonam – tad izejas līmenis pulstī ir jāsamazina, cits klusāk un tālu no mikroфона – līmenis ir jāpaaugstina. Lai programmas ietvaros mainītu skaņdarbus, tie ir jāmiksē – jāvājina viena un jāpaaugstina otra kanāla līmenis vienlaikus. Savukārt, lai runātu mūzikas fonā, ir jāsamazina mūzikas kanāla jauda un jāpalielina atbilstošā mikroфона izejas jauda. Signālu starpībai jābūt 20 dB. Dažas diktora pulstis ir aprīkotas ar automātisku kanālu vājināšanu: pietiek nospiest mikroфона pogu, un mūzikas līmenis tiks samazināts līdz atbilstošam. Skaņas modulācijas apjomu reģistrē līmeņa rādītāji. Mūzikas ieraksta skaļākais fragments nedrīkst pārsniegt 100 procentu atzīmi

(pārsniegšanas gadījumā iedegas rādītāja sarkanās diodes) un būt zemāks par 85 procentiem. Līmeņa pārsniegšana izraisa signāla kropļošanu, kas var pārslogot raidītāja elektrisko tīklu un sabojāt aparātūru. Lai tas nenotiktu, iekārta ir aprīkota ar ierobežotājiem («limiteriem»), kas automātiski «nogriež» pārslodzes porciju. Taču līdz ar to tiks pazaudēta arī signāla derīgā daļa, kuras frekvences atrodas atslogotajā joslā.

Magnetofoni ir aprīkoti ar līdzīgiem ieraksta līmeņa automātiskiem regulētājiem. Regulētājs atvieglo žurnālista darbu, jo neprasa bieži kontrolēt līmeni, bet jāatceras, ka arī šajā gadījumā automātiski tiek «nogrieztas» augstākas frekvences.

Vēl viens skaņas tehniskais kropļojums ir saite. Saite rodas, kad programmas signāls no kontroles skaļruņa vai no radioaparāta ieiet mikrofonā un rezultātā izraisa asu svilpienu. Saiti var manīt telefonprogrammās, kad klausītājs ar telefonu stāv pārāk tuvu uztvērējam. Tā var rasties, arī strādājot vienlaikus ar vairākiem mikrofoniem, kas ir nolikti pārāk tuvu cits citam. Optimāls novietošanas attālums ir atkarīgs no mikroфона jutīguma un virziena.

Ieejas avoti

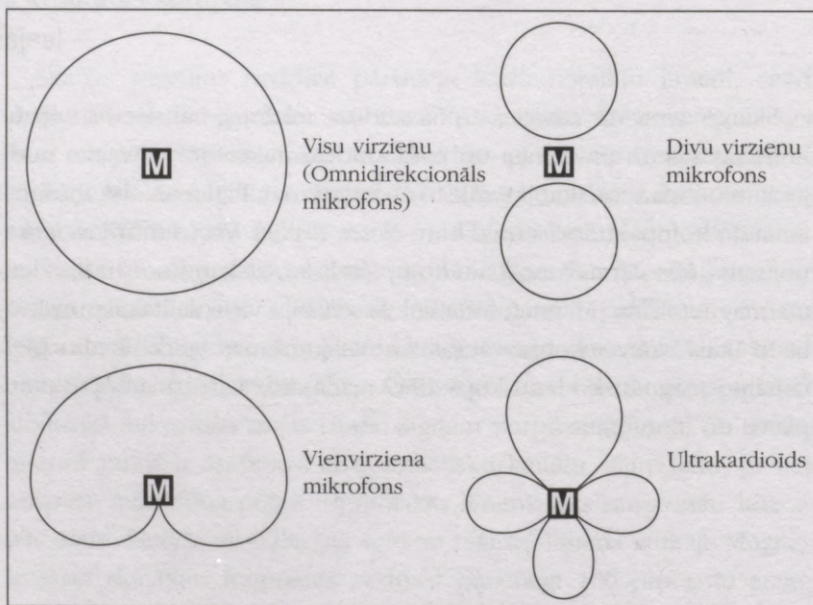
Skaņas avoti var atrasties ārpus studijas: telefons, translācijas iekārta, līnija no sakaru pavadona un pašā studijā: mikrofoni dzīvajam raidījumam un iekārtas skaņu ierakstu atskaņošanai. Patlaban atskaņošanai izmanto kompaktdiskus un datoru cietos diskus. Vecos mūzikas ieskaņojumus, kas vēl nav ierakstīti kompaktdiskā, atskaņo no studijas lentes magnetofona. Magnetofons vēl nesen bija visizplatītākais un kvalitatīvākais skaņas konservācijas un atskaņošanas veids. Radio plaši izmanto magnētisko lenti kopš 1949. gada, līdz tam izmantoja skaņuplates un kinofilmu.

Mikrofoni

Mikrofonus klasificē pēc virziena: vienvirziena – izmanto diktoru studijās, vokāla un atsevišķu instrumentu ierakstam; divvirzienu – intervijām studijā, kur runātāji sēž pretī viens otram; visu virzienu (skat. 9. attēlu). Kardoīds atšķirībā no vienvirziena mikroфона ne-daudz uztver fonu, kas ir runātājam priekšā, piemēram, auditorija. Pēc izmantojuma mikrofonus iedala: mūzikai vai runai domātajos, ar vadiem vai miniraidītājiem, piespraužamos, rokā turamos vai uz statīva esošos.

Radio izmanto dinamiskos, kondensatoru un lenšu mikrofonus. Dinamiskie mikrofonu ir mazāk jutīgi pret zemo frekvenču trokšņiem (vējš, elpa), tāpēc tos ieteicams lietot ārpusstudijas raidījumiem. Dinamiskie mikrofonu uzlabo smagnējo balsu kvalitāti, jo reducē zemos toņus un ir nejutīgi pret augstām frekvencēm. Kondensatoru mikrofonu ir ārkārtīgi jutīgi pret augstām frekvencēm un arī pret zemo frekvenču trokšņiem. Šos mikrofonus izmanto augstas kvalitātes skaņu

9. attēls. Mikrofonu skaņas uztveres virzienu parametri



ierakstiem. Tiem ir vajadzīga atsevišķa elektriska barošana no baterijas, kas atrodas rokturī. Lenšu mikrofoni ir iecienīti mūzikas ierakstu studijās. Tie ir ārkārtīgi jutīgi pret spalgām skaņām – skaļa klepošana var pat sabojāt mikrofonu. Toties tie reducē šņāceņus un eksplozīvus līdzskaņus. Normāls darba attālums no mikroфона ļoti klusā studijā ir 60 cm. Mazāks attālums akcentē zemākas balss frekvences. Strādājot ar mikrofonu, ir jāievēro daži noteikumi. Mikrofonu nedrīkst strauji pagriezt pret otru runātāju; ja mikrofonu atrodas uz galda, jāuzmanās, lai tas nevibrē (nedrīkst bungot ar pirkstiem pa galdu, likt uz galda ieslēgtu magnetofonu).

Ārpusstudijas raidījumi

Vienkāršākais veids ir telefona vadu izmantošana, taču tas nenodrošina radio nepieciešamo kvalitāti. Labāku rezultātu var iegūt, izmantojot speciālās sakaru līnijas vai internetu, bet visaugstākā kvalitāte ir mikroviļņu pārraidīšanai. Pēdējai izmanto pārvietojamās radiostacijas vai arī mazos radiotelefonus, kuru jauda ļauj sasniegt radiostudiju lielas pilsētas robežas.

Datorizētā programma

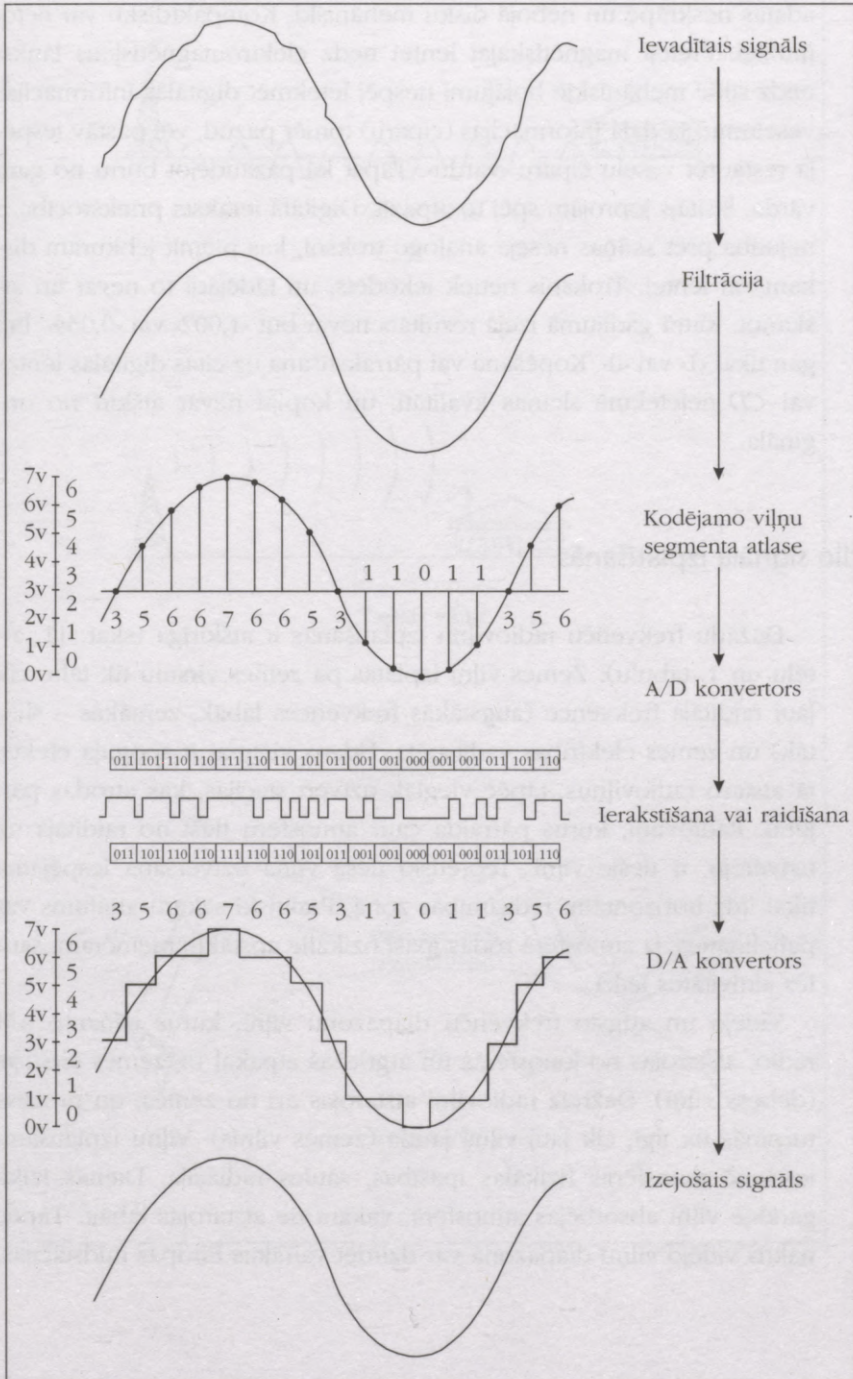
Dators ļauj radio darboties bez operatora kontroles, programmas atlasī un raidīšanu nodrošina dators. Tajā ir ievadīta informācija par visām dziesmām un to atskaņošanas secību – rotācijas programma. Cietajā diskā ir ierakstītas reklāmas, stacijas identifikācijas signāli, jebkura diktora ierunātā informācija (kaut vai pareizs laiks). Saskaņā ar formāta prasībām un izvēlēto programmas secību dators atlasa un atskaņo ierakstus. Automatizētajā režīmā bez cilvēka klātbūtnes radiostacijas parasti strādā tikai naktīs, stacijas ar nelielu darbinieku skaitu var raidīt dzīvajā ēterā pat tikai dažas stundas diennaktī.

Skaņu ierakstīšana

Analogā skaņu ierakstīšana ir skaņas magnētisko svārstību iespiešana uz lentes, kas ir noklāta ar dzelzs oksīda magnetizētām sīkajām adatiņām. Ieraksta galviņa, kas ir spēcīgs elektromagnēts, izkārto magnētiņus atbilstoši magnētisko svārstību ainai. Dzēsošā galviņa izjauc šo kārtību, izvietojot adatiņas neregulārā veidā. Skaņu ieraksta galvenais uzdevums ir ticama oriģinālās skaņas atveidošana. Kamēr dzirdam «dzīvu» priekšnesumu studijas kontroltelpas skaļruņos, tikmēr viss šķiet kārtībā. Taču, atskaņojot magnetofona lentē ierakstīto mūziku, prasīga dzirde vienmēr pamanīs traucējošu smalka trokšņa fonu – nav kā koncertā! Patiešām, parastā analogā ierakstīšanas procesā magnētiskajā lentē bez derīgas skaņas tiek ierakstīts arī jebkurai lentei piemītošs troksnis. Atskaņojot aparātūra nešķir derīgu un parazītskaņu, atveidojot oriģinālskaņas traucētu variantu. Atrisinājums būtu tāda tehnoloģija, kas, atskaņojot ierakstu, nereaģētu uz nevēlama signāla klātbūtni. Ciparu ieraksti notiek šādi (skat. 10. attēlu). Ierakstāmā signāla viļņa sinusoīdu sadala vairākos taisnstūru lauciņos, līdzīgi kā uz milimetru papīra. Katram sinusoīdas punktam atbilst kāds lauciņš ar savām koordinātēm. Jo vairāk lauciņu, jo precīzāk iespējams aprakstīt viļņa formu. Koordinātes apraksta binārajā skaitļu sistēmā, kas atšķirībā no decimālās desmit ciparu skaitīšanas sistēmas kā bāzi izmanto tikai divus ciparus. Skaitlis 17 digitāli ir atveidojams kā 10001. Izmantojot šo sistēmu elektroniskajās ierīcēs, ir redzama nepārprotama priekšrocība – datoru smadzenēm ir jāatpazīst tikai divi cipari, kas praktiski izpaužas elektriskā tikla ieslēgšanā vai izslēgšanā. Vieninieks – ja strāva plūst pa tiklu, nulle – ja tās nav.

Ierakstiem kompaktdiskos patlaban izmanto 44,1 kHz paraugu reģistrācijas biežumu. Tas nozīmē, ka 44,1 kHz ierakstā informācija par viļņa formu tiek savākta ik pa 0,0000227 sekundēm, tas ir, 44 100 reižu sekundē. Tas divas reizes pārsniedz auss jutības sliekšni. Katrs no šiem fragmentiem tiek iekodēts 16 bitu ciparu vārdā, tas nozīmē, ka ir iespējams izšķirt 65 536 skaņu amplitūdas gradācijas. Optiskajā kompaktdiskā visa šī informācija tiek ierakstīta ar lāzeru, kas izdedzina diskā caurumu, ja ir vieninieks, un atstāj virsmu neskartu, ja ir

10. attēls. Analogā signāla pārveidošana digitālajā un digitālā signāla analogajā pēc pulsa koda modulācijas sistēmas



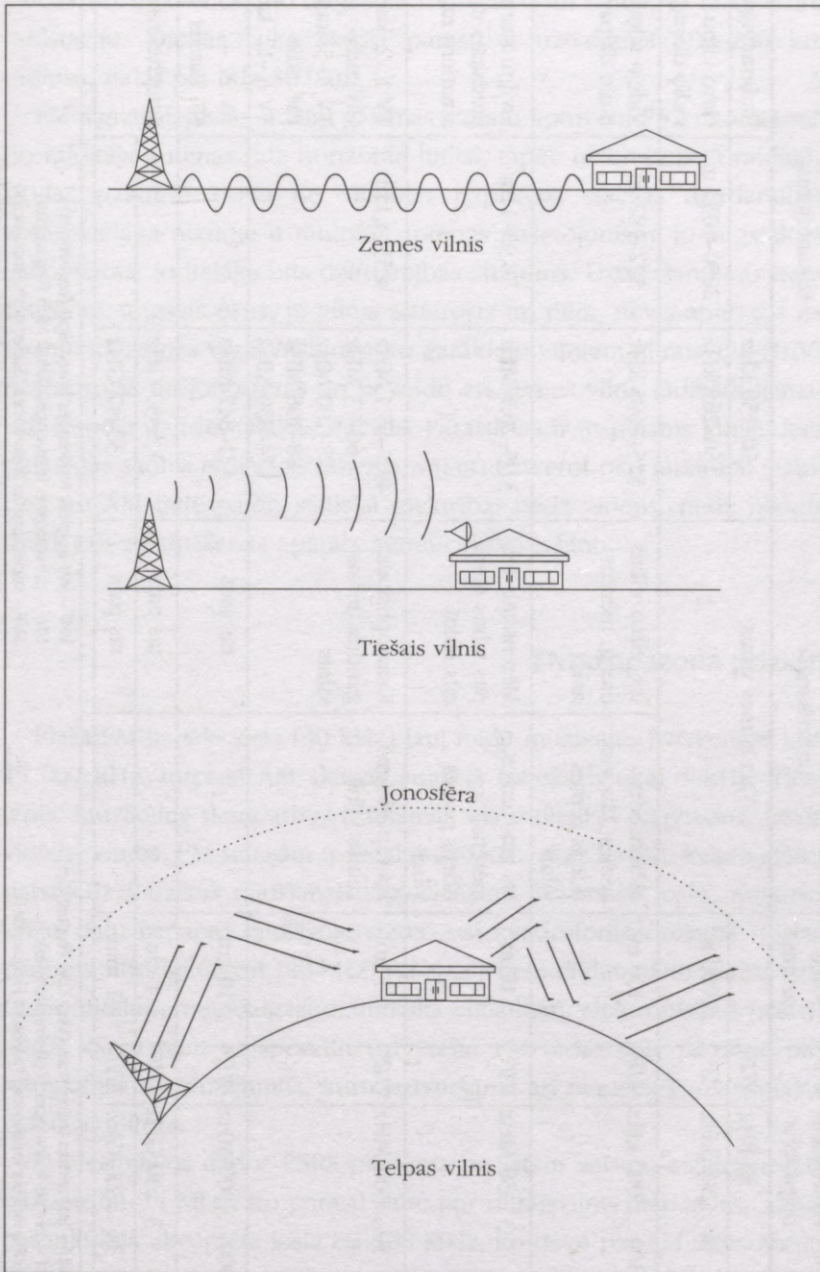
nulle. Atskaņojot disku, lāzers reaģē uz izmaiņām diska jutīgajā slānī. Lāzers atšķirībā, piemēram, no parastās vinila skaņuplates atskaņotāja adatas neskrāpē un nebojā disku mehāniski. Kompaktdisku var lietot mūžīgi. Pretēji magnētiskajai lentei nedz elektromagnētiskais lauks, nedz sīkie mehāniskie bojājumi nespēj ietekmēt digitālās informācijas veselumu. Ja daļa informācijas (ciparu) tomēr pazūd, vēl pastāv iespēja restaurēt veselu ciparu «vārdu». Tāpat kā pazaudējot burtu no gara vārda, lasītājs joprojām spēj to atpazīt. Digitālā ieraksta priekšrocība ir nejutība pret skaņas nesēja analogo troksni, kas piemīt jebkuram diskam vai lentei. Troksnis netiek iekodēts, un tādējādi to nevar arī atskaņot. Katrā gadījumā izejā rezultāts nevar būt «1,002» vai «0,034», bet gan tikai «1» vai «0». Kopēšana vai pārrakstīšana uz citas digitālās lentes vai *CD* neietekmē skaņas kvalitāti, un kopiju nevar atšķirt no oriģināla.

Radio signāla izplatīšanās

Dažādu frekvenču radioviļņu izplatīšanās ir atšķirīga (skat. 11. attēlu un 1. tabulu). Zemes viļņi izplatās pa zemes virsmu tik tālu, cik ļauj raidītāja frekvence (augstākās frekvences labāk, zemākās – sliktāk) un zemes elektrības vadītspēja. Ūdens virsmai ir spoguļa efekts, tā atstaro radioviļņus, tāpēc vieglāk uztvert stacijas, kas atrodas pāri jūrai. Radioviļņi, kurus pārraida caur atmosfēru tieši no raidītāja uz uztvērēju, ir tiešie viļņi. Teorētiski tiešā viļņa uztveršana iespējama tikai līdz horizontam, redzamības zonā. Praktiski sakaru attālums var palielināties, ja atmosfērā rodas īpaši fizikālie apstākļi, piemēram, saules aktivitātes laikā.

Vidējo un augsto frekvenču diapazonu viļņi, kurus izmanto AM radio, atstarojas no jonosfēras un atgriežas atpakaļ uz zemes virsmas (debess viļņi). Dažreiz radioviļņi atstarojas arī no zemes, un process turpinās tik ilgi, cik ļauj viļņa jauda (zemes vilnis). Viļņu izplatīšanu ietekmē jonosfēras fizikālas īpašības, saules radiācija. Dienas laikā garākie viļņi absorbējas atmosfērā, vakarā tie atstarojas labāk. Tāpēc naktīs vidējo viļņu diapazonā var dzirdēt vairākas Eiropas raidstacijas,

11. attēls. Radioviļņu izplatīšanās



1. tabula. Elektromagnētisko frekvenču raksturojums

Frekvenču diapazons	Viļņa garums	Izplatīšanās		Izmantojums		
				10-150 kHz	Radionavigācija	Garu viļņu radio diapazons
... 30 kHz	VLF	Tāls zemes vilnis	2000-1053 m	150-265 kHz	Vidējo viļņu radio diapazons	
30 ...300 kHz	LF		572-187 m	525-1605 kHz		
300 ...3000 kHz	MF	Mērens virs zemes, tāls virs ūdens zemes vilnis	76,95-11m	3,95-26,1 MHz	Īsviļņu starptautiskais un amatieru radio	
3 ...30 MHz	HF	Īss virs zemes, mērens virs ūdens zemes vilnis				
30 ...300 MHz	VHF	Īss (ap 75 km) zemes vilnis	4,55-4,11m	49,7-65,7 MHz 66-73 MHz 77-100 MHz 88-108 MHz 174-230 MHz	TV 1., 2. kanāls UJV radio TV 3.-5. kanāls FM radio TV 6.-12. kanāls	
300 ...3000 MHz	UHF			471-847 MHz	TV 21.-68. kanāls	
3 ...30 GHz	SHF			1,5-30 GHz	Satelīttelevīzija	
30 ...300 Ghz	EHF			30-47 GHz		

VLF – ļoti zemas frekvences (Very Low Frequencies)
 LF – zemas frekvences (Low Frequencies)
 MF – vidējās frekvences (Medium Frequencies)
 HF – augstās frekvences (High Frequencies)

VHF – ļoti augstās frekvences (Very High Frequencies)
 UHF – ultraaugstās frekvences (Ultra High Frequencies)
 SHF – supraaugstās frekvences (Super High Frequencies)
 EHF – sevišķi augstās frekvences (Extremely High Frequencies)

dienā – tikai tuvākās. Vidējo viļņu raidītāju dzirdamība ir atkarīga no jaudas un frekvences: jo augstāka frekvence un jauda, jo tālāk dzird raidstaciju. Dienas laikā stacija parasti ir uztverama 100–200 km rādiusā, naktī pat līdz 500 km.

FM signāli izplatās līdzīgi gaismas staram aptuveni 75 km attālumā no raidītāja antenas līdz horizonta līnijai, tāpēc neierobežotā raidītāja jaudas paaugstināšana ne vienmēr paplašina stacijas dzirdamības zonu. Lielāka nozīme ir raidošās antenas izvietojumam: jo augstāk tā ir novietota, jo lielāks būs dzirdamības attālums. Uztveršanu var traucēt kalni, augstas ēkas, jo vilnis atstarojas no tiem, nevis apiet tos pa virsmu kā zemes viļņi. Atšķirībā no garākiem viļņiem ultraīsviļņi (UĪV) neatstarojas no jonosfēras un neveido arī zemes vilni, tādējādi ir mazāk iespēju dzirdēt tālākās stacijas. Parasti tas ir iespējams jūnijā, kad palielinās saules radiācijas līmenis, vai arī uztverot pāri jūrai. FM atšķirībā no AM neiespaido statiskā elektrība: nedz zibens, nedz blakus strādājošs metināšanas aparāts netraucē uztveršanu.

FM diapazona priekšrocības

Plašā FM kanāla josla (30 kHz) ļauj raidīt muzikālās frekvences līdz 15 000 kHz, turpretī AM skaņas augšējā robeža ir tikai 5 kHz. Tieši tāpēc muzikālus skaņdarbus ir tikamāk klausīties FM diapazonā, nevis vidējos viļņos. FM stacijām ir iedalīti 200 kHz plati kanāli, kas manāmi pārsniedz mūzikas raidīšanai nepieciešamo frekvenču joslu. Atlikušo joslas daļu izmanto raidīšanai stereo vai kvadrofonijas režīmā (joslas platums attiecīgi 60 vai 120 kHz) vai speciāliem raidījumiem (dažās valstīs ir raidījumi neredzīgajiem, mūzika veikaliem, elektroniskais pasts), kurus var uztvert ar speciālu uztvērēju. FM radio spēj pārraidīt pat fotogrāfijas un zīmējumus, kuru uztveršanai arī nepieciešams speciāls video monitors.

Sešdesmitajos gados PSRS pieņēma no citām valstīm atšķirīgu diapazonu 66–74 MHz, ko parasti sauc par ultraīsviļņu diapazonu. Citur pasaulē bija akceptēta josla 88–108 MHz, ko dēvē par FM diapazonu. Savukārt Padomju Savienībā puse no šīs joslas tika iedalīta televīzijai.

Astoņdesmito gadu beigās mūsu tirgū ieplūda Rietumos un Japānā ražotie uztvērēji ar turienes FM diapazonu. Bet 1991. gada augustā Latvijā jaunajā diapazonā sāka raidīt pirmā stacija Rīgā. Pakāpeniski Latvijas raidstacijas atteicās no vecām frekvencēm, pilnībā pārejot uz jauno joslu.

Stereofonija

Cilvēka dzirde ir binaurāla, t. i., smadzenēm audiosignālu noved divas ausis. Radio šādu sistēmu veido divi skaļruņi, divi pastiprinātāji, divi signāli no uztvērēja un divi mikrofoni. Klausītājam stereofonija nodrošina apjoma ilūziju. Pirmos eksperimentus stereofoniskās raidīšanas jomā divdesmitajos gados veica Berlīnes operā. Uz skatuves bija novietoti seši mikrofoni divās grupās, bet pārraidīšanu nodrošināja divi vidējo viļņu raidītāji. Tāpat Berlīnē 1941. gadā bijuši veikti mēģinājumi ierakstīt stereo skaņu, un pēc trīs gadiem Vācijas radio bija 240 stereo ierakstu. Pēc kara 1958. gadā stereoraidījumus atjaunoja *Sender Freies Berlin*. Raidīšanai izmantoja divas FM diapazona frekvences, tātad divus atsevišķus raidītājus. 1963. gadā pārgāja uz ASV izstrādāto multipleksa procesu ar diviem kanāliem vienā frekvencē. 1966. gadā Eiropā bija viens miljons stereouztvērēju, 900 tūkstoši no tiem Vācijā. Lielbritānijā un Francijā straujš stereo uzplaukums sākās tikai pēc desmit gadiem, pieaugot interesei par nelegālajām mūzikas raidstacijām. Valsts radio nopietni pievērsās FM attīstībai tikai astoņdesmitajos gados pēc komercradio legalizācijas.

1958. gadā regulāro stereo raidīšanu uzsāka amerikāņu *NBC*. 1966. gadā Norvēģijā notika starptautiskā konference, kurai bija jāpieņem vienots stereo raidīšanas standarts. Formāli dalībvalstis nespēja vienoties, taču praktiski visi pieņēma ASV izstrādāto standartu. Latvija stereofoniski raida no 1967. gada.

Kvadrofonija

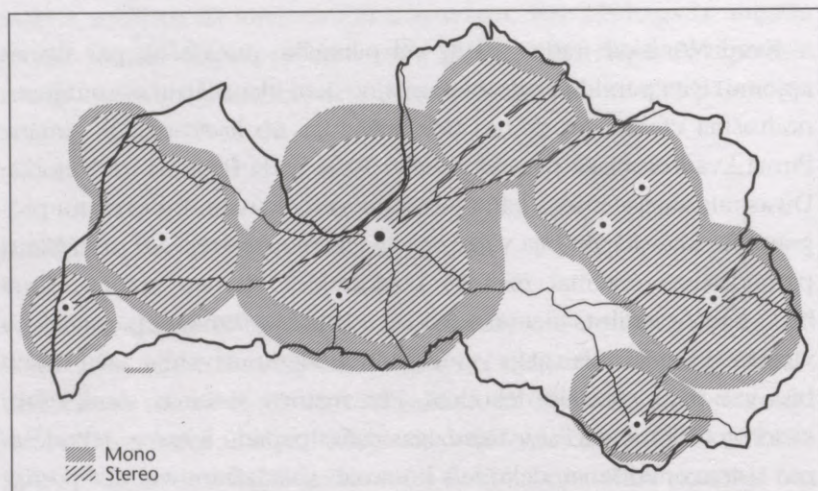
Kvadrofoniskais radio sniedz vēl pilnīgāku priekšstatu par skaņas apjomu. Divi papildu skaļruņi, kurus novieto klausītājam aiz muguras, nodrošina efektu, ka skaņas tiek atstarotas no koncertzāles sienām. Pirmā kvadrofoniskā pārraide notika 1968. gadā Bostonā un Ņujorkā. Divas raidstacijas raidīja katra pa vienu stereokanālu. Lai uztvertu programmu, klausītājam bija vajadzīgi divi stereouztvērēji. Šai sarežģītajai pārraidīšanas sistēmai uzradās konkurējošā matricu sistēma, kurā četru kanālu ieraksts tika iekodēts divu kanālu režīmā un pārraidīts pa vienu FM staciju. Klausītājs varēja iztikt ar vienu uztvērēju, taču viņam bija vajadzīgs speciāls dekodērs. Pēc matricu sistēmas strādājošajai kvadrofoniskajai stacijai ir vajadzīgas dažas papildu iekārtas: iekodēšanas sistēma raidīšanai, dekodērs kontroles vajadzībām, vēl divi pastiprinātāji un skaļruņi. Ja stacija raida jau iekodētus ierakstus, šīs papildu iekārtas nav vajadzīgas. Septiņdesmito gadu sākumā kvadrofoniskās pārraides veica vairākas ASV stacijas, taču daudzsološais tehnikas jaunums neiekaroja klausītāju uzmanību. Iemesls tam varētu būt niecīgā atšķirība no stereofonijas efekta, turklāt nedaudz vēlāk ciparu tehnoloģija uzlaboja arī stereofonijas kvalitāti.

Signāla pārraidīšana

Radiostudijā veidoto signālu novada līdz raidītāja iekārtai, no kuras elektromagnētiskais signāls tiek izstarots gaisā. Radio signāla izplatīšanās ir ierobežota: tā ir atkarīga no izmantotās frekvences un raidītāja jaudas (vai no augstuma, kurā izvietota raidošā antena). Lai programma būtu dzirdama tālākajās vietās, izmanto papildu raidītājus. Latvijas Radio pirmā programma izmanto 13 FM raidītājus, tā nodrošinot dzirdamību visā valstī, bet astoņi Latvijas Radio (LR3) raidītāji nenoklāj visu teritoriju ar signālu (skat. 12. attēlu).

Frekvenču, kuras var izmantot elektroniskie mediji, nav daudz, bet pieprasījums pēc tām pieaug: palielinās radio un TV staciju skaits, strauji attīstās mobilā telefona sakari. Lai palielinātu kanālu skaitu un

12. attēls. Latvijas Radio 3. programmas apraides shēma



Avots: LVRTC

izvairītos no savstarpējiem elektromagnētiskajiem traucējumiem, izmanto kabeļus. Ilgāku laiku izmantotos koaksiālos vadus pašlaik aizstāj optiskās šķiedras kabeļi. Optiskā kabeļa priekšrocības ir acīmredzamas: to neietekmē elektromagnētiskie traucējumi, tam ir plata frekvenču josla, tas spēj ātri pārraidīt liela apjoma datu plūsmas, tam ir neliels izmērs (no mata tievuma līdz 1 mm diametrā), mazs svars un liela mehāniskā izturība. Mūsdienās kabeļi pārraida vienu gigabitu informācijas sekundē, eksperimentālie paraugi – līdz pat 27 gigabitiem sekundē, kas atbilst 400 000 vienlaicīgiem telefona savienojumiem. Elektriskajā vadā informāciju pārnes elektroni, optiskajā – fotoni. Lāzers pārveido digitālo informāciju gaismas pulsos. Kabelis ir smalka caurule, iekšpusē noklāta ar materiālu, kas atstaro gaismu no sienām uz kabeļa vidu, tādējādi signāls viļņveidīgi ceļo līdz uztvērējam.

Kabeļu tīklus izmanto kopā ar sakaru pavadoņiem. Šādā kombinācijā pavadonis ir retranslējošā stacija, kas pārraida signālu lielajā attālumā no studijas uz kabeļu tīkla uztverošo staciju, kura savukārt piegādā signālu patērētājiem konkrētā apdzīvotajā vietā. Priekšrocības ir acīmredzamas: nav jābūvē vairākas retranslācijas stacijas, signālam ir mazāk bojājumu, patērētājiem nav jāpērk satelīta iekārtas.

Sakariem izmanto satelītus, kas ir izvietoti ģeostacionārajā orbītā 36 000 km attālumā no Zemes. Pavadoņa leņķa ātrums šajā orbītā sakrīt ar Zemes apgriešanās ātrumu, tāpēc satelīts visu laiku atrodas «piekārts» virs noteiktās vietas un nepazūd no antenu redzesloka. Tādējādi uztverošā antena ir jānotēmē uz pavadoni vienreiz un vairs nav jāgroza. Sakaru pavadoni izmanto dažādus raidīšanas statusus. Mazie noklāj nelielu teritoriju ar spēcīgu signālu, kuru var uztvert ar maza – līdz pat 35 cm – diametra šķīvi. Lielie konusa veida stari sedz vairāku valstu vai kontinentu teritorijas ar relatīvi vāju signālu, kuru uztveršanai ir vajadzīgas 5–25 m diametra antenas. Tā kā signālam ir jāveic liels ceļš (72 000 km līdz ģeostacionārajam pavadonim un atpakaļ), signāls aizkavējas par 1/4 sek. Atcerēsimies, ka elektromagnētisko svārstību ātrums ir 300 000 km/sek. Aizkavēšanās efektu var pamanīt, klausoties *BBC* radio retranslatoru Rīgā, kas saņem signālu caur kosmosu un ar īsviļņu uztvērēju vienlaikus. Pareizā laika signāli pirmajā gadījumā manāmi atpaliek.

Kosmiskos sakarus plaši izmanto radio un TV vajadzībām: no ārzemju korespondentu punktiem saņem reportāžas, translē starptautiskos pasākumus notikuma brīdī. LR3 «Klasika» šādā veidā tiešajā ēterā translē koncertus no Eiropas un ASV. Lielākajās valstīs ar sakaru satelītiem tiek izplatītas nacionālās televīzijas un radio programmas. Raidīšanai no pavadoņa Zemes virzienā izmanto ļoti augstas frekvences, kuru kvalitāti iespaido dažādi atmosfēras traucējumi, piemēram, lietus. Stipras lietusegāzes sabojā sakaru kvalitāti tiktāl, ka translācija ir jāatceļ.

1995. gadā *streaming* darīja iesējamu pārraidīt radio internetā, jo vairs nebija jāielādē viss fails. Pasaulē interneta radio uzplauka 20. gadsimta 90. gadu otrajā pusē, bet vēlāk strīdi ar autortiesību aģentūrām, kas prasīja lielas maksas par mūzikas atskaņošanu, veicināja to skaita samazināšanos. Skaņas pārraidīšanai internetā izmanto vienu no trim tehnoloģijām: *MP3*, *RealOne Player* vai *Microsoft Windows Media*. Platjoslas interneta savienojumi ļauj manāmi uzlabot pārraidāmās skaņas kvalitāti, kas tuvojas *CD* līmenim. Tradicionālais radio izmanto internetu, lai noturētu savus klausītājus, piesaistītu jaunus un lai raidītu klausītājiem, kuri dzīvo ētera signāla nerasniedzamības rajonā. 2003. gadā

85 procenti Eiropas sabiedrisko kanālu bija atrodami internetā, divus gadus pirms tam – 75 procenti.

Radio raidīšanas procesu uzlabo signāla ciparu raidīšana. Analogais ēters ir piesātināts ar radio stacijām, ir jāreķinās arī ar kaimiņvalstu interesēm, lai netraucētu viņu staciju darbību. Vienas nacionālās programmas pārraidīšanai valsts teritorijā ir vajadzīgi vairāki raidītāji, katrs no tiem strādā savā frekvencē. Ceļotājiem, iebraucot jauna raidītāja darbības zonā, ir jāmeklē sava stacija no jauna. Ir jāzina frekvence, uz kurās tā strādā. Ciparu radio atrisina šīs problēmas. Viena radio signālu pārraida vairāki raidītāji uz vienas un tās pašas frekvences bez traucējumiem. Ciparu radio izmanto daudz plašāku frekvenču joslu derīgā signāla raidīšanai, ļaujot pārraidīt uz uztvērēja displeja jebkuru informāciju vizuālā teksta veidā: ne tikai stacijas vai dziesmas nosaukumus, bet arī valūtas un biržas kursu. Pirmais ciparu radio tīkls bija izveidots ASV jau 1990. gadā. Patlaban testa režīmā raidīšana notiek no Rīgas.

piektā nodaļa

Žanri

Stāstījuma forma

Ja žurnālista darbs ir jādefinē īsi, tad var teikt, ka visi mēs nodarbojamies ar stāstu stāstīšanu. Vispirms mēs kaut ko uzzinām, savācot informāciju, izjautājot un novērojot, un pēc tam to visu izstāstām citiem. Te sākas radošais darbs – iegūto zināšanu ielikšana formās. Kādā secībā izklāstīt? Kādus izteiksmes līdzekļus izvēlēties? Kā uzrunāt klausītāju? Atbildes uz šiem jautājumiem dod zināšanas par žanru. Žanrs ir vēstījuma organizācijas un sakārtošanas forma saskaņā ar izvirzīto mērķi. Zinot žanra ierobežojumus, žurnālists izvēlas noteiktas stāstīšanas formas.

Piemēram analizēsim ārkārtas notikumu, negadījumu, jo tas vienmēr ir skaidri lokalizēts laikā un telpā. Informāciju par notikumu var pārraidīt vairākos žanros. Ziņa ir «saus», neemocionāls stāstījums par notikušo, faktu izklāsts: kas, kur, kad, kāpēc, kādas sekas. Reportāžas uzdevums ir parādīt, kā tas noticis: galvenais ir emocijas, cilvēku pārdzīvojumi un novērojumi. Reportāžas par notikumu funkcija ir ļaut klausītājam iztēloties norises vietu. Savukārt reportāža pēc notikuma stāsta par sekām – kā cilvēki ir pārdzīvojuši negadījumu, kā viņi dzīvo un jūtas tagad. Komentētājs analizē notikumu, izvērtē cēloņus un sekas. Pretēji ziņai vai reportāžai komentārā žurnālists novirzās no paša

notikuma – tas ir tikai informatīvais iegāns lielas problēmas analīzei: komunālās saimniecības stāvoklis, pašvaldības spējas palīdzēt cietušajiem. Intervija ļauj iepazīties ar konkrētā cilvēka redzējumu un vērtējumu: ugunsdzēsības eksperts skaidro, kāpēc netika ievērotas drošības normas; notikuma dalībnieks vai aculiecinieks stāsta, ko īpašu viņš bija pamanījis.

Saskaņā ar informācijas sniegšanas uzdevumiem izšķir trīs lielas žanru grupas:

- informācija: ziņo par faktiem;
- analīze: interpretē notiekošo, piedāvā un vērtē cēloņu un seku shēmu;
- dokumentāls tēlojums: atklāj faktus un rāda notikumus no dalībnieku skatpunkta, emocionāli iesaista tajos klausītājus.

Patlaban nav iespējams runāt par «tirajiem» žanriem, klasifikācijai ir analītisks nolūks – aprakstīt paņēmienus, kurus izmanto informācijas sakārtošanai. Raidījumos parasti jauc žanrus, tāpēc turpmāk ir jārunā par radio raidījumu veidiem. Reportāžā, kad žurnālists tiešajā ēterā stāsta, ko viņš redz, var iekļaut arī intervijas, bet eksperts var sniegt savu komentāru. Par notikumu var informēt arī dokumentālajā audiofilmā. Tas būs stāsts par kaimiņu nesaticīgo dzīvi, pašvaldības un policijas nespēju iesaistīties konflikta risināšanā, citu cilvēku attieksmi pret notiekošo. Rezultātā – tāds varētu būt dokumentālā raidījuma fināls – žurnālists parāda, ka sadzīves konflikta eskalācija var novest pie traģiskām sekām, ja citi cilvēki ir tikai pasīvi novērotāji.

Turpmāk grāmatā analizēti izplatītākie radio raidījumu veidi:

- informējošie: ziņas;
- analītiskie: intervija, diskusija, preses apskats, komentārs;
- dokumentālie tēlojumi: reportāža.

Kā īpašu informējoši izklaidējošo raidījumu veidu apskatišu telefonprogrammas un ieskicēšu māksliniecisko raidījumu veidošanas principus, stāstot par dabisko skaņu un trokšņu izmantošanu realitātes atveidošanai. Šos paņēmienus var izmantot gan raidlugu, gan dokumentālo tēlojumu veidošanā.

sestā nodaļa

Valoda

Klausīties ir grūti

Audio tekstu ir daudz grūtāk uztvert nekā rakstīto, jo laikā pastāvošās zīmes ir mazāk efektīvas nekā telpiskās: tekstu var ātrāk izlasīt nekā noklausīties. (Crisell 1994) Pamēģiniet kādam skaļi lasīt avīzes tekstu, un jūs sapratīsiet, ka tas nav viegli: gari pakārtotie teikumi, skaitļi, sarežģītie vārdi... Praksē iepazīšanās ar radio valodu parasti sākas ar ziņu redakciju. Tā ne tikai raksta oriģinālas ziņas, bet arī tulko un rediģē preses aģentūru materiālus, jo tie nav derīgi tūlītējai lasīšanai pie mikrofona. Preses ziņas ir jāadaptē audio uztverei. Klausītājam nav iespējas pārlasīt nesaprotamu vietu, pakavēt uzmanību pie skaitļiem. Informācijas plūsma ir nepārtraukta un neatkārtojas, tāpēc redaktoram jāpārveido teksts tā, lai tas nesaturētu lieku informāciju, nesarežģītu uztveri ar komplicētu teikumu uzbūvi. Jāraksta tieši un konkrēti, jāizmanto lietvārdi un aktīvi darbības vārdi. Mēreni lietojiet īpašības un apstākļa vārdus un izvairieties no krāšņiem dekoratīviem aprakstiem.

Radio ziņas

Ziņa ir noteiktā veidā atlasīta, apstrādāta un sakārtota informācija par klausītājiem iepriekš nezināmu notikumu, cilvēku rīcību vai izteikumu pēdējo 24 stundu laikā. Radio šādu informāciju sniedz ne tikai ziņas verbālais saturs, bet arī intonācija – tas, kādā veidā frāze tiek izteikta.

Klasiskā ziņas uzbūves shēma ir «apgriezta piramīda» ar svarīgāko informāciju (līdu) sākumā. Nākamajos teikumos tiek izklāstīta informācija, kas precizē atbildes uz sešiem klasiskajiem «K» jautājumiem: kurš? kas? kad? kur? kāpēc? kā? Ziņa stāsta par to,

- kas ir noticis,
- kurš ir iesaistīts notikumā,
- kad un kur tas ir noticis,
- kādi ir iemesli un iespējamās sekas.

Bet kas ir svarīgākais? Kā turpmāk ilustrēšu ar piemēriem, pamatmateriāls, ar kuru jāstrādā radio redaktoram – ziņu aģentūru *BNS* un *LETA* teksti –, sagādā lielas grūtības. Mūsu aģentūru ziņas nav veidotas pēc visiem ziņu rakstīšanas kanoniem, tāpēc teksti ir jālasa uzmanīgi, lai saprastu būtību. No savas prakses zinu, ka reizēm pat pašam ir jāmeklē precizējošā vai paplašinošā informācija.

Tātad vispirms pašam jāsaprot teksta būtība – par ko ir šī informācija, ko es ar to gribu pateikt savam klausītājam? Ja to nesaprotat, tad diez vai to sapratis jūsu klausītājs.

Līda rakstīšana

Ziņa sākas ar līdu: tā ir informācija par svarīgāko, atbilde uz diviem trim no sešiem «K». Līdi sniedz priekšstatu par vēstījuma jēgu, tie var būt divu veidu:

- tiešais – uzreiz pasaka būtisko,
- aizkavētais – dod mājienu uz saturu, ieintrigējot klausītāju.

Lida garums ir ierobežots, sevišķi latviešu valodā ar tās garajiem vārdiem un sintētisko teikumu konstrukciju, kur vārdu savstarpējās attiecības nosaka galotnes, nevis vieta teikumā. Līdu var atslogot, izvairoties no

- atribūcijas minēšanas,
- saliktiem teikumiem (bet, un),
- precīzām datuma un laika norādēm.

Teikuma struktūra gan līdā, gan visā ziņā ir vienkārša: priekšmets – izteicējs – papildinātājs. Lietojiet vienkāršos vārdus. Pavērojiet, kā jūs runājat ikdienā. Jūs taču nelietojat smagnējas teikumu konstrukcijas, divdabjus, sarežģītus vārdus.

Tādējādi, rakstot līdu, dariet šādi:

1. noskaidrojiet ziņas svarīgākos elementus,
2. izvēlieties tiešo vai aizkavēto līdu,
3. ja viens elements ir būtisks, izmantojiet viena elementa līdu,
4. lietojiet teikuma konstrukcijas: priekšmets – izteicējs – papildinātājs,
5. lietojiet konkrētus lietvārdus un «krāšņus» darbības vārdus,
6. veidojiet īsu līdu.

Daži līdu piemēri

Slikti: ANO speciālais sūtnis bijušajā Dienvidslāvijā Jasusi Akasi paziņoja, ka Horvātijas valdība un Krajinas serbi parakstīja līgumu par uguns pārtraukšanu. Pamiers stājās spēkā pusnaktī.

Labāk: Horvātijas valdība un Krajinas serbi parakstīja līgumu par uguns pārtraukšanu pusnaktī. Par to paziņoja ANO speciālais sūtnis bijušajā Dienvidslāvijā Jasusi Akasi.

Slikti: Izglītības un zinātnes ministrs Māris Vītols šodien preses konferencē ir paziņojis, ka, izpildot izglītības likumu, izglītības darbinieku algas tiks palielinātas nevis ar nākamā gada 1. janvāri, bet ar 1. martu.

Labāk: Skolotāju algas palielinās 1. martā, divus mēnešus vēlāk, nekā valdība solījusi. Izglītības ministrs Māris Vītols skaidroja, ka tas atbilst izglītības likuma prasībām.

Pirmais variants liek akcentu uz ministru un attaisno viņa soļus: tā ir vara, kas ar jums šobrīd runā; tas ir ministrs, kas drīkst pieņemt likumus; tikai viņš zina, kā ir jādara. Otrajā variantā uzmanības centrā ir skolotāji – cilvēki, kurus vistiešāk skar pieņemtais lēmums.

Ja jums tomēr ir grūti uzrakstīt isu līdu, atsakieties no mazāk svarīgas informācijas, atrodiet notikuma būtību. Šajā ziņā svarīgi ir tas, ka algas palielinās divus mēnešus vēlāk, nevis tas, ka «Vītols paziņoja». Domājiet par klausītāju – viņu vidū ir daudz skolotāju, kuri grib saņemt, kas tad īsti notiks.

Nākamajā ziņā jārunā par to, ka pieaug noziedzība, nevis par to, ka ir notikusi preses konference.

Slikti: Iekšlietu ministrija rikoja preses konferenci, kurā policijas vadība informēja žurnālistus par kriminogēno situāciju Latvijā. Kriminālās policijas priekšnieks Jānis Ozoliņš atzīmēja, ka pēdējo nedēļu laikā noziegumu skaits palielinājies.

Labāk: Noziegumu skaits Latvijā pēdējo nedēļu laikā ir pieaudzis. To atzīst Kriminālās policijas priekšnieks Jānis Ozoliņš.

Aizkavētie intrigējošie līdi padarīs pārraidi daudzveidīgāku, ziņas skanēs dažādāk. Reizēm var sākt ar emocionālu citātu, taču šādu līdu nedrīkst izmantot pārāk bieži. Svarīgi tūlīt pēc citāta identificēt avotu un paziņojuma kontekstu.

«Tā bija mana kļūda, ko es dziļi nožēloju.» Ar šādiem vārdiem Saeimas deputāts N vērtēja savu vakardienas paziņojumu...

Ziņu var ievadīt ar nepilnu teikumu, kurš tikai nosauc informācijas tematiku:

Vaiņodniekiem jauns pārsteigums. Satiksmes ministrs ir gatavs sākt dialogu par pasažieru vilciena likteni.

Ziņas struktūra

Lids nosauc būtisko, un turpmāk ziņas tekstā tas ir jāiztirzā paplašināti: jāskaidro un jāpaplašina līds. Šo saturu veido fakti, kurus iegūst,

novērojot notikumus vai intervējot cilvēkus, kā arī fona materiāls (iepriekšējās zināšanas par notikuma priekšvēsturi, situācijas apraksts, dati par iesaistītajiem cilvēkiem). Informāciju izstāsta dilstošā secībā pa vienam informācijas elementam. Redaktoram pašam ir jāizlemj, kas ir svarīgāks, kam jāpiešķir prioritāte stāstījuma secībā. Kad viens jautājums ir izsmelts, var ķerties pie cita. Vienā teikumā nedrīkst runāt par vairākām lietām.

Apgrieztā piramīda ir aizvietojusi kādreiz dominējošo hronoloģisko shēmu, kad informācija tiek izstāstīta secīgi. «Šodien notika Saeimas ārkārtas sēde. Dienas kārtībā bija jautājums par jaunā Ministru kabineta veidošanu. Debates turpinājās gandrīz piecas stundas. Saeimas vairākums balsojumā noraidīja premjera amata kandidāta Y sastādīto valdību.» Protams, klausītāji ar nepacietību gaida vispirms vēlēšanu rezultātu. Pēc tam var sniegt fona materiālu, kas iezīmē, piemēram, problēmas vēsturi, par kuru ir runa ziņā, vai par debašu dramatisko gaisotni.

Radio teksta gramatika un stilistika

Rakstot gan ziņas, gan citus lasīšanai pie mikrofona domātos tekstus, domājiet par mutvārdu valodas gramatiku. Pārlasiet šo teikumu vēlreiz. Rakstot savus tekstus vai rediģējot citus, ievērojiet dažus noteikumus – tie jums palīdzēs rakstīt un runāt raiti un saprotami.

Neatdaliel ar palīgteikumiem teikuma priekšmetu no izteicēja. Informācijai jāizskan secīgi. Paskaidrojums, kas ietverti palīgteikumos, labāk noformēt atsevišķā teikumā un pasniegt kā skaidrojošo fona informāciju.

Slikti: Kaujas raķete, ko raidīja no iznīcinātāja Su-25, kurš veica mācību lidojumu, nokrita netālu no atomelektrostacijas.

Labāk: Iznīcinātāja Su-25 raidītā kaujas raķete nokrita pie atomelektrostacijas. Lidmašīna veica mācību lidojumu.

Slikti: Valsts prezidente Vaira Vīķe-Freiberga pēc atgriešanās no Vašingtonas, kur viņa tikās ar ASV prezidentu Džordžu Bušu, kategoriski noliedza

ziņas par ASV karabāzu pārceļšanu uz Latviju. «Oficiālā līmenī šādas domas nav, tādā virzienā nekas nav ne plānots, ne paredzēts,» teica prezidente.

Labāk: Valsts prezidente Vaira Viķe-Freiberga noliedza, ka uz Latviju varētu tikt pārvietotas Vācijā dislocētās ASV militārās bāzes. Viķe-Freiberga apstiprināja, ka oficiālā līmenī nepastāv plāni par ASV militāro bāzu izvietotšanu Baltijā. Prezidente gan atzina, ka Pentagons apsver iespējas pārstrukturizēt savus militāros spēkus atbilstoši šābrīža drošības situācijai pasaulē. Kā atzīmēja Viķe-Freiberga, plāni par ASV spēku pārdislokāciju, it īpaši no Vācijas, brieduši jau vairākus gadus. Kā ziņots, par šādu iespēju šīs nedēļas sākumā rakstīja daži Lielbritānijas laikraksti.

Izvairieties no ciešāmās kārtas, jo tā slēpj darbības veicēju. Anonimitāte var traucēt precīzu informācijas uztveri.

Slikti: Tika pieņemts lēmums par pasažieru vilciena satiksmi maršrutā...

Labāk: Latvijas Dzelzceļš slēgs pasažieru vilcienu satiksmi maršrutā...

Nelietojiet lietvārdus, kas ir darināti no darbības vārdiem, jo arī tajos pazūd darītājs. Nākamajā teikumā nav skaidrs, kurš ir darītājs, vai darbība notiek šobrīd vai notiks vēlāk, bet varbūt tā ir tikai hipotētiska.

Slikti: Ir jāveic Eiropas izglītības sistēmas apzināšana ar jaunāko atklājumu ieviešanas veicināšanas nolūku.

Labāk: Mums ir jāanalizē Eiropas izglītības sistēma, lai ieviestu jaunākos atklājumus.

Lietojiet īsus, vienkāršus teikumus. Palīgteikumus labāk noformēt atsevišķos teikumos.

Izvairieties no nevajadzīgiem vārdiem:

aprīļa mēnesis – labāk aprīlis,

pareizie fakti – fakti,

uz laiku atlikt – atlikt,

galīgi izpostīts – izpostīts,

ļoti silts – karsts,

cita alternatīva – alternatīva,

nākotnes plāni – plāni (pagātnes plānu nemaz nevar būt),

*atteikties no atzlieguma – atļaut,
krīzes situācija – krīze.*

Izvēlieties vienkāršus vārdus, kurus lietojam ikdienā:

pirkt, nevis iegādāties,

nolemt, nevis pieņemt lēmumu,

šie cilvēki, nevis minētā iedzīvotāju grupa,

nauda, nevis finanšu līdzekļi,

sievietes, nevis daiļā dzimuma pārstāves,

alga, nevis darba samaksa,

izšķērdēšana, nevis līdzekļu nelietderīga izmantošana,

X ir arestēts, nevis pret X ir piemērots drošības līdzeklis arests.

Sporta ziņās nevajag tērēt laiku, meklējot sinonīmus vārdiem «zau-dēt», «uzvarēt». Bet par šahistiem nevajadzētu teikt, ka viņi «sakrusto zobenus». Vienkārši «sacensšas», «spēlē».

Lai fakti liecina paši – izvairieties no emocionālā raksturojuma, tas pauž subjektīvu attieksmi.

Slikti: Tikai 20 skolas šodien turpina streiku.

Labāk: Šodien streiku turpina 20 skolas.

Detalizētā informācija ne vienmēr ir vajadzīga.

Slikti: Grupai žurnālistu neizdevās piedalīties pasākumā, jo viņi bija izman-tojuši krāsu kopējamo mašīnu žurnālistu caurlaižu viltošanai. Viltojumu at-klāja prezidenta Jelcīna apsardze.

Labāk: Dažiem žurnālistiem neizdevās piedalīties pasākumā, jo viņus pie-ķēra caurlaižu viltošanā.

Slikti: Saeimas priekšsēdētāja Ingrīda Ūdre no finanšu ministra Valda Dom-brovska saņēma Ministru kabineta apstiprināto 2003. gada budžeta likum-projektu, tā paskaidrojums un pavadošo likumu grozījumu projektus. Nododot budžeta projektu Ūdrei, Dombrovskis īsumā raksturoja tā priori-tātes – valsts iekšējā drošība, neatkarīga tiesu vara, integrācija Eiroatlan-tiskajās struktūrās, kā arī izglītība.

Labāk: Saeima beidzot saņēmusi valdības izstrādāto budžeta projektu šim gadam. Mūsu valdība par prioritātēm uzskata – valsts iekšējo drošību, neat-karīgu tiesu varas, integrāciju NATO, kā arī izglītību.

Saisinājumi. Tikai ļoti pazīstamu organizāciju nosaukumus var dot abreviatūras veidā. Piemēram, ANO, NATO. Mazāk pazīstamie, grūti izrunājami un slikti skanošie jānosauc pilnā vārdā. Ja nosaukums atkārtojas vienas ziņas ietvaros, var turpināt ar saisinājumiem. Saīsinājumus pakāpeniski izmanto arvien vairāk. Agrāk mēs izvairījāmies izrunāt /sia/, /es/, /knab/. Tagad tās ir ierastas abreviatūras.

Naudas vienību nosaukumi un citi plaši izplatītie saīsinājumi un simboli – @, &, \$ – jāatveido pilnībā. Pie mikroфона mēs bieži lasām tekstu automātiski, tāpēc var gadīties visvienkāršākās kļūdas. No savas un kolēģu prakses zinu, ka reizēm aizmirstas elementāras lietas.

Slikti: 15 \$; Ls 24,60;

Labāk: 15 dolāru; 24 lati un 60 santīmi.

Grūti izrunājamus vārdus var aizvietot ar sinonīmiem vai perifrāzēm.

Nav vēlams: Soņa Gandija uzstājās mītiņā pilsētā Šriperumbudura, štatā Tamilnada, kur tamilu separātisti nogalināja Radživu Gandiju.

Labāk: Soņa Gandija piedalījās mītiņā pilsētā, kur pirms septiņiem gadiem tamilu separātisti nogalināja Radživu Gandiju.

Ja tomēr ir nepieciešams pilsētu nosaukt, jāraksta pa daļām ar defisēm. Tā būs vieglāk lasīt: Šri-perum-budura.

Skaitļi. No tiem vajadzētu izvairīties, jo klausītāji nepieraksta informāciju, bet uztvert skaitļu plūdus ar dzirdi ir diezgan grūti. Ja bez skaitļiem iztikt tomēr nevar, ilustrācijai var atstāt vienu vai divus, obligāti tos noapaļojot.

Slikti: Auditoru pārbaude liecināja, ka bankas N parāds ir 158 tūkstoši 547,45 lati.

Labāk: Auditoru pārbaude liecināja, ka bankas N parāds ir gandrīz 160 tūkstoši latu.

Slikti: Vēlēšanu pirmajā kārtā Žospēns ieguva 24,20% vēlētāju atbalstu, bet Širaks savāca 21,34 procentus balsu.

Labāk: Vēlēšanu pirmajā kārtā Žospēns ieguva 25% vēlētāju atbalstu, bet Širaks savāca ap 20 procentu balsu.

Iespēju robežās skaitļi ir jāsalīdzina.

Valsts ārējais parāds ir 260 miljoni latu – gandrīz 100 latu uz katru iedzīvotāju.

Skaitļus nevajadzētu izmantot informācijas ievadā un teikuma sākumā.

Daļskaitļi jāatveido ar vārdiem: «viena trešdaļa», nevis «1/3».

Finanšu ziņās, informējot par valūtas kursiem un biržu indeksiem, skaitļi ir jānosauc precīzi. Ziņu tekstā nelietojiet romiešu ciparus, jo tie var maldināt diktoru. Reiz diktors Jāņa Pāvila II vārdu bija nolasijs «Jānis Pāvils Vienpadsmitais».

Personu vārdi un amati. Ziņu nedrīkst sākt ar nepazīstama vai mazpazīstama cilvēka vārdu. Vispirms jāmin viņa amats, kas klausītājiem sniedz vairāk informācijas.

Slikti: Grū Hārlema Bruntlande paziņoja par atkāpšanos no premjerministra amata.

Labāk: Norvēģijas premjerministre atkāpjas no amata. Grū Hārlema Bruntlande negaidīti paziņoja par...

Bieži vien ziņa ir pārsātināta ar amatpersonu tituliem, kas nepapildina ziņu ar svarīgu informāciju. Garie tituli ir jāvienkāršo:

- «Latvijas Republikas ārkārtējais un pilnvarotais vēstnieks» ir «diplomāts» vai «Latvijas vēstnieks»;
- «Latvijas izglītības un zinātnes darbinieku arodbiedrības priekšsēdētāja vietnieks» ir «skolotāju arodbiedrības līderis»;
- «Republikāniskās Klīniskās slimnīcas Sirds un asinsvadu slimību nodaļas vadītāja pienākumu izpildītājs» ir «kardiologs» vai «medicīnas profesors».

Pirmo reizi parasti nosauc personas titulu, vārdu un uzvārdu, tālāk tekstā izmanto vai nu titulu (saīsināti), vai uzvārdu. Vārds «kungs» nav obligāts.

Francijas Republikas prezidents Žaks Širaks nāca klāja ar paziņojumu... Širaks teica, ka... Vēl Francijas prezidents piebilda...

Vārdus, kas nav būtiski informācijas saprašanai, var neminēt.

Slikti: Amerikāņu zinātnieki Džons Pītersens un Maikls Olbraits atklāja jaunu metodi...

Labāk: Amerikāņu zinātnieki atklāja jaunu metodi...

Garīdznieku titulus ir pieņemts atkārtot katru reizi.

Ja kādas personas vārds ir bieži jāatkārto, nevajag to aizvietot to ar «viņš», «kurš» u. tml. Tas tikai sarežģī teksta uztveri.

Atribūcija. Ja nepieciešams atsaukties uz avotu, kurš izplatījis informāciju, jāmēģina pēc iespējas saīsināt avota nosaukumu. Preses sekretāri neizsaka savu personīgu viedokli, tāpēc informācijas avots ir pati organizācija.

Slikti: Ministru prezidenta Laimoņa Laiviņa preses sekretāre Lienīte Krustiņšone pastāstīja žurnālistiem, ka Ministru kabineta viedoklis tiks formulēts otrdien.

Labāk: Ministru kabinets paudis savu viedokli otrdien...

Katrā ziņā ir jāzina konteksts, kurā risinās politiskā dzīve. Piemēram, Krievijas prezidenta B. Jeļcina preses sekretārs S. Jastržembskis nereti uzstājas ar saviem formulējumiem, jo prezidents bieži slimoja un nepiedalījās publiskajā politikā. Domstarpības un politiskā cīņa pastāvēja prezidenta administrācijas iekšienē, tālab bija svarīgi konkretizēt, kurš administrācijas pārstāvis uzstājas ar publisku paziņojumu. Tāpēc ne vienmēr ziņu «Krievijas prezidenta Borisa Jeļcina preses sekretārs Sergejs Jastržembskis žurnālistiem paziņoja...» varēja aizstāt ar «Kremlis uzskata, ka...».

Nosaucot cilvēku titulus, noskaidrojiet, kādā statusā viņš pauž savu viedokli – kā nozares speciālists vai kā amatpersona. Vai amats ir būtisks šīs konkrētās ziņas saprašanai? Ja intervējamais stāsta par to, kā rīkoties karstā laikā, tad ir svarīgi, ka viņš ir «kardiologs», nevis «slimnīcas direktors». Un otrādi, ja runā par slimnīcas modernizāciju.

Citāti. Radio nav pēdiņu, tāpēc citātus ir grūti pārraidīt. Citējot ir grūti izcelt tiešo runu ar intonāciju, tāpēc var rasties pārpratumi ar teksta atribūciju. Lietojiet netiešo runu. Sākot un beidzot citātu, jāizvairās

no tradicionāliem «citēju» un «citāta beigas». Tiešā runa jāatdala ar intonāciju un papildinājumiem «Kļaviņš teica», «Kļaviņš atzīmēja»... Uzmaņīgi jārikojas ar vārdiem «uzsvēra», «apgalvoja», jo ne vienmēr teiktais ir uzsvēršana vai apgalvošana.

Adreses ziņās nav jāmin, ja tās nav informācijas elements.

Slikti: Iekšlietu ministrijā Raiņa bulvārī 4 notikusi preses konference.

Labāk: Iekšlietu ministrija rīkoja preses konferenci.

Datumi un laika norāde. Nevajag pārslogot ziņu ar matemātiski precīzu datuma apzīmējumu. Pārbaudiet, varbūt «2006. gada 20. jūnijs» ir vienkārši «parī?» Aprīli ir lieks apzīmējums «šāgada maijā», labāk teikt «miejā». Ja runa ir par pagājušā vai nākamā gada maiju, par to gan jāpasaka. Arī janvārī atsauce uz «pagājušā gada decembri» var skanēt vienkāršāk – «decembri». Datumu vietā biežāk izmantojiet vārdus «vakar», «rīt», «pirms mēneša», «svētdien» u. tml. Vārds «šodien» ziņu pārraidēs ir lieks, jo parasti radio informē tikai par tās dienas notikumiem.

20. gadsimta gada skaitļus nav obligāti atveidot pilnībā, pietiek ar pēdējiem diviem cipariem. «Piecdesmit astotajā gadā», nevis «Tūkstoš deviņi simti piecdesmit astotajā gadā».

Precīzs laika apzīmējums ne vienmēr ir vajadzīgs, turklāt dažās valstīs tas ir atšķirīgs, un pārrēķināšana apgrūtina redaktora darbu. Frāzes «šorīt pulksten 6.27» vietā labāk pateikt «agri no rīta», «pirms piecām stundām».

Notikuma aprakstā izvairieties teikt «pirms dažām minūtēm», ja tas noticis vairāk nekā pirms pusstundas.

Svešvārdu izruna. Ārzemju laikrakstu, kompāniju u. c. nosaukumus, kurus latviešu ortogrāfijā atveido oriģinālrakstībā, radio ziņu tekstā obligāti ir jātranskribē, nosaukumu oriģināla valodā rakstot iekavās.

Slikti: Kā raksta franču laikraksts *Liberation*...

Labāk: Kā raksta franču laikraksts «*Liberasjon*» [*Liberation*]...

Slikti: Amerikāņu kosmosa kuģis *Endeavour*...

Labāk: Amerikāņu kosmosa kuģis *Indevor* [*Endeavour*].

Nosaukumu un uzvārdu izrunas pārbaudei vienmēr redakcijā pie rokas jābūt speciālām grāmatām par svešvārdu atdarināšanu latviešu valodā. Ziņu aģentūras regulāri sūta informāciju par ziņas bieži pieminēto politiķu vārdu izrunu. Saglabājiet šīs izdrukas un glabājiet pieejamā vietā. Steidzamos gadījumos paklausieties *BBC* ziņas – viņi cenšas izrunāt tuvu oriģinālam. Vai arī pameklējiet krievu interneta ziņu portālos, jo krieviski vienmēr atveido vārdus pēc izrunas.

Universālais princips. Žurnālistika ir isināšanas process; rakstot materiālu, ir svarīgi:

- izmest liekus vārdus;
- izmest mazāk svarīgu informāciju, jo visu pateikt nav iespējams;
- vēlreiz saīsināt.

Kļūdu analīze

Tālāk es piedāvāju jums pašiem analizēt kļūdas dažās ziņās. Izlasiet tās skaļi un padomājiet, kā skanētu labāk. Ļoti bieži ziņu valoda ir birokratizēta, kokaina un to ir grūti uztvert ar dzirdi.

Latvijas Banka vēstulē Saeimas komisijai norāda, ka nodokļu ieņēmumu nepalielināšanās proporcionāli iekšzemes kopprodukta pieaugumam liecina, ka dažās tautsaimniecības jomās ir pieaugusi ēnu ekonomika. Nopietnas problēmas ir ar akcīzes nodokļa naftas produktiem iekasēšanu. Kontrabandas zaudējumi valsts budžetam no neiekasētā akcīzes nodokļa naftas produktiem gadā sasniedz 30 miljonus latu.

Ne visa informācija, kas nonāk radio datu bāzē, ir ziņas vērtā. Šo informāciju var izmantot kā ierosinājumu problēmreportāžai.

Gandrīz visos Latvijas arhitektūras pieminekļos konstatētas problēmas ar ugunsdrošību, taču Valsts ugunsdzēsības un glābšanas dienesta spēkos ir tikai konstatēt situāciju un piedāvāt priekšlikumus situācijas uzlabošanai. Kā *BNS* sacījis dienesta priekšnieks Aivars Straume, pēc ugunsnelaimes Cesvaines pilī dienests «analīzē situāciju, kādā atrodas valsts kultūras pieminekļi». Straume arī atzinis, ka bieži vien ugunsdrošības pasākumi netiek veikti līdzekļu trūkuma dēļ.

Šajā ziņā ir lieka detalizētā informācija. Vārds «beidzot» akcentē to, ka projekta iesniegšana bija iekavējusies un projekta sagatavošana bija gaidīta jau ilgāku laiku.

Slikti: Saeimas priekšsēdētāja Ingrīda Ūdre no finanšu ministra Valda Dombrovska saņēma Ministru kabineta apstiprināto 2003. gada budžeta likumprojektu, tā paskaidrojumus un pavadošo likumu grozījumu projektus. Nododot budžeta projektu Ūdrei, Dombrovskis īsumā raksturoja tā prioritātes – valsts iekšējā drošība, neatkarīga tiesu vara, integrācija Eiroatlantiskajās struktūrās, kā arī izglītība.

Labāk: Saeima beidzot saņēmusi valdības izstrādāto budžeta projektu šim gadam. Mūsu valdība par prioritātēm uzskata – valsts iekšējo drošību, tiesu varas neatkarību, integrāciju Eiroatlantiskajās struktūrās, kā arī izglītību.

Nākamā ziņa slēpj darītāju un darbību. Izlabotajā variantā uzsvērts, ka notikums risinās *patlaban* un to virza konkrēti cilvēki.

Slikti: Lauksaimnieki nolēmuši 25. februārī sākt beztermiņa protesta akcijas, neizslēdzot iespēju bloķēt arī valsts robežu. Tā lauksaimnieki protestēs pret nesakārtotību vairākās lauksaimniecības nozarēs. Protesta akciju iniciatori ir cukurbiešu audzētāji. Viņi joprojām no valdības gaida risinājumu cukura nozares sakārtošanā, pašreizējo situāciju raksturojot ar vārdiem «būt vai nebūt cukura nozarei Latvijā». Kā Latvijas Radio informēja cukurbiešu audzētāju pārstāvis Uldis Caune, lauksaimnieki no valdības gaida rīcību.

Labāk: Lauksaimnieki aktīvi aizstāv savas intereses. Rit valdība jau ceturto reizi meklēs veidus, kā stabilizēt cukura, piena un cūkgaļas tirgu. Ja ministriem neizdosies to izdarīt, nākamajiem lauksaimniekiem piketēs pie trīs robežpunktiem. Protesta akcijas ir iecerējusi Cukurbiešu audzētāju asociācija. Tās līderis Uldis Caune uzsver, ka visu nozaru lauksaimnieki ir solidāri savās prasībās.

Padomājiet par auditorijas interesēm. Šajā ziņā klausītājus vispirms interesē, vai pabalsti būs. Klausoties šo informāciju radio ir grūti saprast, kas ir noticis ar pabalstiem.

Mainot iepriekš pieņemto lēmumu, valdība šodien tomēr atbalstīja bērnu pabalstu palielināšanu līdz sešiem latiem. Turklāt šo summu saņems arī bērni, kuri dzimuši līdz 1994. gadam. Šādi nolemts, atkārtoti skatot grozījumus sociālo pabalstu likumā, kas paredz uz gadu atlikt no narkotikām atkarīgo bērnu bezmaksas rehabilitāciju, kā arī bērnu pabalstus palielināt mazāk, nekā plānots iepriekš.

Nesniedziet oficiozās atskaites. Tas, ko dara amatpersonas, ir tomēr domāts cilvēkiem, nevis arhīviem.

Slikti: Latvijas un Krievijas Ārlietu un Iekšlietu ministriju eksperti Pleskavā panākuši vienošanos par pagaidu atvieglotas robežšķērsošanas kārtības ieviešanu, kas būs spēkā līdz jaunas kārtības noslēgšanai. Pagaidu kārtība darbosies līdz 10. janvārim. Līdz tam Latvija un Krievija cer parakstīt protokolu par jauno robežas šķērsošanas kārtību, kas nomainīs 94. gadā noslēgto kārtību. Jau ziņots, ka Latvijai un Krievijai nav izdevies laikus panākt jaunu vienošanos. Līdz ar to apmēram 1200 cilvēkiem Latvijā un pustūkstotim Krievijā robeža jāšķērso vispārējā kārtībā. Krievija jau kritizējusi Latvijas lēmumu kārtību atcelt, uz ko Latvija atbildēja, ka šie jautājumi jārisina ekspertiem.

Iedomājieties – jūs dzīvojat pierobežā un bieži apmeklējat Krieviju. Kas jūs interesē šajā ziņā? Ne jau tas, kuras amatpersonas un kurā ēkā ir tikušās Pleskavā. Bet – vai es drīkstēšu vai ne? Cik ilgi?

Labāk: Latvijas austrumu rajonu iedzīvotāji vēl trīs mēnešus varēs apmeklēt Krieviju kā līdz šim. Noteikumi varētu mainīties 10. janvārī, kad Latvija un Krievija cer parakstīt jaunu līgumu. Tas nav izdevies starpvalstu sarunās, kas nupat ir beigušās Pleskavā.

Nākamajā ziņā ir izlabotas vairākas kļūdas un tā ir piemērota radio tekstam.

Slikti: Rīga, 20. febr., *LETA*. VAS «Latvenergo» padome šodien vairāk nekā deviņas stundas ilgā ārkārtas sēdē nespēja vienoties par uzņēmuma valdes nākotni un arī rīt turpinās vērtēt tās darbu. Kā *LETA* jau ziņoja, uzņēmuma valdes darbību sāka vērtēt pēc tam, kad ekonomikas ministrs Juris Lujāns izteica tai neuzticību un puda cerību, ka «Latvenergo» valde tuvākajā laikā tiks atcelta un tās vietā darbosies jauna valde. Ministrs valdei pārmeta sākotnēji uzņēmuma pārāk niecīgi prognozēto peļņu, pārāk lielus reklāmas izdevumus, nepamatoti lielus izdevumus centrālās ēkas rekonstrukcijai u. tml. «Latvenergo» padomes locekļu vērtējums par valdes darbu atšķiras.

Labāk: «Latvenergo» padome šodien deviņas stundas diskutēja par uzņēmuma valdes nākotni, bet vienoties nespēja un rīt turpinās darbu. Esam informējuši, ka ekonomikas ministrs Juris Lujāns izteica neuzticību «Latvenergo» valdei un puda cerību, ka tuvākajā laikā tā tiks nomainīta. Ministru neapmierina pārāk niecīgi prognozētā peļņa, lieli reklāmas izdevumi. «Latvenergo» padomes locekļi nepiekrīt ekonomikas ministra vērtējumam.

Radio redaktora darbu apgrūtinā tas, ka Latvijas ziņu aģentūru piedāvātais materiāls neatbilst profesionālām prasībām, kas ir izvirzītas ziņu žurnālistikai. Šajos tekstos bieži nav lietu, informācija nav izklāstīta svarīguma dīlstošā secībā, mēdz būt faktu pretruna, žurnālisti nekonkretizē amatpersonu izteikumu būtību. IZanalizēsīm šo ziņu.

Šadurskis rosina veikt precīzus aprēķinus par līdzekļiem skolotāju algu reformas turpināšanai.

1. Rīga, 25. febr., LETA. Līdz septembrim jāveic precīzi un argumentēti aprēķini, cik līdzekļu ir nepieciešams pedagogu algu reformas turpināšanai, jo pašreizējie aprēķini ir veikti pirms pāris gadiem.
2. Šādu viedokli šodien, tiekoties ar Saeimas Izglītības, kultūras un zinātnes komisiju, pauža izglītības un zinātnes ministrs Kārlis Šadurskis, vienlaikus uzsverot, ka skolotāju algu reforma notiks un būs pēc paredzētā grafika.
3. «Ja būs precīzs un svaigs aprēķins, būs vieglāk budžeta grozījumos iekļaut nepieciešamo summu skolotāju algu reformas turpināšanai,» sacīja ministrs.
4. Pašreizējie aprēķini, kas veikti pirms pāris gadiem, liecina, ka skolotāju algu reformas turpināšanai no 1. septembra nepieciešami 4,6 miljoni latu.
5. Taču, kā aģentūrai LETA norādīja Šadurskis, situācija ir mainījusies, skolēnu skaits samazinājies, tāpēc līdz algu reformai septembrī vēl jāveic jauni un precīzi aprēķini, cik līdzekļu kopumā nepieciešams budžeta grozījumos algu palielināšanai.
6. Tāpat ministrs šodien atzina, ka joprojām ir neskaidrības pedagogu likmju tarififikācijas sistēmā. Turklāt Izglītības un zinātnes ministrijai (IZM) trūkst instrumenta, ar ko kontrolēt naudas izlietojumu, jo pedagogu algu reformai paredzētie līdzekļi nonāk pašvaldībās, kas tālāk līdzekļus iedala pedagogiem.
7. «Ministrija var kontrolēt izglītības iestādes, bet ne pašvaldības,» uzsvēra ministrs, līdz ar to esot ideja, ka līdzekļu izlietojuma kontrolē varētu iesaistīt Valsts kontroli, taču arī tai trūkst resursu šāda pienākuma veikšanai.
8. Tiekoties ar komisijas locekļiem, Šadurskis atzīmēja, ka gadījumā, ja budžeta ieņēmumi arī turpmāk būs tikpat labi kā janvāri, tad jau pēc marta varēs ķerties pie budžeta grozījumu izstrādes.
9. Ministrs budžeta grozījumos iecerējis divas prioritātes. Pirmā ir pedagogu algu reforma, bet otrā – izglītības informatizācijas projekts. Pārējiem projektiem IZM meklēs līdzekļus savā budžetā.
10. Kā ziņots, pedagogu darba samaksas paaugstināšanas grafiks paredz, ka no šāgada 1. septembra pedagogi saņems algas pielikumu 15 latu apmērā, bet direktori – vidēji 29 latu apmērā.

11. Valdība pagaidām nepieciešamo finansējumu pedagogu darba algu paaugstinājumam 4,6 miljonu latu apmērā neatbalstīja iekļaušanai šāgada budžeta prioritātēs, nolemjot šo jautājumu skatīt līdz ar šāgada budžeta grozījumiem.

Acīmredzot runa ir par vēlmi samazināt reformas finansējumu, jo ministrs norāda, ka «skolēnu skaits ir samazinājies» (5. rindkopa). Līdam, iespējams (to nevaru apgalvot, jo žurnālists nav precizējis pamata informāciju, nav noskaidrojis ministra nodomu), bija jāskan šādi: «Izglītības ministrija ierosina samazināt budžeta līdzekļus skolotāju algu palielināšanai.» Ziņas teksts rada iespaidu, ka problēma tiek risināta, bet neatbild uz jautājumu, vai algas tiešām tiks palielinātas. Teksts pakāpeniski noņem valdības atbildību. Astotajā rindkopā ministrs saka, ka budžeta grozījumi būs, ja ieņēmumi būs labi. Tad tiek apgalvots, ka algu palielināšana ir prioritāte un tā notiks 1. septembrī (9. un 10. rindkopa). Taču pēdējā rindkopā ir teikts, ka valdība «pagaidām» (!?) neatbalstīja algu palielināšanu kā budžeta prioritāti. Šis ziņas mērķa auditorija nesaņem skaidras atbildes uz interesējošo jautājumu. Teksts veic ideoloģisko funkciju, demonstrējot, ka «process notiek», tas ir ārkārtīgi sarežģīts, taču ierindas pilsonim lietas būtība nav saprotama.

septītā nodaļa

Intervija

Intervija ir saruna starp diviem vai vairākiem cilvēkiem ar nolūku iegūt informāciju auditorijas vārdā. Intervija ir arī jaunu zināšanu iegūšanas veids gadījumā, ja pie tām indivīds nevar piekļūt patstāvīgi.

Radio žurnālistam intervija sagādā daudz vairāk rūpju nekā rakstojājam: ir jānodrošina ieraksta tehniskā kvalitāte, jāseko, lai jau sarunas laikā domas izklāsts būtu loģisks, secīgs, lai dialogu varētu saprast arī klausītāji, ne tikai paši sarunas biedri. Reizēm intervējamais baidās no mikroфона, nevar atraisīties un stīvā balsī pasaka tikai šabloniskas kokainas frāzes. Gadās arī tā, ka intervējamie nevēlas, ka viņu teiktais paliek dokumentāli fiksēts, un tāpēc piekrīt stāstīt tikai bez mikroфона. Bet, ja arī intervija risinās veiksmīgi, žurnālists nav pasargāts no starpgadījumiem: skaļš troksnis, elektromagnētiskie traucējumi, izrauts mikroфона vads var negaidīti sabojāt ierakstu.

Uzdevums

Noskaidrojiet, kāds uzdevums ir jāatrisina sarunai, un nosakiet intervijas tipu. Tas ir atkarīgs no daudziem faktoriem: cik daudz laika ir atvēlēts intervijai; kas ir svarīgāks šobrīd – fakts vai emocija; par ko intervējamais ir kompetents runāt? Jūsu intervējamais var:

- teikt,
- atzīt,
- sniegt tēlojumu,
- pastāstīt,
- minēt piemēru,
- aplēst,
- apgalvot, argumentēt,
- aizstāvēt.

Piemēram, jums ir jāintervē protesta demonstrācijas dalībnieks. Sarunai jābūt īsai, jūs varat uzdot tikai vienu jautājumu. Par ko? Intervējamais var aizstāvēt kolēģu pozīciju, pastāstīt par savām problēmām, minēt piemēru no savas dzīves, aplēst, cik ilgi protests varētu turpināties u. tml.

Intervijā, proti – sarunā ar citu cilvēku, jūs varat darīt četras dažādas lietas, rezultātā iegūstot četrus interviju tipus.

1. Informācijas vākšana. Lielāko daļu informācijas žurnālists iegūst, runājot ar cilvēkiem – viņš izmanto interviju kā informācijas vākšanas metodi. Taču ne viss materiāls, kas ir iegūts ar šo metodi, ir jāraida intervijas žanra veidā. To var atstāt vai izmantot kā fona informāciju. Intervijas metodes sajaukšana ar interviju žanru noved pie tā, ka radio un televīzijā ir daudz vienmuļu raidījumu, kuros cilvēkiem ir jāatbild uz anketas jautājumiem.
2. Atskaite. Tā ir intervija – fakts: intervējamais ir notikuma līdzdalībnieks, un no viņa prasa faktu izklāstu.
3. Interpretācija. Intervijā noskaidro viedokļus un prasa skaidrojumus speciālistiem, ekspertiem, kuri komentē vai skaidro faktus. Mērķis ir parādīt intervējamā argumentāciju un ļaut klausītājam spriest par intervējamā vērtībām un prioritātēm. Intervētājam jābūt gatavam izaicināt viedokli.
4. Emocija. Portretintervija sniedz ieskatu cilvēka dzīvē.

Izvēloties noteiktu intervijas tipu un noskaidrojot tās makrouzdevumu, būs vieglāk gatavot jautājumus un vadīt sarunu, jo intervētājs vienmēr atcerēsies par uzliktajiem rāmjiem un virzīs dialogu uz konkrētu mērķi.

Sagatavošanās

Sagatavošanās intervijai – tēmas izpēte un informācijas iegūšana par intervējamo – atvieglos intervijas gaitu. Intervējamais nopietnāk uztvers sarunu, ja redzēs, ka žurnālists ir sagatavojies. Pamatinformācijas vākšanas laikā žurnālistam var rasties arī jauni jautājumi. Ar informētu žurnālistu ir grūti manipulēt, zināšanas palīdz pamanīt svarīgus momentus intervijas laikā. Savas zināšanas intervētājs var izmantot, lai brīvi rīkotos ar intervējamo: apspriest interesējošo problēmu vai arī pieprasīt stingri ievērot sarunas tēmu. Jau pirms sarunas var paredzēt iespējamās atbildes, tāpēc ir lietderīgi sagatavot papildu jautājumus, kuri palīdzētu attīstīt sarunu vajadzīgajā virzienā.

Ir lietderīgi veikt intervijas «izmēģinājumu» ar savu kolēģi. Palūdziet viņu iejusties intervējamā ādā, lai viņš iztēlojas, kādas atbildes intervējamais būtu spējīgs vai vēlētos sniegt uz jūsu jautājumiem. Piemēram, izmeklētājs, sargājot noslēpumu, nebūs ar mieru stāstīt par izmeklēšanas rezultātiem. Taču viņam nekas netraucē aprakstīt izmeklēšanas gaitu, minēt līdzīgu piemēru no pagātnes, aplēst tendences mērogu. Šajā gadījumā nav lietderīgi uzstājīgi uzdot jautājumu: «Kurš ir slepkava?» Un otrādi – ja jums stāsta par konkrētiem rezultātiem, nevajag pagarināt īso informatīvo interviju ar detalizētu izmeklētāja portretēšanu.

Tiešajā ēterā ir bijis gadījums, kad politiķis, nevēloties atbildēt uz žurnālistes āķīgo jautājumu, sāka apsūdzēt viņu neobjektivitātē, jo viņas vīram esot personiskās intereses šajā lietā. Izmēģinājumā kolēģis norādītu uz šo vājo vietu, darot iespējamu apdomāt rīcības taktiku. Piemēram, žurnāliste varētu sacīt, ka atšķirībā no politiķiem viņa nepieņem lēmumus un auditorijas priekšā rīkojas atklāti.

Intervējamā izvēle

Izvēloties cilvēku, kurš varētu atbildēt uz jautājumiem, vispirms ir jāizvairās no oficiāliem institūciju avotiem – preses sekretāriem un preses centru darbiniekiem. Viņi manipulē ar medijiem, izplata tikai

viņiem labvēlīgus skaitļus un citātus. Ir jāmeklē tādi cilvēki, kurus ignorē citi mediji. Lielākas kļūdas rodas, nepareizi izvērtējot potenciālā intervējamā kompetences loku. Ministri var informēt par valdības rīcību, argumentēt savu pozīciju, taču valdības darba vērtēšana ir ekspertu priekšroka.

Gatavojoties intervijai, jāsavāc pamatinformācija par tēmu un cilvēku, ar kuru gribat sarunāties. Intervējamie ciena žurnālistus, kuri pārzina sarunas tematu. Taču arī šeit jāizvairās no galējībām: intervētājam nevajadzētu «spīdēt» ar profesionālā žargona zināšanām (klautājums to varētu nesaprast) un profesionālismiem.

Pirmais kontakts

Sarunājot tikšanos, īsumā pastāstiet par sevi: kā jūs sauc (pat ja jums liekas, ka jūsu vārds citiem neko nenozīmē), kādu raidījumu jūs gatavojat. Nosauciet sarunas tēmu un paskaidrojiet, kāpēc, jūsu prātā, tieši šis cilvēks ir kompetents šajā jautājumā.

Ko darīt, ja intervējamais atsakās runāt? Vispirms ir jānoskaidro atteikuma iemesls. Var gadīties, ka cilvēks vienkārši baidās no mikrofona, kautrējas no savas balss. Iedrošiniet, paskaidrojiet, ka radio ir svarīga runātāja balss. Ja amatpersona atsakās sniegt informāciju, var pateikt, ka ieraksts ļaus nekļūdiģi izprast stāstīto un izvairīties no divdomībām. Ja sarunas biedrs tomēr negrib izteikt savu viedokli, var ieminēties, ka žurnālistam jau ir ierakstīts oponentu viedoklis, kuru vēlētos sabalansēt. Ja arī tad neizdodas pierunāt, var pateikt, ka redakcijai jau ir vajadzīgā informācija, taču žurnālistiem vienmēr ir jāsalīdzina avoti, lai izvairītos no kļūdām. Visbeidzot ir jāpajautā par atteikšanās iemesliem, un paskaidrojumu var ierakstīt diktofonā. Ja nenotikusi intervija bija svarīga, atteikšanos var atskaņot ēterā. Taču ir jāšķir tādas situācijas, kad privātpersonai ir tiesības nesniegt informāciju.

Gadās, ka vajadzīgā cilvēka nav klāt un viņa vietā runā dažādi aizvietotāji: radi, kolēģi vai draugi izklāsta prombūtnē esošā viedokli. Protams, šādus gadījumus var uztvert kā kuriozu vai pārpratumu. Žurnālisti

driķst intervēt aizvietotājus – ārstus, izmeklētājus – tikai tad, ja paši raidījuma varoņi vai nu atsakās, vai arī fiziski nav spējīgi runāt paši.

Vietas izvēle

Vietu, kur notiks intervija, dēvē par sarunas «trešo dimensiju». Pirmās divas ir intervētāja un intervējamā personības. Tas nozīmē, ka ne tikai paši sarunas dalībnieki un viņu balsis ietekmē intervijas gaitu, bet arī dzīva un nedzīva apkārtnē: interjers, mēbeles, citi priekšmeti, trokšņi, dzīvnieku un putnu balsis. Politiķus, piemēram, var intervēt studijā, lai liegtu viņam ierasto kabineta vidi, kur viņš jūtas pārāk drošs un svarīgs, nosakot sarunas gaitu. Savukārt ar fermeri ir jārunā viņa vidē: mājās, sētā, fermā. Ierastā apkārtnē mazinās stresu, kas rodas no sarunas publiskuma izpratnes, un atraisīs dialogam. Trešā dimensija nodrošinās intervijas skanīgo fonu, ļaus klausītājam izvēloties vietu, bet žurnālistam ierosinās tēmas sarunai: fermerim var palūgt pastāstīt par mājlopiem, tehniku un ēkām, apkārtējiem priekšmetiem. Cilvēki atraisās un kļūst emocionālāki, kad viņiem lūdz stāstīt par tuvām lietām, tā ka trešajai dimensijai var būt izšķiroša nozīme intervējamā atraisīšanai.

Intervijas sākums

Intervijas panākums ir atkarīgs no sarunas biedru izvietošanas telpā. Amatpersonai vajadzētu palūgt atstāt ērto krēslu pie milzīgā rakstāmgalda. Tur viņš jūtīs savu pārkumu un svarīgumu, galds aizsargās viņu no jūsu jautājumiem. Savukārt intervētājs jūtīsies ārkārtīgi neveikli, jo būs jāstiepj roka ar mikrofonu pāri barjerai. Neveikli risināsies saruna, sēžot lielos mīkstajos krēslos: ja jūs sēdēsiet ērti, jūs nevarēsiet aizsniegt ar mikrofonu intervējamo, un saruna būs lēnīga. Ja jūs sēdēsiet krēsla maliņā, zaudēsiet savu statusu.

Ievērojiet distanci! Saruna pie kafijas galda var pārvērsties par «salona patērzēšanu». Bet cilvēkiem, kuri nav pieraduši uzstāties publiski,

kuriem rodas lampu drudzis un pazūd balss pēc mikrofona ieslēgšanas, jācenšas sagādāt ērti intervēšanas apstākļi. Psiholoģisko distanci būtu vēlams samazināt: neatsakieties no tējas un gardumiem, ar kuriem jūs uzciēnā lauku ļaudis.

Intervijas gaita

Pirms intervijas ar ekspertu var vienoties par sarunas galvenajiem virzieniem, bet nevajag rīkot intervijas mēģinājumus. Atkārtotais stāsts būs neinteresants un neemocionāls.

Atkarībā no tā, kas ir jūsu sarunas biedrs, veidojiet intervijas atklāšanu. Ar darījumu cilvēkiem, politiķiem jums nav jāveido ziņojums, tāpēc uzreiz var uzdot konkrētu tiešu jautājumu: kas, kurš, ko, kur, kad, kāpēc? Intervijas sākums nosaka turpmāko gaitu, tāpēc intervējamais uzreiz ir «jāiejūdz» sarunas ritmā un tēmā. Ar cilvēkiem, ar kuriem jums jāveido psiholoģiskas attiecības, kuri ir jāatraisa, jāmazina viņu bailes no mikrofona, sarunu var sākt par otršķirīgu tēmu: par vaļasprieku, parunāt «par dzīvi», par viņiem interesantu tēmu. Ir vajadzīgs laiks, lai intervējamais pierastu pie jums un pašas sarunas. «Iesildīšanās» jautājumus vēlāk var izmontēt un neizmantojot raidījumā.

Izvairieties no «slēgtajiem» jautājumiem, kuri vada sarunas biedra domu noteiktā virzienā. Jautājums nedrīkst iekļaut atbildi, izņemot, protams, gadījumus, kad atbildei jābūt viennozīmīgai: jā vai nē. Bijušajam PSRS prezidentam M. Gorbačovam reiz jautāja, vai viņš gatavojas kandidēt Krievijas prezidenta vēlēšanās, – tam sekoja gara lekcija par valsts iekšpolitisko stāvokli. Žurnālists konkretizēja iespējamās atbildes: «Es gribu zināt tikai «jā» vai «nē».

Jautājumi ir jāgrupē pa tēmām. Svarīgākajiem jautājumiem vajadzētu paredzēt dažādus formulējumus, jo var gadīties, ka intervējamais tiešām vai tišām nesaprot jautājumu. Žurnālisti to dēvē par «Miterāna sindromu»: intervētais saprot jautājumu tā, kā pašam ir izdevīgi.

Jautājiet īsi un tieši. Ir ļoti pamācoši uzdot jautājumus sev. Ko jūs paši varētu atbildēt uz jautājumu: «Pastāstiet, lūdzu, par jūsu ceļojumu uz Itāliju!», «Kur jūs smeļaties optimismu šajā trauksmainajā laikmetā?»

«Vai jūs baidāties no nāves?». Iespējams, tagad jūs esat apmulsuši, domājot par atbildi. Intervija ir nobremzēta.

Alternatīvie jautājumi iesprosto sarunas biedru žurnālista izdomātajā pasaulē. Intervējamajam piespiedu kārtā ir jāizvēlas viena no piedāvātajām iespējām, ko paredz žurnālista redzesloks: «Vai jūs izvēlāties šo profesiju tāpēc, ka tā ir ģimenes tradīcija, vai tāpēc, ka tas ir ienesīgs darbs?» Alternatīvs jautājums neļauj izziņāt sarunas biedra iespējami atšķirīgo pasaules redzējumu. Intervija nedrīkst pārtapt par skolas albuma anketēšanu: kāda mūzika tev patīk?, kādas filmas skāties?...

Jautājums nedrīkst būt garš un sarežģīts. Vienlaikus ir jāuzdod tikai viens jautājums, jo par otro būs aizmirsts. Reiz kāds intervējamais uz daudziem jautājumiem reizē atbildēja: jā, jā, nē, jā, nē, jā.

Ir jāizdomā nedaudz agresīvi un provokatoriski jautājumi. Tie noderēs gadījumā, ja intervējamajam saruna liksies vienmuļa, ja viņš būs pārāk šablonisks un neizteiksmīgs.

Ja jūs jūtat, ka jautājums varētu būt nepatīkams intervējamajam, var izmantot negatīvu paziņojumu: «Daži saka...» vai «Ļaujiet man būt ļoti nepieklājīgam un aizstāvēt agresīvu viedokli...» Jautājumus, kuri apdraud sarunas biedra paštēlu, var uzdot kā projekcijas uz citiem. Jautājiet nevis «ko jūs domājat», bet «kā jūs domājat, ko viņi varētu domāt...».

Atbildot uz jautājumiem, intervējamais bieži vispārina un filozofē, laikam domājot, ka visi klausītāji labi orientējas apspriežamajā tēmā, un tāpēc lieki netērē laiku, lai nosauktu it kā visiem zināmus faktus. Žurnālistam jāuzdod precīzi un skaidri jautājumi. Atbildes jālūdz konkrētizēt un ilustrēt ar piemēriem, prasot, kāpēc?, kā?, cik?, piemēram? Nebaidieties izrādīt savu nezināšanu, brīvi lietojiet frāzi «Piedodiet, nesapratu». Ja kāds pieminētais termins, fakts, lieta jums nav zināmi, prasiet, ko tas nozīmē. Nereti intervējamie atmet frāzi: «Nu, visi taču zina», uz kuru izglītotam cilvēkam it kā neesot pieklājīgi atbildēt negatīvi. Pasakiet – nē, nezinu; palūdziet skaidrojumus. Jūs iekarosiet sarunas biedra uzticību, jo viņš sapratīs, ka žurnālists nav viszinītis, bet spēj mācīties no citiem un iegūt jaunu informāciju. Bet var gadīties, ka jūsu intervējamais pats nezina atbildi uz šo vienkāršo jautājumu.

Pajautājiet, piemēram, ministram, kurš lepojas ar iekšzemes kopprodukta pieaugumu, kā to aprēķina un ar ko šāgada aprēķina kārtība atšķiras no iepriekšējā.

Žurnālistam jāizvairās no paziņojumiem, stāstījumiem, situāciju tēlojumiem, kas neietver jautājumu. Tie obligāti jābeidz ar jautājumu. Intervējamā uzdevumos neietilpst noprast jūsu vēlmes.

Jautājiet par motīviem un mērķiem. Jautājumi «kāpēc jums tas ir svarīgi?», «Ko jūs ar to gribat panākt?» liek sarunas biedram dziļāk apdomāt savus plānus. Motīvi var kaut ko pastāstīt par viņu.

Kad ir iegūta pamatinformācija, ir nepieciešams uzzināt detaļas, paskaidrojumus. Šeit noder zondējošie jautājumi: «Pastāstiet sīkāk par...», «Vai jūs varētu paskaidrot...».

Ievadiet sarunā pretējos viedokļus, izraisiet konfliktu, tas liks intervējamam meklēt loģisku pamatojumu, argumentāciju savam viedoklim. Ja amatpersona ilustrē panākumus ar IKP pieauguma tempiem, pajautājiet, uz kā rēķina tas pieaug, kas dod lielāku ieguldījumu. Paskaidrojums vairs nebūs tāda entuziasma pilns.

Ja jautājums ir rūpīgi sagatavots un uzdots, tas nedrīkst palikt bez atbildes. Ja atbilde ir nepilnīga, paturiet mikrofonu runātāja priekšā, liekot viņam saprast, ka viss vēl nav pateikts. Jautājums ir jāatkārto vēlreiz, jāmaina formulējums: varbūt sarunas biedrs to vienkārši pārpratis. *BBC* žurnālists Dž. Paksmens, intervējot iekšlietu ministru, četrpadsmit reizi viņam uzdeva jautājumu, vai viņš kaut reizi draudējis atcelt ieslodzījuma vietu galvenā inspektora lēmumus. Vēlāk Paksmens stāstīja, ka darījis to tāpēc, ka turpmākais programmas sižets nebija gatavs un viņam bija jāturpina intervija pēc iespējas ilgāk.

Ja ir skaidrs, ka intervējamais nevēlas atbildēt, būtu jānoskaidro iemesli. Atteikšanās iemesls arī var būt interesants.

Darbā gadās dažādas situācijas, reizēm nav laika sagatavoties steidzīgai intervijai, brīžiem intervētājs pats apjūk un nespēj izdomāt vai noformulēt jautājumu. Šajā gadījumā palīdz vienkārša formula: situācija – mērķis – šķērslis – atrisinājums – sākums. Reportieris saņem uzdevumu ar minimālu informāciju: pilsētas dome gatavojas iegādāties jaunus trolejbusus. Reportierim nav nekādu zināšanu par sabiedrisko transportu vispār un par trolejbusiem īpaši. Saskaņā ar for-

mulu sākam interviju ar jautājumu, kāda ir situācija ar trolejbusiem patlaban (vai ir novecojuši, vai būs jaunas līnijas) un kāds ir iegādes mērķis (elektroenerģijas taupīšana, pārvadājumu apjomu palielināšana, pasažieru ērtība). Tad jautājam par šķēršļiem (meklē lētāku ražotāju? domstarpības domē? jāpārbūvē depo?). Nākamais – problēmas risinājums (atteikties no trolejbusiem vispār? palielināt tarifus? mainīt satiksmes shēmu? meklēt finansējumu?). Visbeidzot – jautājam par to, kad sāksies konkrētas reālas darbības.

Kad esat sākuši intervēt, neprasiet vairs atļauju jautāt. «Vai drīkstu jums jautāt par...? Vai jūs varētu atbildēt uz jautājumu...?» Šādi lūgumi ir lieki, jo sarunas sākumā jau bija saņemta piekrišana atbildēt. Reizēm gan šāds ievads liecina, ka jautājums varētu būt delikāts un intervētājs gribētu uzvesties pieklājīgi. Taču biežāk žurnālists ar to parāda, ka nav gatavs nākamajam jautājumam.

Par intervijas iznākumu atbild vienīgi pats žurnālists, tāpēc saruna ir jāvada tikai par iepriekš izvēlēto tēmu. Vajadzības gadījumā ir jādod mājiens, ka atkāpe bijusi par garu, un ir jāatgriežas pie galvenās tēmas («Mēs nevaram šobrīd apspriest visu»).

Intervijas laikā padomājiet par turpmāko montāžu. Jūs atvieglotiet savu uzdevumu, ja izdosies ierakstīt īsas, kodolīgas atbildes. Apkojošie jautājumi neļauj novirzīties no galvenās tēmas, bet sarunas biedrs kodolīgi atkārtos svarīgāko, jo to viņš jau būs formulējis sev sarunas gaitā.

Sarunas laikā žurnālistam jābūt neitrālam vidutājam, prasīgam un nepielūdzamam. Tas nozīmē, ka intervētājs nedrīkst iespaidot sarunas biedru, paust gatavus viedokļus par realitāti, izrādīt emocijas par sarunas biedra viedokli. Klausītāju interesē intervējamā domas, nevis paša žurnālista uzskati.

Vadot sarunu, ir jāatceras, ka jūsu uzdevums nav tikai turēt mikrofonu un kontrolēt skaņu ieraksta līmeni. Lai sekmīgi virzītos uz nosprausto mērķi, jāiegaumē:

- visu nevar aptvert vienā intervijā;
- žurnālistam jāprot izlobīt no intervijas pamatinformāciju;
- žurnālistam jābūt uzbrūkošam, reizēm pat nekaunīgam, nevis laipnam. Intervija nav viegla parunāšanās «par dzīvi» (ja tā nav portret-

intervija, dzīves stāsts). Žurnālista uzdevums ir iegūt sabiedrību interesējošo informāciju;

- intervijas laikā iegūtai informācijai jābūt skaidrai un konkrētai, žurnālists par to ir atbildīgs, tāpēc nedrīkst uzdot pārprotamus, neskaidrus jautājumus, jāizvairās no profesionālā žargona, speciālās leksikas lietošanas. Intervējamiem jālūdz skaidrot auditorijai nezināmie vārdi vai fakti. Amatpersonām patik izmantot maģiskus birokrātiskos formulējumus, pārpludināt informāciju ar skaitļiem un nevajadzīgām detaļām – neļaujiet viņiem to darīt;
- jāprot apvaldīt veiklie runātāji un atraisīt klusējošie. Biežāk gan pie mikroфона tiek aicināti «profesionālie» runātāji: politiķi, augstskolu pasniedzēji, aktieri, rakstnieki, ekonomisti un paši žurnālisti. Jāatceras, ka intervija nav pašmērķis, tās kritērijs ir informācijas bagātība. Ilgi klusējušo potenciālo intervējamo pieredzes trūkums un izteiksmes neveiklība nedrīkst kļūt par šķērsli intervētājam.

Neverbālā komunikācija

Radio ir «aklais» medijs, informāciju par telpu tas spēj sniegt tikai vārdos. Žurnālista uzdevums ir nodrošināt vizuālās ainas iekodēšanu vārdos. Jūsu sarunas biedrs var aizmirst, ka klausītājs neredz viņa žestus («Reiz biju noķēris tik lielu zivi!»), tāpēc žurnālistam ir jākomentē būtiskas detaļas («Apmēram metru garu?»).

Kontrolējiet arī savu uzvedību un runas manieri. Intervējamie reizēm mēdz kopēt žurnālistu: ja jautājums uzdots lēni un gari, tāda būs arī atbilde; ja intervētājs ir gauss, tad arī intervējamais nerunās raiti. Uzmaniet savas kustības, žestus intervijas laikā. Skatieties sarunas biedra acīs, izrādiet interesi par viņa teikto, neskatieties pārāk ilgi uz magnetofonu, neapskatiet telpu – tas var piesaistīt sarunas biedra uzmanību, un viņš var pazaudēt domas pavedienu. Intervētājam pēc jautājuma uzdošanas ir jāklusē (bez «mmm», «ahā»). Savu uzmanību sarunas biedram un interesi par viņa teikto rādiet ar ķermeņa valodu: skatieties acīs, mājiet ar galvu, ar mīmiku rādiet, ka esat izbrīnīts vai pārsteigts tad, kad teiktais izraisa šādas emocijas. Esiet pateicīgs saru-

nas biedrs, reaģējiet emocionāli uz vispārcilvēciskām emocijām, tas palīdz rast pozitīvu kontaktu un padarīs raidījumu emocionālāku.

Latvijas radiožurnālistu izplatītā kļūda ir tas, ka viņi nenosauc savu sarunas biedru. Intervijās iepazīšanās notiek ieraksta laikā.

«Un ar ko es sarunājos? Kā jūs sauc?»

«Lauma.»

«Un uzvārds?»

«Kļaviņa.»

«Un jūs esat?»

«Eksperte farmācijas jautājumos...»

Jūs, protams, drīkstat tā sākt sarunu ar intervējamo, taču raidījumā ir jārada iespaids, ka jūs zināt, ar ko runājat. Citādi izklausīsies, ka žurnālists nemaz nezina, ko un kāpēc viņš dara. Vēl sliktāk ir tad, ja žurnālists vārdu pajautā tikai intervijas beigās. Reiz kādā portretintervijā žurnālists savu sarunas biedreni uzrunāja uzvārdā «Ozoliņas kundze». Intervijas vidū viņš pajautāja: «Jā, Ozoliņas kundze, un starp citu, kāds ir jūsu priekšvārds?»

Žurnāliste Māra Varika reportāžās no notikuma vietas veiksmīgi iepazīstas ar saviem gadījuma sarunas biedriem. Viņa pastāsta par apkārtnējo vidi, tad pienāk klāt intervējamajam un saka: «Labdien! Mani sauc Māra Varika, esmu no Latvijas Radio.» Intervējamais nosauc savu vārdu, un žurnāliste, uzrunājot viņu vārdā, sāk interviju. Ēterā rodas iespaids par spontāno neinscenēto tikšanos notikuma vietā.

Noskaidrojiet sarunas biedra vārdu pašā sākumā, pierakstiet to un, uzdodot jautājumus, uzrunāiet viņu vārdā.

Uzrunāt ar «jūs» vai «tu»? Jūs nekad neklūdisities, ja uzrunāsit ar «jūs». Tad jūs neriskēsiet, ka sarunas biedram vai radio klausītājam likties, ka žurnālists ir nepieklājīgs, familiārs. Tas pats ir sakāms par intervijām ar labiem paziņām. Pirmkārt, klausītāji nezina par jūsu īpašām attiecībām, un to speciāli stāstīt ne vienmēr ir lietderīgi. Šī tomēr ir publiskā uzstāšanās, kas ir domāta neredzamajam trešajam, nevis personisko attiecību uzturēšana ēterā. Otrkārt, runājot familiāri, jūs riskējat ieslīgt tikai jums diviem zināmajā kontekstā, apspriest notikumus, kas var nebūt interesanti citai personai. Bet šaurai auditorijai domātajās raidstacijās un raidījumos, piemēram, jauniešu hitu formātā ir jārūnā tā, kā viņiem ir pieņemts – uz «tu».

Intervijas nobeigums

Vārds «un visbeidzot» jāizmanto tikai vienu reizi – intervētājam tas nozīmē, ka saruna tuvojas beigām un vēl ir iespēja pateikt svarīgas, neizpaustas domas. Nav jāprasa secināt, resumēt, jo šādi var apšaubīt klausītāja spējas noformulēt savus spriedumus. Labi strukturētai intervijai apkopojums nav vajadzīgs. Sarunas beigās noklausieties īsu ieraksta fragmentu, vai tas ir izdevies tehniski. Taču neatskaņojiet to intervējamam – var gadīties, ka viņš gribēs pārrakstīt, papildināt, precizēt. Pasakiet, ka jums ir jāsteidzas uz citu interviju un jūs baidāties izlādēt baterijas.

Pirms atvadīties, precizējiet vārdus, titulus, amatus un skaitļus. Ja intervijas skanējuma laiks jau ir paredzēts raidījumu programmā, par to var informēt intervējamo, taču lielākoties galīgu lēmumu pieņem redaktors, tāpēc uzreiz neko nesoliet.

Intervijas vietā sameklējiet raksturīgas skaņas, fonus, ierakstiet tos magnetofonā – noderēs, montējot raidījumu.

Intervija pa telefonu

Lai noskaidrotu notikuma detaļas vai iegūtu tālumā esoša eksperta viedokli, var sazināties pa telefonu. Intervējot telefoniski, ieteicams sekot šādai shēmai:

- piezvanot vispirms jāmin savs vārds un radiostacijas nosaukums, kā arī zvana mērķis;
- jābrīdina, ka saruna tiek ierakstīta. Pēc tam vairs nav jāprasa atļauja atskaņošanai, jo tā bija dota sarunas sākumā un intervējamais ir apzinājies par ieraksta veikšanu;
- beidzot sarunu, jāpateicas par interviju.

Intervija uz ielas dod priekšstatu par sabiedrības reakciju uz svarīgu notikumu, tā ir īsa, zibenīga saruna. Tautas balsi izmanto, lai padarītu programmu dinamiskāku, lai nodrošinātu pārejas starp atsevišķām raidījuma daļām. Tautas balsij nav socioloģiskās vērtības, tā var arī neatspoguļot visus viedokļus, tāpēc izdevīgāk ir izvēlēties kādu specifisku grupu: taksometru šoferus, ja runājat par benzīna cenām; poliklīnikas apmeklētājus, ja jautāsiet par maksas medicīnu. Intervējot cilvēkus uz ielas, jāpasaka raidstacijas nosaukums, savs vārds, intervijas mērķis un īsi un konkrēti jāuzdod jautājums. Reportieris nemeklē atbildes «jā» vai «nē», tāpēc jautājums ir jāformulē uzmanīgi. Katram cilvēkam jāuzdod līdzīgs jautājums, citādi atbildes nebūs iespējams samontēt kopā. Jautājuma formula varētu būt šāda: «Ko jūs domājat par...». Vajadzības gadījumā intervētājs var pajautāt «kāpēc?». Intervējamajiem cilvēkiem nav jāprasa viņu vārdi, jo klausītājiem tie neko neizsaka.

Daudziem reportieriem elementārākā tautas balss intervija sagādā milzīgas problēmas: ir grūti pārvarēt diskomfortu, izņemt mikrofonu, pieiet pie kāda cilvēka un sākt runāt. Būtu lietderīgi atcerēties, ka vēl neviens garāmgājējs nav uzbrucis žurnālistam, gluži otrādi, vairākumam cilvēku patīk, ja viņus intervē. Katrā ziņā, lai atvieglotu savu darbu, varētu ieteikt neslēpties, stāvēt laukumā vai ietves vidū, turot mikrofonu tā, lai visi redz. Uz mikroфона vai magnetofona somas jābūt radiostacijas logotīpam – redzot to, garāmgājēji laikus varēs izlemt un vajadzības gadījumā izvairīties no reportiera.

Pieejot pie cilvēka, jāpasaka: «Labdien! Es esmu no radio ABC.» Pēc šīs frāzes garāmgājējs vai nu apstāsies, vai turpinās iet, rādot, ka viņš steidzas un negrib atbildēt uz jautājumiem. Nākamā reportiera frāze: «Vai drīkstu jautāt, ko jūs domājat par pilsētas domes lēmumu likvidēt tramvaja maršrutu?» Reakcijas var būt dažādas: no smiekliem un «Es nevaru atbildēt uz šo jautājumu» līdz interesantam viedoklim. Raidījumam būs derīgs spontānums, dažādība, personisks viedoklis, humors. Viedokļi ir jāizvieto jauktā secībā: par un pret, vīrieši un sievietes. Jāizvairās no atkārtojumiem. Parasti samontētā sižeta ilgums ir 20–50 sekundes.

Cik ilgi intervēt?

Kāds žurnālists stingri hronometrēja savu interviju ilgumu. Ja programmā bija paredzēta desmit minūšu intervija, intervijas 10. minūtē viņš vienkārši teica: «Paldies par interesantu sarunu!» Montāžu tas neapšaubāmi atvieglo, bet ne vienmēr tik isā sarunā var savākt pietiekami daudz lietderīgas informācijas. Intervēšana, sevišķi – veidojot aprakstu, var būt neierobežoti ilga (protams, saprāta robežās, jāreķinās arī ar sarunas biedru), jo gadās, ka tikai pēc pusstundas, kad intervējamais, aizrāviens ar sarunu, vairs nepamana mikroфона klātbūtni, ir emocionāli atklāts. Šajā gadījumā var atgriezties pat pie sākuma jautājumiem – iespējams, tagad atbildes uz tiem būs «radiofoniskas». Ziņu reportieri parasti intervē 5–8 minūtes un no šī materiāla izvēlas 30–90 sekunžu fragmentu.

Tehniskie nosacījumi

- Samontētājā intervijā fons nedrīkst strauji aprauties. Ja fonā dzirdama lidmašīnas dūkoņa, tai ir jāskan, kamēr troksnis pazūd dabiski un pakāpeniski; lidmašīna nedrīkst pazust.
- Intervēt jācenšas aizvējā, priekškaru, dzīvzoga priekšā vai ar mikroфона filtru.
- Pierakstiet bloknotā intervijas hronoloģiju, jo ar intervēšanu darbs nebeidzas, priekšā vēl ir montāža. Pieraksti ļaus kontrolēt intervijas gaitu un atvieglos jaunas tēmas sākuma un interesantāko vietu atrašanu.
- Ieteicams izmantot jutīgu mikrofonu, ko var turēt 30 cm attālumā no intervējamā, – kardioīdu –, mazāks attālums var traucēt intervējamo cilvēku un būt pat nepatīkams.
- Intervējamajam un žurnālistam nevajadzētu strauji žestikulēt, turēt rokas pie zoda, laužt zīmuļus, bungot pa galdu un spēlēties ar dažādiem priekšmetiem, jo tas viss rada blakus skaņas. Taktiski palūdziet to nedarīt, paskaidrojot iemeslu.
- Nedodiet mikrofonu intervējamajam rokā. Intervēšana ar diviem

mikrofoniem arī ne vienmēr ir izdevīga, jo mikrofons žurnālista rokā tomēr palīdz vadīt un kontrolēt interviju.

- Pirms ieraksta pārbaudiet telpas elektromagnētisko starojumu. Dažādas elektriskās ierīces rada nedzirdamus elektromagnētiskos signālus, kurus ieraksta diktofons. Ja ierakstā dzirdat troksni, pamainiet mikroфона virzienu, iespējams, ka citā pozīcijā tas neuztver starojumu. Pameklējiet citu telpu, kur nav traucējumu.
- Pirms doties uz interviju, pārbaudiet, vai baterijas nav izlādējušās, vai mikrofons un kasetes ir paņēmti līdzī, vai magnetofons vispār darbojas.
- Lai izvairītos no atbalss efekta lielā telpā, nostāieties ar sarunas biedru telpas galā – labāk pie aizkariem, kas absorbēs skaņu.
- Mazās istabās atveriet logu vai durvis, lai radītu telpas iespaidu.

Montāža

Tagad atliek sablīvēt un apkopot ierakstīto informāciju tā, lai iekļautos raidījuma laika robežās. Izmontējiet lieku, atkārtojošos, neinteresantu, neskaidru materiālu. Izmontējiet arī informāciju, kuru nebūtu vēlams pārraidīt ētisku vai juridisku apsvērumu dēļ. Atlikušo sakārtojiet loģiskā secībā, grupējot jautājumus un atbildes pa tēmām. Reizēm, lai attaisnotu pēkšņu tēmas maiņu, žurnālists var ierakstīt un piemontēt savu jautājumu jau pēc intervijas. Ir gan jāuzmanās, lai ieraksts notiktu līdzīgos akustiskajos apstākļos un lai jautājums netiktu nolasīts, bet adresēts sarunas biedram.

Montāžā var radīt īpašas gaisotnes iespaidu, pievienojot skaņu efektus, intervijas vietā ierakstītus trokšņus, mūziku. Skrupuloza montāža var izglābt neizdevušos ierakstu, bet domājiet par montāžu jau ieraksta vietā: intervija jāveic telpā, kurā nav skaļu trokšņu. Teātrī labāk intervēt pie priekškara, dabā – stāvot pie krūmiem, dzīvzoga, kas mazina trokšņus. Citādi fona skaņu līmenis var traucēt klausīties sarunu, turklāt fona līmenis intervijas laikā var negaidīti palielināties un teikto nebūs iespējams sadzirdēt. Neizmantojiet automātisko līmeņa regulētāju, jo tas nosaka ieraksta līmeni pēc visskaļākās skaņas. Ja

intervējamais ir uz brīdi apklusis, apdomājot atbildi, tad regulētājs noskaņosies uz citu – skaļāku skaņu. Kad intervējamais sāks runāt, viņa pirmie vārdi tiks ierakstīti ar lielu pārslodzi.

Montējot ierakstu ziņu pārraidei, vajadzētu izņemt visas pauzes, pārteikšanās. Tas ļauj ietaupīt hronometrāžu. Gatavojot garākas intervijas, sevišķi portretus, nevajag pārceņties ar paužu un pārteikšanos izņemšanu. Tā ir sarunas neatņemama sastāvdaļa, kas raksturo pašu cilvēku. Ierakstā jābūt dabiskai elpošanai.

Ja intervētāja jautājumi nav būtiski satura ziņā un ja tie nemaina sarunas tēmu, bet tikai precizē, konkretizē, tos var izmontēt. Katrā ziņā montāža ir atkarīga no intervijas kvalitātes. Nav sliktu intervējamo, bet ir slikti intervētāji. Protams, ne visi cilvēki ir radīti mikrofonam, ne visi māk vienādi labi atrasties ieraksta laikā. Šajā gadījumā būtu jāieraksta pēc iespējas garāka intervija, lai būtu ar ko darboties montāžas laikā. No atsevišķām veiksmīgām frāzēm, fragmentiem ir iespējams sagatavot labu raidījumu. Montāžas galvenais princips ir – atstāt visus labi skanošos, interesantos, emocionālos fragmentus, teikumus. Bet tas ir tikai tehniskais paņēmieni. Montēt domas, mainot teiktā būtību, nav pieļaujams.

BBC vadlinijas intervētājiem

- Katrai intervijai jābūt ar skaidru un īpašu mērķi.
- Jautāšanai ir rūpīgi jāgatavojas.
- Uzdevumi jāpieskaņo laikam, kas ir intervijas rīcībā.
- Intervējamā izvairīšanās ir jāatmasko.
- Strīdīgie viedokļi jāpārbauda ar līdzīgu stingrību un toni.
- Intervētājiem jābūt uzstājīgiem un vienmēr jāievēro labas manieres.
- Intervējamajiem jādod vienādas iespējas izteikties.
- Intervētājiem, kas izvērza nepamatotas prasības, ir jāpretojas.
- Ierakstītās intervijas ir jāredīgē un jāmontē godīgi.

astotā nodaļa

Komentārs

Komentārs ir analītiskais žanrs, kura uzdevums ir iepazīstināt auditoriju ar kādu problēmu un izklāstīt argumentus, kas skaidro tās rašanās cēloņus un, iespējams, piedāvā eventuālos risinājumus. Komentētāja uzdevums ir parādīt cēloņu un seku sakarību: atklāt klausītājiem, kas varēja radīt apspriežamo problēmu un kā tā var attīstīties tālāk. Pirms rakstīt tekstu, noskaidrojiet, ko jūs gribat pateikt citiem, kādas domas akcentēt, kādu iespaidu atstāt. Uzrakstījis rindkopu vai pat vienu teikumu, apstājieties un padomājiet, ko tas nozīmē un ko jaunu tas pasaka klausītājam. Analizējot atsevišķas teksta daļas, var noteikt ziņojuma svarīgākus mezglus. Tad ir jānoskaidro, vai ir pietiekami daudz faktu un ilustrāciju, kas pamato jūsu domu. Visbeidzot – sakārtojiet domas tādā secībā, kas atvieglotu klausītājam uztveri, ņemot vērā dzirdes uztveres īpatnības. Domājiet par klausītāju, iedomājieties viņu kā līdzīgu sev un nemēģiniet viņu pārsteigt ar sarežģītiem, «gudriem» vārdiem, necentieties viņu pamācīt. Netēlojiet, ka jūs zināt daudz vairāk un labāk par viņu. Apsēžoties pie studijas mikroфона, atcerieties, ka jūs tikai apkalpojat klausītāju, palīdzat viņam piekļūt pie zināšanām, kuras viņš meklē. Studijā jūs strādājat klausītājam, nevis klausītājs dzīvo jūsu dēļ.

Runājiet ar vienu klausītāju, nevis ar masu auditoriju. Ir liela atšķirība starp frāzi «Mūsu klausītāji jau zina...» un «Jūs jau zināt...». Sāciet tieši un konkrēti. Pirmajam teikumam ir jāspēj piesaistīt uzmanību un

radīt interesi. Katru nākamo tēmu ievadiet ar speciāliem teikumiem, tie ļaus klausītājam izprast ziņojuma struktūru. Piemēram: «Ko es ar to gribu sacīt?», «Ļaujiet man paskaidrot manu domu», «Palūkosimies uz problēmu no citas puses».

Iekļaujiet klausītāju savā runā, uzrunājiet viņu. Nesakiet «Izstādē ir aplūkojami interesanti eksponāti», bet gan «Izstādē jūs varat aplūkot jaunas ierīces. Man tās šķita interesantas, aizejiet uz izstādi, un jūs varēsiet paši izmēģināt šos rīkus darbībā». Uzrunājot klausītāju otrajā personā («Mēs esam jums stāstījuši...»), parasti sasniedz lielāku klātbūtnes efektu, nekā izmantojot trešo personu («Mēs esam stāstījuši mūsu radioklausītājiem...»).

Nepamāciet klausītāju: tas ir tikai viedoklis, kas ir balstīts uz noteiktiem argumentiem, taču auditorijai var būt savs skatījums uz lietām, tikpat loģisks kā jūsējais. Žurnālista uzdevums ir, parādot atšķirīgo, bagātināt cilvēku zināšanas, lai tās viņi varētu izmantot savā spriešanas procesā. Nelietojiet kategoriskas frāzes: «ir pilnīgi skaidrs», «nekādā gadījumā nedrīkst», «ir ārkārtīgi nepieciešams... Ar šiem vārdiem jūs rādāt, ka jūsu uzskati ir pareizi un par tiem nedrīkst diskutēt. Taču tas ir tikai jūsu skatījums uz problēmu. Tāpēc veidojiet loģisku pierādījumu ķēdi, miniet piemērus, bet neslēpiet savu «es».

Ziņojuma beigām ir jābūt skaidrām, parasti var atgriezties pie sākuma teikuma, piemēram, atbildēt uz tajā iekļauto jautājumu. Klausītājs labāk atcerēsies pēdējos vārdus, tāpēc apkopojumā var iekļaut būtiskāko tēzi, to, ko jūs gribējāt paziņot sabiedrībai.

Teksta rakstīšanu sarežģī tas, ka žurnālistam nav zināms konteksts, vide, kurā klausītājs to uztver. Žurnālistam vide un klausītājs ir jāiztēlojas. Pirms rakstīt tekstu un runāt to pie mikroфона, pajautājiet sev, kādu klausītāju es uzrunāju un ko viņš dara šajā brīdī, kāda informācija viņam ir visvairāk vajadzīga šajā brīdī?

Spontāna, neuzrakstīta uzstāšanās var likties dabiskāka, taču traucē garas domāšanas pauzes, vārdu vilkšana, loģiskās secības izjaukšana. Sevišķi tas pazemina informējošo un skaidrojošo raidījumu efektivitāti, jo tie prasa no klausītājiem lielāku uzmanības koncentrāciju. Atrisinājums ir uzrakstīt tekstu iepriekš, taču šis teksts ir jāprot runāt, nevis vienkārši lasīt; ir jāsarunājas ar klausītāju, nevis jādiktē mikrofonam.

devītā nodaļa

Reportāža

Stāstījums

Reportāža ir mākslinieciskais žanrs ar uzdevumu informēt par notikumu un tā gaitu, stāstīt, kā tas notiek, attēlot vidi. Reportāžām piemīt dinamiskums un vides raksturojums ar skaņām. Žurnālistam savā runā ir jālieto aktīvie darbības vārdi, jāapraksta darbības, nevis izjūtas, jā-rāda, nevis jāsecina. Emocijas nedrīkst parādīt tieši ar vārdiem «jautrs», «bēdīgs», «skaists», bet jāizstāsta situācija tā, ka klausītājs pats secina, ka tas ir jautri, bēdīgi vai skaisti. Kad jūs secināt, ka kāds priekšmets ir skaists, jūs taču to darāt pēc tam, kad kaut ko esat novērtējis. Kas ir tas, kas padara to skaistu? Kas ir saistījis jūsu uzmanību? Krāsa? Forma? Reportāžā pēc iespējas mazāk jāizmanto īpašības vārdi. Žurnālistam ir jāpastāsta, ko viņš redz, lai klausītājs pats varētu iejusties vidē un radīt savu priekšstatu. Nereti, tiekoties ar maznodrošinātiem cilvēkiem, žurnālisti stāsta par «šaušalīgo nabadzības līmeni», par to, ka «valdība ir pametusi likteņa varā dzīves atstumtos». Min procentus, absolūtos skaitļus. Tās ir vispārējas frāzes, kas neļauj iedomāties, cik patiesībā grūti ir šiem cilvēkiem, neļauj emocionāli identificēties ar viņiem. Savukārt nākamie divi piemēri, lai arī ir ļoti vienkārši, ļauj iedomāties situāciju. Reportāžā no Rīgas Centrāltirgus žurnāliste jautāja, vai arī pensionāri kaut ko pērk gaļas paviljonā. Pārdevēja atbildēja, ka dienās

pēc pensijas izmaksas parasti nopērk buljonam kaulus. Reportāžā no aprūpes centra dzirdējām skaņas ēdnīcā – vecie ļaudis cītīgi un centīgi ar karotēm burtiski «skrāpēja» alumīnija bļodas.

Vēl viens piemērs – reportāža par Āgenskalnu. Ar ko Āgenskalns atšķiras no Rīgas? Žurnāliste atstāta ikdienišķu ainu, perfekti iedarbinot mūsu vizuālo iztēli: jaunietis ar velosipēdu ved gāzes balonu. Raidījumā nebija tukšu vārdu par «īpašu garīgu gaisotni», «gaisā virmojošām emocijām», «līdzcilvēku atsaucību un atvērtību». Dažu dzīves ainu tēlojumi ļāva mums pašiem tur pabūt.

Lūk, žurnālistikas studentes radio izstāstīts skats, kas raksturo studentu nepacietīgo rindas gaidīšanu datorklasē.

«Jaunieši, saraukuši pieres, brīžiem nopūšoties, stāv telpas vidū, saspringti gaida, kad atbrīvosies vieta pie kāda datora. Daudzi mēģina sadalīt uzmanību uz visām četrām pusēm, skatīeni slīd pāri likajām mugurām un krāsainajiem ekrāniem. Kāds puisis lēnām pieceļas, iztaisnojot augumu kā pēc dziļa miega, un meitene, kas jau desmit minūtes stāvējusi viņam aiz muguras, ātriem soļiem aizsteidzas pie brīvā krēsla. Cita aizpļāpājusies tūlīt apjēdz zaudēto iespēju, pārmetoši izbola acis un kaut ko klusi nomurmina. Šajā cīņā tāpat kā sportā visu izšķir sekundes simtdaļas.»

Reportāžas žanrā par lielām problēmām var stāstīt caur konkrētu cilvēku ikdienas dzīves prizmu. Tieši konkrētu indivīdu pieredze, viņu ikdienas prakse veido to, ko mēs saucam par «problēmu» vai «risinājumu». Pirms referenduma par iestāšanos Eiropas Savienībā (ES) medijos daudz runāja par eiroskeptiķiem, taču izprast viņu motīvus ir iespējams, tikai noskaidrojot, kā viņi paši izprot un vērtē iestāšanos ES, runājot par konkrētām savas dzīves interesēm. Nav svarīgi, vai viņiem ir taisnība, vai viņi maldās, – šie pareizie vai nepareizie vērtējumi ietekmēs viņu rīcību.

Reportāža ļauj saprast šo ikdienišķo izpratni, jo reportāžā mēs vērojam cilvēku rīcību un runājam ar cilvēkiem par to, ko un kā viņi dara šeit un šodien, kā viņi paši izprot notiekošo. Reportāžā no kāda Cēsu rajona pagasta žurnālistei daži pensionāri stāstīja, ka viņu pamata ienākumus veido piena pārdošana. Viņuprāt, ES normatīvi aizliedz piena atdesēšanu akās, bet ledusskapi viņi nevar nopirkt. Tāpēc viņi ir pret iestāšanos ES. Reportāža parādīja, ka nevis drošības vai vēs-

turiskās taisnības jautājumi, par kuriem daudz runāja politiķi, bet vienkāršās ikdienas rūpes nosaka cilvēku priekšstatus par realitāti.

Vēl viens piemērs. Donoru dienu priekšvakarā mediji uzstājās ar cēliem aicinājumiem nodot asinis, apelējot pie cilvēku sirdsapziņas. Bet 2003. gada novembrī žurnāliste reportāžā stāstīja par anesteziologu, kurš, apstākļu spiests, pats bieži nodeva asinis. Naktī steidzamas operācijas laikā rodas nepieciešamība pēc šīs grupas asinīm un ārsts pats kļūst par donoru. Reportāžā nebija smeldzīgu aicinājumu, tā ļāva skatītājiem pašiem iejusties situācijā, identificēties ar sižeta varoni.

Gatavojot reportāžu, ir jāievēro daži noteikumi:

1. vispirms izprotiet notikumu – par ko ir runa, kas būtisks ir noticis;
2. rakstiet, kad zināt, ko gribat teikt;
3. iedomājieties mērķa auditoriju – kas viņus interesē šajā jautājumā, uz kādiem jautājumiem viņi meklē vai meklēs atbildes;
4. rādiet, nevis stāstiet;
5. lai cilvēki runā un darbojas;
6. lai lietas notiek. Nestāstiet, ka «notikums risinās»;
7. lietojiet konkrētus lietvārdus un «krāšņus» darbības vārdus;
8. izvairieties no īpašības vārdu pārpilnības;
9. lai fakti runā paši – izvairieties no saviem spriedumiem;
10. neminiet jautājumus, uz kuriem nevarat atbildēt reportāžā;
11. izsakieties tieši un skaidri;
12. miniet piemērus, kas skar konkrēta cilvēka pieredzi.

Ierakstītā reportāža

Reportāžas vietā pastaigājiet pa teritoriju ar mikrofonu, pameklējiet un ierakstiet skaņas, kuras raksturo vidi. Tie ir dabiskie trokšņi – dzīvnieku riešana, maušana, rukšķēšana, čivināšana, pēkšķēšana; mašīnu trokšņi – rūkoņa, dūkoņa, tarkšķēšana; cilvēku darbības radītās skaņas – soļi, sarunas, dziedāšana; mākslīgo un sadzīves priekšmetu skaņas – fonā skanošs radio, pulksteņa tikšķēšana, glāžu šķindoņa, telefona zvans.

Gatavojot dokumentālo filmu, ir jāapstrādā daudz materiāla, jo ir jāveido vesels stāstījums ar sākumu, intrigu, kāpinājumu, atrisinājumu un beigumu. To nevar sagatavot vienas dienas laikā. Atbraucot uz vietu, par kuru stāstīsiet, ir jāveic pētnieciskais darbs, jātiekas ar cilvēkiem, kas zina pastāstīt fona informāciju, iepazīstināt ar detaļām. Sākumā intervijas var pat neierakstīt magnetofonā, jūs tās izmantojat kā informācijas vākšanas metodi, pierakstot bloknotā. Kad ir savākts pietiekami daudz informācijas, lai izveidotu raidījuma scenārija pamatlīniju, var ķerties pie intervijas kā žanra. Tagad jūs zināt, par ko kurš ir kompetents runāt, kam ir interesants un emocionāls novērojums un tēlojums, kuram ir svarīgas liecības, kurš runā raiti, bet kurš var tikai īsi atbildēt uz alternatīviem jautājumiem vai pat tikai apstiprināt vai noliegt apgalvojumu. Intervijas notiks mērķtiecīgāk, jau pazīstot intervējamos – jūs varat uzdot uzvedinošos jautājumus, lai viņi vēlreiz atkārtotu to, ko viņi jums ir izstāstījuši jūsu pētniecības laikā. Tas viss atvieglos raidījuma montēšanu, jo apstrādei būs mazāk materiāla, taču tas būs koncentrēts, mērķtiecīgs un daudzveidīgs.

Rakstot intervijas, neaizmirstiet par vides skaņām. Aiciniet intervējamos raksturīgajā telpā, ierakstiet trokšņus arī atsevišķi no sarunām. Ir jāatceras, ka reportāžas raidījums top tieši šeit un tagad, jo, montējot raidījumu studijā, būs jāiztiek tikai ar iepriekš ierakstītām runām un vides trokšņiem. Fonotēkas trokšņi vai studijā ierakstīti papildu paskaidrojumi palīdzēs minimāli. Zinošie klausītāji varēs atšķirt, ka šī nav tās jaudas mašīnas radītais troksnis, par ko bija stāsts. Pirms ieraksta izpētiet, kā var attēlot notikuma vai vietas skaņu ainu, atrodiēt raksturīgas skaņas, kuras vai nu pašas sniegs fona informāciju, vai noderēs par iemeslu tās komentēt, papildināt ar vārdiem. Arī klusums var būt labs fons: «Es esmu lidostā, taču ierastās burzmas vietā šobrīd te valda klusums. Streiko aviodispečeri...»

Vides trokšņi ir jāieraksta atsevišķi no sarunām un vēlāk jāsamontē kopā ar intervijām. Tas tiek darīts tāpēc, lai varētu brīvi īsināt tekstu un izvairīties no tehniskā brāķa. Intervija lidlaukā, lai arī liekas iespaidīga ar savu fonu, bieži lemta neveiksmei liela trokšņa dēļ, kas slāpēs vārdus. Miksējot interviju un trokšņu fonu, tā līmeni var samazināt, lai netraucētu teksta uztveri. Ja intervijas laikā lidmašīna sāk nolaišanās,

tai ir jāļauj dabiski piezemēties. Jūs nedrīkstēsiet saīsināt interviju, jo tad lidmašīna vienkārši pazudīs. Fona trokšņi ir labi tad, ja tie netraucē uztvert tekstu. Intervējot fermeri, ir simpātiski dzirdēt arī viņa dzīvo saimniecību. Taču, ja visu laiku rukšķēs sivēni un regulāri dziedās gaiļi, saruna kļūs apnicīga.

Reportāža tiešajā ēterā

Sākot stāstījumu tiešajā ēterā, isi jāpasaka par notiekošā būtību: kas un kur notiek. Vispirms žurnālists iepazīstina klausītājus ar to, ko viņš pašlaik redz, tad stāsta par to, ko dzird un uztver ar citiem maņu orgāniem, visbeidzot – ko izjūt. Telpas apraksts sākas ar tālākiem priekšmetiem, pārejot pie tā, kas atrodas korespondentam blakus, respektīvi, ir norises centrā. Jau iepriekš ir jāizpēta un jāsameklē informācija par notikuma priekšvēsturi, ēku un ielu vēsturi un arhitektoniskām detaļām; jānoskaidro informācija par dalībniekiem un organizētājiem; jāsameklē skaitļi, kas raksturo notikumu; jāuzzina pasākumā atskaņojamo skaņdarbu nosaukumi. Var noderēt jebkāda ar notikumu saistīta informācija. *BBC* žurnālists stāstīja, ka viņam tiešraidē bija jārunā par Nelsona Mandelas atbrīvošanu no cietuma. Lidojot no Londonas uz Johannesburgu, viņš kavēja laiku, lasot Mandelas autobiogrāfiju. No grāmatas smeltā informācija vēlāk viņam lieti noderēja, jo notikums kavējās, bet komentētājam kaut kas bija jāstāsta tiešajā ēterā. Žurnālistam paredzēto desmit minūšu vietā bija jārunā vesela stunda!

Komentāra tekstu (ievada un nobeiguma frāzes, dalībnieku pieteikumi, skaitļi, fakti) var uzrakstīt pirms raidījuma, lai nodrošinātu pārraides dinamiskumu un lai izvairītos no minstināšanās. Papildu informāciju – gan faktoloģisko, gan emocionālo – var sniegt citi notikuma dalībnieki, kurus var aicināt pie mikroфона. To nodrošina vairāki žurnālisti, dažādos notikuma mezglu punktos. Svarīgi nodrošināt sakarus starp žurnālistiem un programmas producentu, kas ir vienīgais atbildīgais par programmas gaitu. Plānojot šādu pārraidi, ir jānodrošina, ka ikviens komentētājs zina, par ko viņam var jautāt. Sen jau ir kļuvis par banalitāti saukt kolēģi priekšvārdā, ļaujot viņam runāt:

«Pie piketētājiem šobrīd atrodas Juris Jurisons. Juri!...»

«Sveiki, Lauma!»

«Kas šobrīd notiek pie Saeimas nama? Juri!»

«Lauma, šobrīd pie Saeimas nama viss ir mierīgs. Pikets ir tikko beidzies. Lauma!»

«Paldies, Juri!»

Sarunām ir jāsagatavojas, paredzot pārejas. Žurnālisti norunā, ka frāzes beigu vārdi «piketētāji ir apņēmušies turpināt protesta akciju līdz darbadienas beigām» nozīmē arī stāstījuma beigas un tad uzreiz reportāžu var turpināt nākamais žurnālists.

Beidzot tiešraidi, iepriekš sniegto informāciju par notikumu var apkopot un, tāpat kā sākumā, aprakstīt telpu, kāda tā izskatās pasākuma beigās. Pēc tam var atvadīties no klausītājiem un pieteikt kolēģi, kurš turpinās programmu no radiostudijas.

Vadot ārpusstudijas reportāžu tiešajā ēterā, mēdz gadīties tehniskas kļūmes gan radio tehnikai, gan pasākuma organizētājiem. Žurnālistiem radiostudijā ir jābūt gataviem turpināt programmu sakaru pārtraukšanas vai kādā citā gadījumā. Ēterā paskaidro pārtraukuma cēloņus un atskaņo iepriekš sagatavoto mūzikas rezervi vai ierakstītās intervijas ar pasākuma dalībniekiem.

Reportāžai jābūt gan informatīvi piesātinātai, gan spontānai. Tekstus vislabāk sagatavot iepriekš un izstāstīt tos no galvas improvizējot, nevis lasot.

Žurnālistam nevajadzētu paļauties tikai uz savām spējām ātri reaģēt. Ir jāsagatavo stāstījuma plāns, lai neaizmirstu pavēstīt galveno. Faktus, uzvārdus, datus, vietas tēlojumus ir nepieciešams pierakstīt laikus, lai precīzs materiāls vienmēr būtu pie rokas. Ēterā nedrīkst minstināties, aizpildīt pauzes ar «mmm» un pieļaut tukšvārdību (biežie iespraudumi «teiksim tā», «kā lai to pasaka»). Improvizācija vienmēr sanāk labi, ja tā ir iepriekš sagatavota. Pārējais ir atkarīgs no žurnālista prasmes runāt – stāstīt tekstu, nevis lasīt.

Ja esat aizrunājušies, bet raidījuma laiks tuvojas beigām, atcerieties par divām nobeiguma formulām. Var apkopot, kas ir noticis, vai norādīt uz nākamo līdzīgo notikumu. Bet visvienkāršākais paņēmieni ir kino un televīzijas kameras «atbrauciens»: kamera attālinās no tuvas detaļas, lai parādītu kopējo plānu. Radio reportāžā pēc kādas detaļas

apraksta tūlīt jāķeras pie vispārējās situācijas izklāsta, kādu izmantojāt reportāžas sākumā. Pastāstiet klausītājiem, kā izskatās vide brīdī, kad beidzas radio stāstījums.

Sporta reportāža

Sports ir radio programmas būtiska sastāvdaļa arī televīzijas laikmetā. Ar sporta pārraidēm radio cenšas piesaistīt jauno vīriešu uzmanību. Laika atšķirības dēļ televīzijai ir grūti rādīt sacensības skatītājiem izdevīgā laikā, bet radio dod iespējas just līdzīgu komandai arī tiem, kas atrodas ceļā vai strādā.

Pirmā prasība sporta žurnālistam – pārzināt sporta veidu, par kuru runā, jo klausītāji parasti paši ļoti labi orientējas sporta tematikā un gaida no žurnālista pamatīgas zināšanas. Komentētājam jāzina konkrēta notikuma (spēles) nozīme, dalībnieku izvietojums turnīra tabulā, informācija par viņu iepriekšējiem sasniegumiem. To visu nevajadzētu izklāstīt reportāžas sākumā, bet gan spēles gaitā, kad rodas pauzes.

Stadionā komentētāji atrodas speciālajā kabinē – lai mazinātu apkārtējo troksni. Taču tas izolē žurnālistu no notikuma gaisotnes, jo svarīgi ir arī pārraidīt to emocionālo lādiņu, kas valda tribīnēs. Labāk izmantot speciālus mikrofonus, kuri samazina trokšņus, un sēdēt tribīnē. Ja sporta pasākums aptver lielāku teritoriju (autosacīkstes, pilnas programmas vieglatlētikas sacensības), ir vajadzīgi pat vairāki komentētāji.

Sports ir vizuālā māksla – komentētāja uzdevums ir attēlot redzēto ar vārdiem. No ikdienas zinām, cik grūti ir attēlot redzēto – trūkst vārdu, tāpēc sporta komentētājam jāpaplašina vārdu krājums, jāmeklē interesantie, neparastie salīdzinājumi. Nevajadzētu gan pārspilēt. «Sakrustot zobenus» ir metafora, kas apzīmē divu cilvēku sadursmi, arī diskusijā. Taču teikt, ka divi šahisti ir sakrustojuši zobenus pasaules čempionātā, izklausās smieklīgi, jo izraisa buitisku interpretāciju.

Ja komentētājs neredz detaļas vai nav drošs par to, kas tikko noticis, nevajadzētu lietot frāzi «Man šķiet, ka...», labāk teikt «Izskatās, ka...». Tāpat komentētājam nav «jāieskaņo» tiesnesis, kad viņš runā ar

sportistu. Jāstāsta tikai par to, ko pats redz vai zina. Kā joku var minēt kāda krievu sporta komentētāja frāzi: «Vai vārti ir gūti, to es no studijas Maskavā neredzu.» Reportāžu no Londonas viņš komentēja, skatoties translāciju televizorā!

Reportāžas laikā ik pa brīdim jāatgādina, kas tas ir par pasākumu, kāds ir spēles rezultāts, kurš servē, cik ir līdz spēles beigām u. tml. Tā ir informācija, ko televīzijā parasti iekļauj titros.

desmitā nodaļa

Ziņas

Radio ir vislabāk piemērots ziņu raidīšanai – tas spēj ātri reaģēt uz dzīves pavērsieniem, jo korespondentiem nav vajadzīga speciāla tehnika un daudz laika, lai nokļūtu notikuma epicentrā. Klausītājam radio iezīmē dienu. Pierodot pie skanējuma laika, mēs uzstādām pulksteni pēc skanošā ziņu pieteikuma signāla.

Radio ziņu uzdevums ir paredzēt notikumus, informēt par notiekošo un analizēt jau notikušo. Ziņas nav tas pats, kas ir notikums. Tas, kas notiek realitātē, kļūst par ziņu tad, ja par to kāds izstāsta. Žurnālistam tādējādi ir jāapstrādā visa uztvertā informācija, lai piešķirtu notikušajam kādu jēgu un veidotu savu stāstījumu. Ziņai ir jāatrod īpašs leņķis: ko īsti šī norise varētu nozīmēt. Leņķi var veidot tēmas, cilvēki vai konflikts. Piemēram, kādas pilsoniskās organizācijas nesankcionēts pikets pret veselības aprūpes budžeta samazināšanu pie valdības ēkas. Kas tur notiek? Saduras ar kārtības sargiem vai kārtības sargi ar viņiem? Sastāda protokolu par transporta kustības traucējumiem? Vai tiešām valstī veselības aprūpe nav apmierinoša, uz ko arī norāda protestētāji? Bet varbūt iniciatīvas grupa vēlas panākt, lai valdība ievēro sabiedrības viedokli? Ziņas veidošana vienmēr nozīmē kāda redzes leņķa izvēli: kaut ko žurnālisti izceļ, bet kaut ko noklusē. Redaktoram, kurš sastāda ziņu pārraidi, ir jārisina divas problēmas: kādu informāciju iekļaut pārraidē un kādā secībā šo informāciju pasniegt.

Ziņu atlase

Ziņas pārraidei atlasa, pamatojoties uz vērtības kritērijiem, kurus vēl sešdesmitajos gados ir aprakstījuši zviedru pētnieki Galtungs un Ruge (1981). Viņu klasifikācija noder par pamatu citiem ziņu vērtību sarakstiem. Parasti ziņas izvēlas pēc šādiem kritērijiem:

- jauns, tūlītējs, negaidīts atgadījums,
- atbilst mūsu klausītāju interesēm,
- notikums vēl attīstīsies, problēma vēl nav atrisināta,
- notikumā ir iesaistīti populāri cilvēki,
- ziņa izraisa sekas klausītājiem,
- ziņa satur interesantu, unikālu elementu,
- ziņa atbilst raidstacijas auditorijas specifikai.

Ziņu redaktoriem jāievēro pārraides struktūra un kompozīcija, tāpēc ir jāiekļauj arī kāda vietējā ziņa tad, ja lokālās norises nav tik interesantas.

Ziņu pārraides sakārtošana

Katra raidstacija veido savu ziņu pārraides maketu, kuru stingri ievēro. Garākās ziņu pārraides (ilgāk par piecām minūtēm) iesāk ar īsām viena vai divu teikumu ziņām (līdiem). Seko iekšējo politisko un ekonomisko ziņu izklāsts, pēc tam ziņas no ārzemēm, kuras ir sagrupētas pēc reģionālā vai tematiskā principa (piemēram, notikumi Irākā un informācija par citu valstu reakciju uz šiem notikumiem); kultūras, neaktuālās ziņas par neparastiem notikumiem; sports; laika prognoze un vēlreiz trīs četru svarīgāko ziņu līdi.

Operatīva informācija var izjaukt šo secību. Jaunāku svarīgu informāciju no «karstajiem» punktiem var lasīt pirms pašmāju ziņām. Latvijas sportista uzvara starptautiskās sacensībās arī var kļūt par svarīgāko notikumu. Atlasot un sakārtojot ārzemju ziņas, jāievēro klausītāju starptautisko informatīvo interešu kritēriji. Katrā ziņā tas ir atkarīgs no kopējas redakcionālās politikas. Prioritāte var būt informācijai par notikumiem tuvākajās valstīs, par pasaules lielāko konfliktu vai lielākam

reģionam svarīgiem notikumiem. Ziņu redaktoriem ir jāizvairās no savām personiskajām interesēm un simpātijām. Ja viens redaktors labāk pārzina arābu valstis, bet cits ir Latīņamerikas speciālists, tas nenozīmē, ka attiecīgajā dienā raidījumos dominēs detalizēti stāstījumi par norisēm šajos reģionos.

Citi elementi

Ārpus programmā paredzētajām ziņu pārraidēm jaunākā operatīvā informācija var tikt ietverta starp raidījumiem, aicinot noklausīties informāciju izklāstā tuvākajā ziņu raidījumā. Komerccraidstacijas izmanto tizerus – teikumus, kas piesaista klausītāju uzmanību ziņu pārraidei, bet neatklāj pašu informācijas būtību (no angļu val. *to tease* – ķircināt). Parasti tizerus ievieto pirms reklāmas bloka: uzskata, ka klausītājs, kuru ir ieintriģējusi ziņa, uzmanīgi noklausīsies reklāmu, lai nenokavētu ziņu sākumu.

Ziņas ir nopietna pārraide. Paretam, parasti pirms sporta vai laika ziņām, izskan kāda viegla satura informācija, cilvēkziņa. Iespējams, tā mazina spriedzi klausītājos, – ne jau viss šajā pasaulē ir tik drūms un nepatīkams...

Pārejas. Tie ir vārdi vai frāzes, kas apvieno ziņas. Parasti tās ir klišejas: «kamēr prezidents bija Londonā, viņa drošības padomnieks Bagdādē centās pārliecināt...», «no Ņujorkas ziņo...», «un tagad dažas kultūras ziņas». Jāuzmanās, lai netiktu apvienota pavisam nesaistīta informācija.

Ziņu pārraides ietvaros var iekļaut rubrikas – ziņu tematiskos apkopojumus. Tā, piemēram, pēc svarīgāko notikumu izklāsta (2–3 min.) skan ekonomikas vai finanšu ziņas, kāda notikuma «dienasgrāmata» (kultūras festivāls, olimpiāde). Ziņu blokus var pieteikt ar pārejas vārdiem («raidījuma turpinājumā – ārzemju ziņas»), garākajās pārraidēs var izmantot īsus mūzikas signālus, taču to nedrīkst būt pārāk daudz. Katrai raidstacijai ir savas pieteikšanas un atteikšanas frāzes, ar kurām iesāk un pabeidz katru pārraidi. *BBC* finanšu ziņas vienmēr beidzas ar frāzi: «Tā bija Mērija Džonsa ar finanšu ziņām no šobrīd lietainās

(saulainās, miglainās) Londonas.» Sasveicināšanās un atvadu frāzēm jābūt īsām, nav vēlams piesaistīt uzmanību savai personai un nosaukt visu redaktoru uzvārdus, kas ir piedalījušies piecu minūšu pārraides gatavošanā. Klausītājam šie uzvārdi neko neizsaka, jo informācija saistās ar vienu vienīgu personu – ziņu lasītāju.

Ziņu formātā nav jāizmanto fona mūzika, bet citos formātos jāuzmanās, lai mūzika nebūtu pārāk skaļa un pēc blīvuma un intensitātes netraucētu klausītāja uzmanību.

Radio ir tūlītējs, operatīvs un lokans medijs, kura priekšrocības vislabāk izpaužas ekstremālos gadījumos. Tas nekavējoties var pārtraukt programmu, lai informētu par aktuālu būtisku notikumu un tiešajā ēterā stāstītu par tā attīstību. Radio ir neaizvietojams saziņas līdzeklis starpgadījumos. Vētras, sociālo krīžu, transporta kustības traucējumu, vērienīgu masu pasākumu laikā tas tiešām var veikt organizatora funkcijas, operatīvi sniedzot iedzīvotājiem noderīgu informāciju. Bateriju radiouztvērējs ir autonomš – tas darbojas jebkādos apstākļos. 2005. gada vētrā vairāki Latvijas pagasti bija palikuši bez elektrības, bez telefona, un vienīgais sakars ar ārējo pasauli bijis radio. Tādos gadījumos paši klausītāji aktīvi iesaistās programmas veidošanā, viņi zvana uz radio, lai sniegtu informāciju par notiekošo viņu apkaimē. Pret šādu informāciju ir jāizturas uzmanīgi, un iespēju robežās tā ir jāpārbauda valsts, pašvaldības vai citos uzticamos dienestos. Kļūdaina informācija var pasliktināt procesu. 1998. gadā pēc Krievijas finanšu dienāš Latvijas radio diktore lasīja ziņu par problēmām kādā Rīgas bankā, taču pārteicās, minot tās nosaukumu. Sekas bija klientu rindas pie bankas.

Ziņu pārraidei jābūt operatīvai arī mierīgajās dienās, tāpēc ir vēlams iekļaut tādu informāciju, kas apliecinātu radio tūlītējo dabu. Ja raidījumā ir iekļauta korespondence no kādas tālākas vietas, var radīt iespaidu, ka stāstījums notiek tiešajā ēterā. Pieteikums «Mūsu korespondents Liepājas studijā sarunājas ar...» var radīt šādu iespaidu, taču tas neapgalvo, ka saruna notiek tieši tagad. Savukārt teikums «Mūsu korespondents patlaban atrodas Liepājas studijā kopā ar... Lūdzu, Jāni...» nav patiess, ja saruna skan ierakstā. Šie triki nemaz nav tik nevainīgi. Dažkārt ir gadījies, ka atskaņošanai ieslēdz nepareizo ierakstu vai ierakstu atskaņo ar tehnisko brāķi (piemēram, citā ātrumā).

Atkārtošana

Par ziņu (jaunumu) uzskata pēdējo 24 stundu notikumus, tāpēc to arī atkārtoti diennakts garumā atkarībā no notikuma svarīguma. Radio auditorija mainās dienas laikā, un ar ziņas atkārtošānu divas trīs reizes nepietiks. Atkārtojamās ziņas jācenšas pārrakstīt, iekļaujot jaunākus datus vai vienkārši mainot tekstu, lai ziņa nekļūtu apnicīga. Arī ziņas garumu var mainīt: pamišus lasīt īsumā un izklāstā.

Ziņu raidījumu veidi

Visizplatītākais ziņu pārraižu ilgums ir 5 un 10 minūtes, variējot diennakts laikā. Rīta stundās ziņas ir īsākas, vakarā skan garie analītiskie dienas notikumu apskati. Komercaidstacijas, kur ziņām nav būtiska nozīme programmā, parasti raida īsas 1–4 minūšu ziņas, lai saglabātu formāta ritmu. *BBC World Service* pārraida 5, 10, 15, 30 un 60 minūšu garas ziņas. Pēdējās divās skan arī korespondentu ziņojumi, ekspertu komentāri ierakstā vai tiešajā ēterā. Īsās ziņas (lidi) – informē par faktu, notikušā ideju, nozīmi. Īsās ziņas izmanto, lai piesaistītu klausītāja uzmanību. Tās var skanēt garākās ziņu pārraides sākumā vai arī kā atsevišķs raidījums. Speciālie ziņu izlaidumi (angļu val. *flash*) nekavējoties informē par nupat notikušo svarīgo faktu. Tie var skanēt starp raidījumiem, bet ir iespējams arī pārtraukt ielānoto programmu.

Uzrakstītā teksta hronometrāžu aprēķina, skaitot rindiņas. 13 rindiņu (standarta formāts: 12 punktu, *Times* garnitūra, 60 zīmju rindiņā) atbilst vienai minūtei. Jāparedz arī laiks pārraides pieteikumam un atteikumam un laika ziņām.

Ziņu (vai vispār teksta) radiostacijas uzdevums nav piesaistīt auditorijas konstanto uzmanību, jo klausītāji neizmanto tās kā fonu, bet gan noklausās kādu noteiktu, viņus interesējošu raidījumu.

Rīta stundās jāparedz īsie, kompaktie informācijas bloki 15–30 minūšu garumā, kurus periodiski atkārtoti. Klausītāji speciāli pievērsīs

uzmanību šādam blokam, jo zinās, ka tajā koncentrēti tiks pasniegta svarīgākā informācija. Pēc tam viņi var noskaņoties uz citas mūzikas radiostacijas viļņa, kas neprasa daudz uzmanības.

«Rīta stundas» bloka plāns

- 7.00 ziņu signāls, pieteikums, trīs četri līdi
- 7.01 vietējās un ārzemju ziņas
- 7.09 finanšu ziņas
- 7.10 sports
- 7.12 laika ziņas
- 7.13 intervija par dienas tēmu
- 7.15 ziņu līdi, laika prognoze
- 7.16 preses apskats
- 7.20 komentārs
- 7.24 kultūras ziņas
- 7.27 servisa informācija
- 7.29 laika ziņas

Rīta stundās ir iespējams izmantot pastāvīgas rubrikas: vietējās un ārzemju ziņas, sports, kultūras jaunumi, preses apskats, īss aktuāls komentārs, intervija, reportāža, ekonomiskā un finanšu informācija, šīsdienas notikumu kopsavilkums u. tml.

Vakaros no pulksten 18 līdz 20 var veidot līdz 30 minūtēm ilgus dienas apkopojumus.

Vakara ziņu plāns

- 19.00 pieteikums, ziņu līdi
- 19.01 svarīgās ziņas izklāstā
- 19.11 dienas persona (intervija)
- 19.15 ziņu līdi
- 19.16 biznesa un finanšu apskats
- 19.19 sporta ziņas
- 19.21 komentārs par svarīgāko notikumu
- 19.24 rubrika (iknedēļas apskats par kādu tēmu)
- 19.28 laika ziņas, ziņu līdi

Pārraidēs vakaros klausās tie, kas, atgriežoties mājās, neieslēdz televizoru. Pretēji televīzijas ziņām radio ir saturīgāks un lietišķāks. Radio neakcentē emocionālo komponentu, šeit nav iespējams garī un plaši stāstīt par katastrofām un nelaimes gadījumiem. Televīzija arī nemēdz iekļaut ziņās tādu informāciju, kura nav vizualizēta – obligāti jābūt kādam uzfilmētam materiālam. Televīzijas ziņām jābūt atraktīvām, skatāmām, tāpēc nevizualizējamās problēmas neatrod atspoguļojumu ekrānā. Radio var būt nopietnāks un koncentrētāks, jo radio ēterā cilvēkus nenogalina.

Ziņu raidījumā jābūt tematiskai un žanriskai dažādībai, ko var nodrošināt ar pietiekami lielu darbinieku un informācijas avotu skaitu. Bez diktora lasītā teksta ir jāiekļauj arī reportāžas, interviju citātu fragmenti. Jāuzmanās, lai citāti nebūtu pārāk īsi. Tiem ir jāiekļauj kāds loģiski noslēgts apgalvojums vai viedoklis, lai nerastos iespaids, ka frāze ir izgriezta no konteksta. Ir neveiksmīgs šāds salikums:

Diktors: «...Bet pilsētas policijas pārvaldes priekšnieks Juris Jurisons noraida mediju izplatīto informāciju.»

Jurisons (ieraksts): «Policija nepiekrīt šādiem apgalvojumiem.»

Diktors: «Turpinām ziņas...»

Ziņu pārraidēs sagatavošana un lasīšana ir divas dažādas lietas. Tiešajā ēterā var gadīties neparedzētas un neiedomājamas lietas. Daži ieteikumi:

- Uzrakstītās ziņas izlasiet balsī – jūs pamanīsiet grūti izrunājamus vārdus, izlaistos vārdus.
- Lappusi beidziet ar pilnu teikumu, nepārceļiet domu uz nākamo lappusi – pāršķiršana radīs nedabīgu un nevajadzīgu pauzi.
- Ja, lasot ziņas, esat pamanījis, ka pusteikums kaut kur ir pazudis, improvizējiet un pabeidziet teikumu, bet neatstājiet ēterā garu pauzi.

vienpadsmitā nodaļa

Diskusija

Intervijas žanrs ir visvairāk izplatīts radio, jo gandrīz visās pārraidēs ir iekļautas divu vai vairāku cilvēku sarunas, atbildes uz jautājumiem. Radio veiksmē lielā mērā ir atkarīga no tā, vai žurnālistiem izdodas rosināt sarunas ar citiem cilvēkiem. Programmas dažādošanai izmanto četras intervijas formas:

1. viens pret visiem: viens intervējamais atbild uz vairāku žurnālistu jautājumiem;
2. visi pret vienu: žurnālists pret vairākiem intervējamiem. Uzdevums – panākt, lai viņi diskutē savā starpā;
3. duelis ar arbitru: abiem viesiem uzdod līdzīgus jautājumus;
4. viens pret vienu: klasiskā portretintervija.

Interviju raidījumu uzdevumi ir divējādi: meklēt kādas problēmas risinājumu vai iepazīstināt auditoriju ar dažādiem uzskatiem, viņu pieredzi kādā jautājumā. Debašu uzdevums ir izraisīt argumentētu spriedumu apmaiņu, iepazīstināt ar uzskatiem un zināšanām par noteiktu tēmu.

Telefona zvani un vēstules nav vienīgais mehānisms, kurš veicina diskusijas. Svarīgi, ka klausītāji ir informēti par dažādiem sabiedrībā pastāvošiem viedokļiem, šī informācija ļauj cilvēkam pašam izdarīt secinājumu un pamatot savu rīcību. Tas ir svarīgs demokrātijas dar-

bības mehānisms, tāpēc arī demokrātisko valstu masu mediju uzdevums ir nodrošināt viedokļu daudzveidību, plurālismu. Diskusiju programmas mērķis ir sniegt klausītājam priekšstatu par argumentiem un pretargumentiem, kas ir izklāstīti sarunas veidā. Dueļa diskusijas formā viedokļus pārstāv divi viesi, bet intervētājs vada diskusiju, virzot viesus uz pieteiktās tēmas apspriešanu un nodrošinot viņiem vienādas izteikšanās iespējas. Formas «viens pret visiem» un «visi pret vienu» arī ir izplatītas radio, taču tā specifika ierobežo dalībnieku skaitu: studijā nevajadzētu ielūgt vairāk par trīs četriem cilvēkiem reizē, jo klausītājiem ir grūti identificēt viņus pēc balsīm.

Izvēloties dalībniekus, nav ieteicams paļauties uz organizāciju (partiju, interešu grupu, uzņēmumu) ieteikumiem, jo parasti tās piedāvā «profesionālus» runātājus, kuri ne tik daudz piedalās diskusijā, bet izklāsta savas organizācijas oficiālo viedokli. Viņus ir grūtāk izprovocēt uz nešabloniskiem domu gājieniem. Radio tehniskās specifikas dēļ tiešajā ēterā nebūtu aicināmi cilvēki ar izteiktiem runas defektiem, bez prasmes runāt publiski.

Ja diskusija iecerēta radiostudijā, nodrošiniet, ka kāds sagaida jūsu raidījuma dalībniekus un pavada līdz studijai. Parunājiet ar viņiem pirms raidījuma sākuma, lai rastu psiholoģisko kontaktu un atraisītu viņus. Atcerieties, ka jums visiem uzstāšanās radio, turklāt tiešajā ēterā, ir liels psiholoģisks stress. Pat pieredzējušiem runātājiem pavisam negaidīti var sākties lampu drudzis. Ja viesi nav savstarpēji pazīstami, iepazīstiniet viņus citu ar citu. Vēlreiz precizējiet viņu vārdus un uzvārdus, lai nebūtu šaubu par uzvārda izrunu. Pārbaudiet viņu titulus, amatus – iespējams, pavisam sen ir notikušas pārmaiņas. Daži ļoti apvainojas, ja žurnālists viņus «pazemina statusā». Studijā pastāstiet par iericēm – kad deg sarkanā gaisma, tas nozīmē, ka mēs esam ēterā. Ja ir nepieciešamība paklepot, jānovirzās nost no mikroфона. Austiņas diskusijas dalībniekiem ir jādod tikai tad, ja raidījuma laikā klausītājiem būs iespēja uzdot jautājumus pa telefonu.

Veikt intervijas mēģinājumu nav nepieciešams, taču pastāstiet diskusijas dalībniekiem par to, kāda tēma tiks apspriesta, un par laika ierobežojumiem – nav iespējams apspriest visus jautājumus vienā pārraidē.

Sākot raidījumu, definējiet klausītājiem apspriežamo problēmu, iepazīstiniet ar pārraidē plānotajiem galvenajiem jautājumiem un sniedziet faktisko fona materiālu. Tas ļaus noskaidrot situāciju un izvairīties no gausas iesildīšanās. Lai parādītu, ka minētie ieteikumi nav tik banāli, esmu atšifrējis kādas diskusijas ievadu. Raidījuma garums bija 20 minūtes, žurnālists sākumā runāja trīs minūtes.

«Labdien, radioklausītāji! Jau labu laiku tiek runāts par Nacionālās bibliotēkas celtniecību [elpa], un, pavisam īsi atskatoties, tad pašā sākumā [elpa] eee... visi nē, bet vismaz daļa teica, jā, bibliotēka ir vajadzīga. Es domāju par iedzīvotājiem. Eee... politiķi vispār teica: jā, jā, bibliotēka ir vajadzīga, un tomēr tad sākās domstarpības par finansējumu un visām šīm lietām [elpa]. Un labu [elpa] brīdi vienīgi Tautas partijai stāvēja tādās, varētu teikt, ļoti ciešās pozīcijās – jā, [elpa] ir, protams, bibliotēka ir vajadzīga, un, protams, ir vajadzīgs šis te, nu, es teikšu – atskaitījums no elektroenerģijas [elpa] tarifiem [elpa] par labu bibliotēkai [elpa]. Un pēc tam pagājušajā ceturtdienā [elpa] bez lielām, lielām, nu, kaislībām un bez milzīgiem strīdiem [elpa] eee... tomēr Saeima pieņēma [elpa] eee... pirmajā lasījumā šo te likumprojektu [elpa] tātad par to, ka Nacionālā bibliotēka tiek celta [elpa] un nauda tiek iegūta [elpa] eee... pieskaitot katram, kas patērē elektroenerģiju, [elpa] zināmu procentu daļas klāt pie viņu rēķina [elpa]. Eee... un tātad jūs jau nojaušat, ka... nē, jūs nenojaušat, bet es jums tomēr tātad pateikšu, ka [elpa] mūsu sarunas biedri, mūsu studijas viesi šodien ir [elpa] septītās Saeimas «Latvijas ceļ... ceļa» deputāte, Budžeta un finanšu komisijas priekšsēdētāja Aija Poča [elpa] un [īsa elpa] Rīgas Domes tēvziemiešu [elpa] frakcijas vadītājs [elpa] Aigars Ķīmenis, viņš ir arī [elpa] valdes loceklis «Tēvzemei un Brīvībai» [elpa]. Un tātad, divi cilvēki, gan kas labi pārzin' finans', gan es domāju, ka arī Ķīmeņa kungam būtu labi jāpārzin' politiskās, nu, politiskās nostādnes. [Elpa]. Eee... un mans pirmais jautājums, man, protams, prieks jūs redzēt šeit, labdien [elpa]. Eee... un pirmais jautājums [elpa] eee... kādēļ tad pagājuš' ceturtdien [elpa], nu, es varētu teikt, tomēr samērā vienprātīgi [elpa] eee... tika pieņemts šis pirmais lasījums tādā nostādņē, kā savulaik Tautas partija to izvirzīja.»

Sarunas pieteikums ir neloģisks, neskaidrs un liekvārdīgs. Žurnālists nebija sagatavojies sarunai, nezināja, par ko varētu runāt bibliotēkas sakarā. Jautājuma problemātika nav skaidra, žurnālists nepasaka tieši, ka būs jauns nodoklis visiem iedzīvotājiem. Diskusijas laikā šī tēma, kas visvairāk interesē klausītājus, netiek apspriesta, bet saruna notiek par Saeimas komisiju un apakškomisiju darbu, kas ir saprotams un saistošs tikai ierēdņiem. Jautājums pārvēršas apgalvojumā:

«Finanses vienmēr ir grūti atrast, protams, bet tai pašā laikā, Ķīmeņa kungs, jūs neesat, teiksim, Saeimas frakcijā, bet esat partijas valdē un strādājat arī Rīgas Domē. Kā jūs domājat, kur varētu būt tā lielākā pretruna vai kur varētu būt tie klupšanas akmeņi, jo, kā es saprotu, tad kopējā nostādne neatkarīgi no partijas piederības ir vienāda aptuveni visiem. Vismaz tā izskan, ka tā ideoloģija visiem ir vienāda.»

Diskusijas dalībnieku identifikācijas labad programmas vadītājam katru reizi viesi jāuzrunā vārdā, brīžiem atgādinot arī viņu amatus. Klausītājiem tas ļauj saprast, kurš šobrīd runā, bet studijas viesiem ļauj bez minstināšanās – kuram nu būtu tagad jāatbild? – iesaistīties sarunā.

«Santa Bome, jūs esat socioloģe, nupat publicējāt pētījumu par mazajiem uzņēmumiem laukos. Ko laucinieki uzskata par kavēkļiem uzņēmuma dibināšanai?...»

«Kā mediķi vērtē valdības lēmumu? Jānis Žogots...»

Diskusijas vadītāja galvenais uzdevums ir radīt programmas dalībniekiem vienādas iespējas izteikties: daudz runājošos vajag bremsēt, savukārt mazrunīgos – iedrošināt, aicināt uz diskusiju. Cilvēku, kurš dominē diskusijā, daudz runā un novirzās no tēmas, var pieklājīgi pārtraukt. Jūsu replika «Jūs tikko minējāt...» atgriezīs sarunu pie pamata tēmas, bet replikas turpinājums tiks adresēts citam intervējamajam: «Ko jūs par to domājat? Santa Bome...» Ja uz aicinājumu atsaucas vairāki viesi reizē, intervētājam ir jānolemj, kam dot vārdu, un jāparāda ar roku vai jānosauc vārds.

Gadās, ka diskusijas dalībnieki, oponentējot pretiniekam, neievēro labas manieres. Izdzirdot frāzi «Lai viņš beidz muldēt», žurnālistam būtu jāaizrāda. Lai klausītāji neuztvertu uzbrukumu personībai kā diskusijas normu. Atgādiniet, ka diskusijā apspriež argumentus, nevis apgāž tos, diskreditējot oponentu.

Intervētājam jākontrolē sarunas virzība: vai jautājums atbilst diskusijas tēmai, vai tas nav garlaicīgs, vai tas ir saprotams klausītājiem? Protams, jāatceras arī par pulksteni, lai saruna nebūtu jāaprauj pusvārdā. Taču ir banāli ik pa brīdim skaļi atgādināt viesiem un klausītājiem par to, ka programmai ir atlicis maz laika. Bieži vien tas liecina par inter-

vētāja nesagatavotību – žurnālists novirzās no sarunas tad, kad vēl nezina nākamo jautājumu. Ja diskusijas programma nav bijusi sevišķi gara un apspriešana noritējusi gludi, nav nepieciešamības beigt raidījumu ar rezumējumu.

Ieraksta un sevišķi tiešā raidījuma laikā svarīgi ir kontrolēt tehnisko kvalitāti. Visiem jāatgādina, ka nedrīkst bungot pa galdu, spēlēties ar pildspalvu un rokas pulksteņu sprādzēm, sēdēt pārāk tālu vai pārāk tuvu mikrofonam. Sievietēm jālūdz noņemt lielas krelles – strauja kustība mikrofona priekšā var radīt troksni. Raidījuma laikā šīs prasības tiek izteiktas ar žestiem; ja tas nepalīdz un runātājs nesaprot vai neredz, lūgumu var izteikt vārdos, ēterā.

Ja tiešā raidījuma laikā jums rodas iespaids, ka ar tehniku kaut kas nav kārtībā un raidījums neskan ēterā, turpiniet vadīt pārraidi. Skaņu operators jūs brīdinās tad, ja viss ir pagalam un signāls līdz raidītājam nenonāk.

divpadsmitā nodaļa

Apskats

Mums potenciāli ir pieejams milzīgs daudzums informācijas. Laikraksti un žurnāli pauž dažādus viedokļus, specializējas noteiktu problēmjautājumu pētniecībā, redakcijās strādā interesanti un talantīgi žurnālisti. Taču iespēju iepazīties ar interesantāko ir maz, jo visu lasīt nav laika, ir arī grūti sekot katram preses izdevumam ar domu, ka, iespējams, šodien tur tiks publicēts kas būtisks. Radio rīta preses apskats ir savdabīgs bibliogrāfs – tas operatīvi iepazīstina ar svarīgām publikācijām un viedokļiem, kuri pastāv sabiedrībā, bet nav fiziski pieejami visiem. Radio ir trīs preses apskatu veidi:

- īsa publikāciju anotācija,
- publikāciju svarīgāko ideju atstāstījums, citēšana, dažādu laikrakstu viedokļu sadursme,
- noteiktai tēmai veltītie specializētie apskati.

Īsa publikāciju anotācija vienkārši nosauc, kas tiek publicēts avīzēs – kādai tematikai ir pievērsušies žurnālisti, kādi materiāli ir izcelti pirmajās lappusēs.

Svarīgāko ideju atstāstījums iepazīstina ar avīzes viedokli kādā jautājumā, salīdzina ar citu mediju skatījumiem. Apskatu var veidot divējādi: sākt ar materiāliem par svarīgāko vakardienas notikumu vai analizēt katras avīzes dienaskārtību, droši ņeroties pie pirmās lappuses. Šeit ir publicēti, pēc redakcijas domām, svarīgākie jaunumi. Apskatā

var salīdzināt lielāko nacionālo dienas laikrakstu materiālus, kas ir novietoti zem avīžu «galviņas». Jāpievērš uzmanība iespējamām ietvaru (freimu) atšķirībām virsrakstos un lidos. Avīzes nostāju pret notikumu var paust fotogrāfijas, kas reizēm pat ir pretrunā ar tekstu. Vizuālais noformējums ir veids, kā pievērst uzmanību un paust tendenciozo attieksmi tad, kad to nav iespējams izdarīt tekstā, jo ziņas žanrs liedz paust subjektīvu viedokli.

2000. gada februārī Latvijas nacionālās avīzes atšķirīgi informēja par «pedofilijas skandāla» sākumu. Ziņu faktoloģiskais materiāls neradīja domstarpību: Saeimas izmeklēšanas komisijas vadītājs J. Ādamsons publiski iepazīstināja ar komisijas darbības rezultātiem. «Diena» savu tendenciozo attieksmi pauda ar J. Ādamsona fotogrāfiju, kas radīja nepatiku pret personu. Tāpat avīze pauda attieksmi ziņā par Saeimas priekšsēdētājas I. Ūdres uzstāšanos Eiroparlamentā 2004. gada oktobrī.

2002. gada 20. jūnijā Latvijā streikoja medicīnas darbinieki. Šajā rītā krievu laikraksti pirmajā lappusē stāstīja par streika cēloņiem. No latviešu laikrakstiem to izdarīja tikai «Neatkarīgā Rīta Avīze». Tādējādi preses žurnālisti pauda negatīvu nostāju pret pilsonisko iniciatīvu.

Apskatot pirmo lappusi, var ķerties pie nākamās, kur parasti visas avīzes publicē redakcijas komentārus. Kam pievērš uzmanību katra avīze? Ja tēmas ir līdzīgas, var salīdzināt autoru nostādnes, viņu argumentācijas loģiku.

Apskata uzdevums ir iepazīstināt auditoriju ar viedokļu daudzveidību sabiedrībā. Parasti cilvēki lasa kādu vienu avīzi, kuras nostāja daudz maz saskan ar viņu uzskatiem, un nepamana citas idejas. Preses apskats ne tikai nosauc publikāciju tematiku, lai rosinātu avīzes pirkšanu, bet arī izklāsta svarīgas domas, redakciju nostāju kādā jautājumā. Šo informāciju apskata redaktors var iegūt no redakcijas komentāriem. Jau tēmas izvēle norāda, kas laikraksta darbiniekiem šķiet svarīgs sabiedrībai, kā tiek definēta problēma un tās iespējamie risinājumi.

Veidojot apskatu, ir jāsalīdzina redakciju viedokļi. Tas var izskatīties šādi: «Lielākās dienas avīzes šorīt runā par mūsu jaunu premjerministru. «Neatkarīgās» komentētāja Inta Kļaviņa skeptiski vērtē jaunās

valdības spējas... «Diena» visumā piekrīt šim viedoklim. Ints Liepiņš ilustrē premjera prasmes ar kādu sen aizmirstu gadījumu no Latvijas dzīves... Krievu avīzes izvairīgi vērtē jaunā kabineta sastāvu, *Čas* atgādina, ka...»

Pēcpusdienā redakcijām jau ir zināms, kādi lieli materiāli tiks publicēti nākamajā dienā. Telefona intervijas ar redakcijas darbiniekiem, žurnālistiem, kas ir sagatavojuši lielu pētniecisku rakstu, var iekļaut pēcpusdienas informatīvajos blokos.

trīspadsmitā nodaļa

Radiožurnāls

Analītiskajai žurnālistikai ir jāskatās uz lietām kopsakarībās, atsevišķas norises jācenšas iekļaut plašākā kontekstā, lai neradītu iespaidu par sadrumstalotu pasauli. Ko klausītāji meklē savā radio? Viņi vēlas iegūt informāciju par būtiskiem notikumiem un apstākļiem tuvākajā apkārtnē, sabiedrībā un pasaulē, meklē padomus par praktiskām lietām, citu cilvēku viedokļus, kas palīdzētu viņiem pieņemt savu lēmumu. Klausītāji tiecas apmierināt ziņkārību un vispārējas intereses, uzlabot zināšanas. Mediji palīdz klausītājiem iesaistīties kopienas sociālajā dzīvē. Mediju lietošanas un apmierinājuma teorija izšķir trīs auditorijas vajadzības, kuras spēj apmierināt radio.

- Personiskā identitāte: cilvēks meklē apstiprinājumu savām vērtībām, uzvedības modeļus; viņš vēlas identificēties ar autoritāti.
- Integrācija un sociālā saziņa: klausītājs grib ieskatīties citu cilvēku apstākļos, identificēties ar citiem un iegūt piederības izjūtu. Raidījumi sniedz informāciju, ko pēc tam var apspriest ar citiem, tie aizvieto reālo cilvēku kompāniju un palīdz veikt sociālās lomas.
- Izklaide: raidījumi palīdz atrasties no problēmām un atpūsties, tajos var atrast kultūras vai estētisko baudu, aizpildīt brīvo laiku.

Piedāvājot žurnālu tematiku šaurai mērķa auditorijai, ir jādomā par to, kas interesē jūsu klausītāju: kas ir novitāte, cik tas ir noderīgs

klausītājam, kāda tam ir sociālā nozīme, vai tas ir ģeogrāfiski tuvs auditorijai. Klausītāji meklē arī ikdienas dzīvei noderīgu informāciju, ko var sagrupēt dažos tematiskajos blokos:

- transports;
- tirgus (cenas, piedāvājums);
- darbs (piedāvājumi, profesionālā apmācība);
- veselība (ieteikumi, medicīniskie pakalpojumi);
- lauksaimniecība, piemājas saimniecība;
- jurista padomi;
- masu pasākumi.

Ir divu veidu radiožurnāli:

- tematiskie: ir veltīti vienai tēmai;
- mērķauditorijas: dažādas tēmas pasniegtas noteiktai stabilai auditorijai.

Tematiskie žurnāli iztīrā vienu šauru jautājumu. Piemēram, par klonēšanu, skolas reformu, dzemdībām mājās. Žurnāli var būt tematiski specializēti: medicīna, zinātne, lauksaimniecība. Problēmas šeit analizē no dažādiem leņķiem, pretstatot atšķirīgos viedokļus, izmantojot daudzveidīgos informācijas avotus.

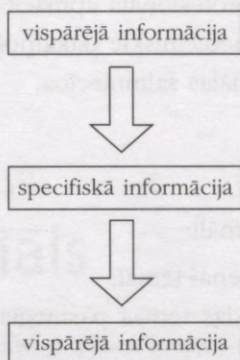
Žurnālus kādai mērķauditorijai raksturo pasniegšanas stils – tie stāsta par dažādām, pat negaidītām lietām. Piemēram, ir žurnāli jauniešiem, zvejniekiem, karavīriem, reliģiskajām konfesijām, pensionāriem, kāda vaļasprieka grupām.

Raidījumi ir stingri strukturēti, tiem ir stingri noteikts skanējuma laiks. Tematiskie radiožurnāli skan ēterā vairākus gadus, un bieži rodas jautājums, cik lielā mērā ir jāievēro pastāvības un dažādības proporcijas.

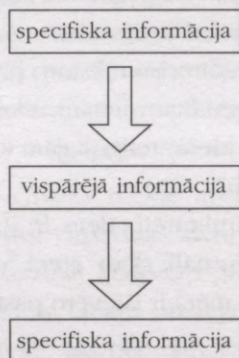
Radio programmai jābūt viegli atpazīstamai. Katram kanālam vai atsevišķam raidījumam veidojas noteikta auditorija, kuras gaidas nevajadzētu pievilt. Izmaiņas laika gaitā drīkst būt nelielas; nevajadzētu bieži mainīt nosaukumu, pieteikuma signālus vai raidījuma vadītājus. Novitātei ir jāizpaužas saturā, nevis formā. Raidījumu grūti uztvert, ja tam ir neskaidra struktūra.

Žurnālistikā ir divas stāstījuma struktūras:

- vispirms apraksta vispārējo situāciju, pēc tam žurnālists sniedz specifiskas detaļas (audio ieraksti), kas piešķir emocionālo un informatīvo piesātinātību, bet pārraides beigās žurnālists apkopo veikto saistībā ar vispārējo problemātiku. Tātad formula ir šāda:



- žurnālists apraksta situāciju (intriga, dramatisks ievads), seko vispārējā informācija, kas sniedz kontekstu, skaidro; beigās – rezumējums, atgriežoties pie specifiskā. Formula ir šāda:



Radiožurnāli parasti nav ilgāki par 30 minūtēm. Pārraide sastāv no dažādu žanru sižetiem: ieraksti (intervijas, reportāžas, apraksti), sarunas studijā un savienojumi starp fragmentiem. Izvairīties no garlaicības var palīdzēt raita uzbūve: pēc gara sižeta seko īss (tautas balss), pēc vīriešu balsu virknes ieteicams atskaņot interviju ar sievieti, ar

bērniem vai veciem ļaudīm. Ja sižeti ir gari, tos var tematiski sadalīt, pa vidu atskaņojot diktora ierunātu īsu informāciju. Mūziku var izmantot tikai īpašos gadījumos – ja tā attiecas uz tekstu. Radiožurnāls taču nav muzikāls raidījums. Daudzveidība un ritms ir jāpanāk ar dažādu stilistiski un žanriski kontrastainu sižetu izvietojumu.

Raidījuma sākumā, tūlīt pēc ievadsignāla, jāpasaka pārraides tēma un kādi sižeti skanēs. Žurnāla laikā dažas reizes jāatgādina tā nosaukums un sarunas tēma, vajadzības gadījumā var apkopot iepriekš izklāstīto informāciju.

Iknedēļas 30 minūšu ilgā ekonomikas žurnāla saturs

Pieteikuma signāls (džingls)	15 s
Ievadvārdi	10 s
Satura pieteikums	20 s
Nedēļas ekonomikas ziņas	4 min 00 s
Savienojums	15 s
Intervija par aktuālāko tēmu	2 min 50 s
Savienojums	15 s
Komentārs par jaunu procesu	2 min 00 s
Savienojums	15 s
Tautas balss	1 min 30 s
Savienojums	10 s
Reportāža no notikuma vietas	3 min 00 s
Savienojums	05 s
Fona informācija, ko raksta prese	4 min 00 s
Savienojums	15 s
Triju cilvēku diskusija studijā	7 min 00 s
Finanšu ziņas	3 min 00 s
Par gaidāmajiem notikumiem	30 s
Nākamajā programmā	10 s
Atvadišanās	10 s

Kā un kur meklēt idejas, lai radiožurnālu turētu pie dzīvības ilgāku laiku? Ir jāseko ikdienas notikumiem – tie var kļūt par jūsu raidījuma tēmu. Uzņēmumu un iestāžu sabiedrisko attiecību dienesti regulāri at-sūta ziņu redakcijām dažnedažādu informāciju par savām aktivitātēm, preses konferencēm, novitātēm... 95 procenti šī pasta nav ziņas vērtā informācija, toties tā var uzvedināt uz kādu plašāku problēmjautājumu. Preses konference Ugunsdzēsības departamentā pēc liela ugunsgrēka

var atklāt vairākas problēmas glābšanas dienesta darbā. Galu galā var radīt ieganstu pastāstīt par cilvēkiem, par ugunsdzēsēju sniegto stundu skolēniem.

Vēl viens ideju avots ir kalendārs (jubilejas un atceres dienas), informācija par gaidāmajiem notikumiem. Ierosinājumi var rasties sarunās ar citiem cilvēkiem, tikai pašam jābūt aktīvam un atvērtam. Pierakstiet svarīgus notikumus, kas šodien ir mediju dienaskārtībā, un atgriezieties pie tiem pēc viena diviem mēnešiem. Tad jau parasti par tiem aizmirst, konflikta liesmas ir ātri nodzēstas, bet vai problēma ir atrisināta? Aizejiet pie piketētājiem, pie ugunsgrēkā cietušajiem – kā viņi dzīvo mēnesi pēc notikuma?

Radīt un attīstīt idejas efektīvi palīdz redakcijas prāta vētras. Vispirms sarunas dalībnieki piedāvā, viņuprāt, aktuālākās tēmas. Priekšlikumus pieraksta uz tāfeles, izvēlas dažas svarīgākās un rīko otru asociāciju plūsmu. Katrs nosauc jēdzienus, vārdus, kas ienāk prātā, domājot par šo problēmu, nešķirojot, vai tas ir nopietni un būtiski. Nākamais solis – nosauktos jēdzienus grupē pa tēmām, meklē saiknes starp tiem, vārdu sakot – izveido loģisko ķēdi. Tātad ir noskaidrots, līdz kādam mērķim un kādā secībā ir jānonāk programmas veidotājiem. Visbeidzot žurnālisti precizē, kādā veidā atspoguļot dažus jautājumus: faktu apkopojums (prese, uzziņu literatūra), intervija (ar ko?), reportāža, komentārs...

četrpadsmitā nodaļa

Telefonprogramma

Telefonprogrammas (angļu val. *call-in, phone-in*) ir speciāls raidījumu tips, kas nodrošina saikni ar auditoriju, bieži jaucot informāciju un izklaidi. Jau trīsdesmitajos gados dažas raidstacijas ASV mēģināja iesaistīt klausītājus programmas veidošanā. Visaktīvākās bija mājsaimnieces, viņas rakstīja ziepju seriālu turpinājumus, zvanīja uz radio, lai parunātos ar programmas vadītāju, pasūtītu kādu dziesmu. Lielāku popularitāti telefonprogrammas guva sešdesmitajos gados līdz ar formātradio uzplaukumu. Tajās publiski apsprieda agrāk no medijiem skaustas tēmas, marginālo grupu dzīvi. It sevišķi pilsētās, kur cilvēki vairāk atsvešinās cits no cita un ir grūtāk uzturēt interpersonālo komunikāciju. Radio telefonprogrammas deva lielisku iespēju gan brīvi apspriest intīmās tēmas, gan iesaistīja diskusijā cilvēkus, kas ir atrauti no sociālās dzīves. Tagad tās vairs nebija tikai mājsaimnieces.

Telefonprogrammas šķir pēc dalībnieku skaita:

- klausītājs un žurnālists,
- klausītājs, žurnālists un / vai viesis,
- divi klausītāji un žurnālists.

Pēdējo 1975. gadā nesekmīgi izmēģināja *BBC*, jo ir grūti savaldīt divus klāt neesošos cilvēkus. Turklāt neviens no viņiem nepārstāv eksperta viedokli, un diskusija nevar noritēt mērķtiecīgi. Pieredze rāda,

ka radio diskusijas dalībnieku optimālais skaits ir trīs. Vairāku cilvēku balsis ir grūtāk identificēt.

Telefonprogramma ir intervijas žanrs. Raidījuma veidotājam vispirms jādefinē tās uzdevums gan sev, gan klausītājiem. Citādi uz vienkāršo aicinājumu zvanīt atsauksies cilvēki, kuri vēlas tikai izrādīties. Ir četri telefonprogrammu veidi:

- konkrētās tēmas apspriešana – eksperta padomi noteiktā jautājumā,
- ikdienas padomi – lietišķie padomi sadzīves lietās,
- brīvais mikrofons – raidījuma vadītāja un klausītāja saruna par jebkādu jautājumu; parasti klausītājiem ir ierobežots laiks izteikties,
- psiholoģiskā konsultācija – indivīda problēmu (galvenokārt psiholoģisko) apspriešana.

Pirmie divi raidījumu veidi ir lietišķāki, to uzdevums ir sniegt konkrētas atbildes uz konkrētiem jautājumiem, dalīties ar zināšanām. Šajās pārraidēs klausītājiem ir iespēja dalīties ar ikdienas dzīves pieredzi. Taču, veidojot šos raidījumus, jāuzmanās ar padomu došanu. Nav iespējams neklātienē sniegt, piemēram, medicīniskās konsultācijas vai palīdzēt jautājumos, kas prasa apstākļu izzināšanu.

Brīvais mikrofons un psiholoģiskā konsultācija ir tuvāki šovam, kurā ir būtiska raidījuma vadītāja un klausītāja mijiedarbība. Šajos raidījumos pieaug paša vadītāja loma un statuss – viņš vairs nav žurnālists, kurš uzdod jautājumus klausītāju vārdā, bet pats aktīvi piedalās notiekošajā: provocē, novērtē, izsaka savus uzskatus, stāsta par savu pieredzi. Raidījumi ir veltīti psiholoģiski jūtīgām tēmām, tajos piedalās cilvēki, kuriem ir ierobežotas iespējas vai spējas atklāti kontaktēties ar citiem cilvēkiem.

Piecdesmitajos gados psihologi novēroja, ka televīzijas skatītāji dibina kontaktu ar diktoriem, ziepju operu varoņiem, uzrunājot un sveicinot viņus, apspriežot viņu likteņus ar citiem. Sociālās saziņas surogātu ar ētera varoņiem dēvē par parasociālo komunikāciju.

Sešdesmitajos gados amerikāņu radio likvidēja pēdējo barjeru starp mediju un auditoriju. Klausītāji kļuva par programmas līdzautoriem. Tas gan nenozīmē, ka klausītāji paši būtu veidojuši raidījumus – telefonprogrammas darbojās viņu interesēs kā savdabīgs uzticības tālru-

nis. Tikai atšķirībā no uzticības telefona te saruna risinās ar pazīstamu cilvēku – žurnālistu vai psihologu. Pazišanās, protams, ir iedomāta, nevis reāla, un ētera tēls ir klausītāja izdomāts ideāls. Bet tieši ideāls klausītājam liekas vispievilcīgākais, jo rada uzticību, mazina bailes atklāt sevi.

Kas ir psiholoģiskās konsultācijas telefonprogrammas dalībnieki? Empīriskie pētījumi sniedz šādu klausītāja portretu:

- viņš cieš no interpersonālās komunikācijas trūkuma,
- viņš nepieder augstākajam sociālajam slānim (tam piederošie cilvēki atrod taisnākus saskarsmes ceļus, apmeklējot dārgus naktsklubus, restorānus, psihoanalītiķus),
- viņš nepieder kādai organizācijai,
- viņš nav pārāk atsvešinājies no sabiedrības un tāpēc viņam ir vajadzīga saziņa ar citiem,
- viņu vidū ir cilvēki ar ļoti zemu sociāli ekonomisko statusu.

Elvins Evanss (*Evans*) teicis, ka vēlu vakarā telefonprogrammas «gandrīz pilnībā ir kā palīdzības dienests vientuļniekiem, sevišķi no bezmiega cietušajiem vientuļniekiem». (*Evans* 1977: 56) Ar līdzīgu ainu gadījies sastapties, lasot Latvijas Radio pastu 80. gadu beigās, kad vēl nebija telefonprogrammu. Vēstules rakstīja vieni un tie paši klausītāji – galvenokārt par vientulību, atrautību no citiem, tāpēc mēģināja parunāties ar ētera personībām – diktoriem un žurnālistiem.

Daudzi cilvēki labprāt klausās telefonpārraides, taču nekad nezvana, lai piedalītos sarunā. Proporcionāli viņu ir vairāk nekā zvanītāju. Šie klausītāji raidījumā meklē izklaidi, derīgu informāciju vai padomu līdzīgā situācijā, kompāniju laika pavadīšanai. Telefonprogramma ir savdabīgs seriāls ar noteiktiem personāžiem (zvana parasti vieni un tie paši), kuru dzīvei var sekot laika gaitā. Par klausīšanās motivāciju nereti min vēlmi «palūrēt» citu cilvēku dzīvē un problēmās.

Ņemot vērā abus nosacījumus – zvanītāju un klausītāju atšķirīgo motivāciju –, ir jāveido programmas stratēģija. Nedrīkst paļauties uz to, ka kāds piezvanīs un ierosinās tēmu sarunai. Lai piezvanītu uz radio, ir nepieciešama uzdrīkstēšanās. Ja programmas vadītājs neatbalstīs klausītāju, ja neveicinās viņa tālāko atklāšanos («Nu, stāstiet,

kas jums uz sirds!«), saruna neizdosies. Nav jārunā tikai par intīmām lietām. Tieši tās reizēm var izgāzt programmu, jo viegli var pārkāpt publiskās normas vai aizvainot zvanītāju. Ir lietas, par kurām vispār nav pieņemts runāt. Pārmērīgā aizraušanās ar seksualitātes tematiku ASV septiņdesmitajos gados noveda pie radio krīzes. Intimitātes un noslēgtības izjūta, ko rada radio studija, neļauj izjust publiskumu, kas arī piemīt radio. Līdz ar to zvanītājs zaudē robežas izjūtu starp personisko un publisko sfēru, taču klausītāju uztverē tā joprojām pastāv.

Astoņdesmito gadu beigās Latvijas Radio skanēja raidījums «Eksperimentālā studija jaunatnei» – pirmā telefonpārraide mūsu radio vēsturē. Telefons palīdzēja raidījuma veidotājiem atrast jauniešiem interesantas tēmas diskusijai. Pakāpeniski žurnālisti atteicās no ideoloģijas un komjauniešu sociālās dzīves apspriešanas, pievērsoties psiholoģijai un seksam. Klausītājiem bija liela nozīme raidījuma attīstībā, anonimitāte nozīmēja uzdrīkstēšanos.

Bet nu atgriezīsimies pie pārraidēm, kas skar praktiskus jautājumus. Ir iespējams diskutēt par jebkurām dzīves tēmām, rosinot klausītāju izteikt savu viedokli, mācīties nepiekrīst un pamatot savu domu – proti, praksē apgūt komunikācijas māku. Kā piemēru var minēt agresīvos zvanītājus, kas mēdz būt neapmierināti ar visu: pašu raidījumu, viedokli, tēmu, mūziku, vadītāju, gramatiskām kļūdām. Tos, kuri aizvaino žurnālistu vai studijas viesi, vajag neitralizēt. Daudzās stacijās paši moderatori atbild uz telefona zvaniem ēterā, tāpēc nav iespējams filtrēt nevēlamās balsis. Iespēju robežās būtu jāizmanto palīgi, kuri pirms pieslēgšanas iztaujā zvanītāju: uzzina viņa vārdu, noskaidro, kas viņam ir sakāms. Daži cilvēki paši noliek klausuli, nevēloties nosaukt savu vārdu. Pēc tam redaktors nodod īsu informāciju par nākamo zvanītāju programmas vadītājam ar datora starpniecību.

Redaktors, kurš izvēlas zvanītājus, ātri iemācās atšķirt interesantus sarunas biedrus no tādiem, kurus negribētos dzirdēt ēterā. Tie ir:

- regulārie zvanītāji,
- daudzrunīgie,
- garlaicīgie un lēnie,
- ar runas defektiem,
- agresīvie, draudošie.

Redaktoriem ir «melnie saraksti» ar regulāriem zvanītājiem, reizēm viņi nosauc citu vārdu, taču viņus var identificēt pēc balss tembra vai pēc tālruņa numura. Izlemjot nepieslēgt zvanītāju ēteram, sarunu ar viņu var pieklājīgi pārtraukt ar šādām frāzēm: «Diemžēl šodien mēs nerunājam par šo tēmu...»; «Piedodiet, šeit nav cilvēku, kuri varētu palīdzēt jūsu jautājumā...»; «Es jūs ļoti slikti dzirdu...». Vai arī pavisam vienkārši: «Paldies, ka piezvanījāt!»

Klausītājiem var piedāvāt zvanīt stundu vai pusstundu pirms raidījuma sākuma. Iepriekšējā sagatavošanās ļauj noskaidrot klausītāju domas par apspriešanai paredzēto tēmu, viņu jautājumus. Palūdzot zvanītāju atļauju, interesantākos stāstījumus un jautājumus var ierakstīt datorā un vēlāk atskaņot ēterā. Var arī atzvanīt šiem cilvēkiem raidījuma laikā – ir jāpaprasa atļauja, jānoskaidro telefona numurs un jāpasaka, cikos redaktors piezvanīs. Diskusija taps saturīga, tajā skanēs lietišķie jautājumi un liecības par personisko pieredzi.

Lai izvairītos no starpgadījumiem ēterā, kad runātājs kļūst agresīvs un vulgārs, izmanto aizkavēšanas ierīci. Sarunu ieraksta un atskaņo ar dažu sekunžu nobīdi – līdz pat desmit sekundēm. Kad zvanītājs pasaka nepieklājīgu vārdu, operators apstādina atskaņošanu un žurnālists turpina pārraidi tiešajā ēterā. Pirms sākt sarunu ar nākamo zvanītāju, ēterā atskaņo raidstacijas džinglu nobīdes garumā, pēc kura atskaņo jau ierakstīto sarunu.

Radio nav iespējams plānot un paredzēt klausītāju uzvedību. Var gadīties, ka vajadzīgajā brīdī neviens nezvanīs, tādēļ ir jāparedz iespēja organizēt kolēģu, paziņu, draugu zvanus, kaut vai lai mainītu sarunas tēmu. Tas noderēs arī tad, ja visi «īstie» zvani ir vienveidīgi un saruna nevirzās uz priekšu.

Vadītājs nosaka raidījuma toni, un zvanītājam ir jāakceptē tas, vadītāja diktētie noteikumi. Lielbritānijā veiktais pētījums parādīja: klausītāji sagaida, ka zvanītāji zina, kā viņiem būtu jāuzvedas un kā pret viņiem izturēsies dažādie vadītāji. Ja ir zināms, ka žurnālists «slikti» izturas pret zvanītājiem, tad viņiem ir jābūt gataviem izturēt uzbrukumus. (*Fleming* 2002: 138)

Raidījuma gaitā ir ieteicams laiku pa laikam rezumēt iepriekšējo zvanītāju teikto. Ja telefons tiek izmantots spēļu raidījumos vai konkursos,

mazliet parunājiet ar zvanītāju. Kā viņu sauc, no kurienes zvana, ar ko nodarbojas... Ja cilvēks ir piezvanījis uz radio, tas nozīmē, ka viņš ir gatavs atvērties un nedaudz pastāstīt par sevi. Tas palielina klausītāju lojalitāti pret radio, jo rāda, ka žurnālistu interesē ierindas klausītāja dzīve.

Telefonprogramma ir ļoti grūts raidījumu veids, jo tās veiksmē ir atkarīga no klausītāja, kas nav profesionāls radiodarbinieks. *BBC* sāka telefonprogrammas 1968. gadā, un tās bija ārkārtīgi garlaicīgas, tāpēc ka producenti ļoti uzmanījās no nedrošiem klausītājiem, kuriem nebija publiskās uzvedības prasmju. Linda Geidža (*Gage*) novēroja: «Gadiem ilgi klausītājiem bija jāsaprot procedūra un ko no viņiem gaida. Viņiem bija jāiemācās kļūt par zvanītājiem.» (*Fleming* 2002: 137)

Sarunu radio un telefonprogrammas jēdzieni ir gandrīz saplūduši. Jebkurā diskusijā, kas notiek studijā, drīkst piedalīties klausītāji. Tas ļauj ne tikai iesaistīt pilsoņus diskusijā, bet arī samazina programmas veidošanas izdevumus un – tas ir daudz svarīgāk – veicina klausītāju identifikāciju ar «savu» radio. Tas ir radio, kas runā ar «mūsu» cilvēkiem par «mūsu» problēmām.

piecpadsmītā nodaļa

Auditorija

Klausītāju vajadzības

Raidījumi top klausītāju dēļ un viņu vajadzību apmierināšanai. Kas klausās radio, un ko viņš meklē pārraidēs? Dažādas mediju pētījumu skolas lieto atšķirīgas auditorijas jēdziena izpratnes.

- Auditorija kā masa: ir daudzveidīga, anonīma, nesaliedēta un ģeogrāfiski izkliedēta.
- Auditorija kā saliedēta grupa: pastāv neatkarīgi no medijiem; medijs to neveido, un tā nav atkarīga no medijiem. To var raksturot kā «informēto publiku».
- Auditorija kā tirgus: pašreizējie vai potenciālie produktu un pakalpojumu patērētāji. Tā nav kāda grupa, kas apzinātos sevi kā atšķiramu veselumu, tajā nepastāv arī iekšējās mijiedarbības, taču tas var būt iedzīvotāju areāls vai sociālā kategorija. (*McQuail* 1987: 150–155)

Propagandas praktiķi parasti operē ar pirmo definīciju, sabiedriskais radio aizstāv otro, bet komerciālais radio saskata klausītājos trešās definīcijas iezīmes. Mediju lietošanas un apmierinājuma teorija uzskata klausītāju par aktīvu nozīmes veidotāju – viņš ne tikai interpretē tekstu, bet arī pielāgo radio aparāta lietošanu savām vajadzībām un atrod jaunas lietošanas iespējas.

Radio lietošana

Radio pats par sevi vēl neko nenožīmē: tā ir «runājošā kaste», kurai jāatrod sava vieta cilvēka ikdienišķajā darbā un atpūtā. Ar agrīno lampu radio nebija viegli manipulēt pēc labpatikas. Lai to klausītos, bija nepieciešams atrasties telpā un pievērst tam uzmanību. Tikai sešdesmitajos gados ar pusvadītāju tranzistoriem, kas aizvietoja elektroniskās lampas, uztvērējs kļuva mazāks un vieglāks. Jauno aparātu varēja lietot citādi: jebkurā dzīvokļa telpā, mašīnā, pastaigājoties. Deviņdesmitajos gados dators veicināja klausīšanās ieradumu maiņu. Datore ir gan darbarīks, gan izklaide, kuru lietojot var klausīties radio.

Ziepjū operu vēsture ir laba ilustrācija tam, ka radio saturs veidojas vairāku sadzīvīsku un ekonomisku faktoru iespaidā. Trīsdesmitajos gados pēcpusdienās radio klausījās gandrīz tikai un vienīgi mājsaimnieces, jo stacionārie lampu radiouztvērēji darīja neiespējamu klausītāju mobilitāti. Radio bija interjera sastāvdaļa, ko nevarēja paņemt līdzi uz darbu vai mašīnā. Mājsaimnieces labprāt sekoja līdzi gariem seriāliem par ģimenes dzīvi. Preces, kuras neapšaubāmi viņas interesēja, bija un paliek mazgāšanas līdzekļi. Tos arī plaši reklamēja seriālu pārtraukumos, tāpēc arī tāds nosaukums – «ziepjū opera».

Patlaban popularitāti iegūst grāmatu lasījumi, kurus savulaik ierakstīja neredzīgajiem. Vingrojot vai vadot mašīnu, cilvēki labprāt klausās audiogrāmatas, jo neko citu šajā brīdī viņi nevar darīt. Turklāt lasījums veicina iztēli, tā ka klausītājs kļūst par literārā darba līdzautoru.

Formātu rašanās ir tieši saistīta ar radio reklāmas tirgus attīstību. Tā kā mūsdienās kanālu ir ļoti daudz, nav prātīgi katram censties sasniegt visu auditoriju. Kanālam stabili popularitāti un vietu reklāmas tirgū nodrošina uzticība atsevišķai auditorijas daļai, kuru interesē kādas radiostacijas informācija, mūzika, pasniegšanas stils. Radioklausītājs parasti izvēlas vienu staciju, kuru klausās mājās, automobili, darba vietā. Noskaņošanās uz citu notiek reti – lai noklausītos kādu raidījumu, piemēram, ziņas. Formāta radiostacijas auditorijai, tāpat kā kāda atsevišķa tematiska raidījuma auditorijai, ir daudz kopīgu demogrāfisku īpašību, reklāmdevēju uztverē tā ir daudz maz noteikta patērētāju grupa. Informācija par produktu ar lielāku varbūtību sasniegs savu

mērķi, ja tiks raidīta specializētajā radiostacijā. Formāta radio uzdevums ir noturēt šī klausītāja jeb patērētāja uzmanību, panākt, lai jebkurā situācijā mērķauditorija ieslēgtu tieši šo programmu: no rīta pamostoties, braucot mašīnā uz darbu, darbā...

Savukārt ziņu un sarunu radio biežāk klausās ar nodomu iegūt informāciju. Tādējādi ir izšķirami divi radio klausīšanās veidi:

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

Auditorijas mērījumi

Lai noskaidrotu raidstacijas darbības efektivitāti, ir jāzina, kurš un kad klausās programmas. Auditorijas mērījumus veic speciālās socioloģiskās kompānijas: *TNS Latvia* pie mums, *Arbitron ASV*, *RAJAR* Lielbritānijā, *Mediametrie* Francijā, *Audiradio* Itālijā utt. Sociologi un radio darbinieki operē ar dažiem svarīgiem rādītājiem.

- Kopējais skaits jeb sasniedzamība (*reach, RCH*). Tas ir visu iedzīvotāju skaits, kas noteiktā laikā izmanto radio. Šo rādītāju mēra absolūtos skaitļos vienai dienai un nedēļai.
- Reitings (*rating, RTG*) norāda uz vidējo klausītāju skaitu noteiktā laikposmā. Reitings ir procentos izteikts programmas klausītāju skaits attiecībā pret visu mērķa auditorijas lielumu.
- Daļa (*share, SHR*) ir raidstacijas popularitāte attiecībā pret citām stacijām noteiktā periodā. Daļa ir konkrētas raidstacijas auditorijas lielums, rēķinot no visu iedzīvotāju skaita, kas šajā brīdī ir ieslēguši radio. Daļa parāda, cik procentu cilvēku klausās tieši šo staciju.
- Klausīšanās laiks (*time spent listening, TSL*) – cik daudz laika iedzīvotāji vidēji klausās radio noteiktā laika periodā.

Nosauktie rādītāji raksturo garāku laikposmu. Auditorijas dinamiku diennakts laikā parāda ceturtdaļstundas mērījumi (*Average Quarter-Hour AQH*).

- Ceturdaļstundas vidējais reitings (*AQH Rating*) parāda klausītāju skaitu procentos no visiem iedzīvotājiem.

$$\frac{\text{AQH klausītāji}}{\text{Iedzīvotāji}} \times 100 = \text{Reitings, \%}$$

Iedzīvotāji nav visi valsts iedzīvotāji, bet tikai elektronisko mediju lietotāju mērķa grupas. Latvijā un daudzās citās valstīs aptaujā iedzīvotājus virs 12 gadu vecuma, taču Itālijā jau no 11, bet Lielbritānijā no 15 gadiem.

Auditoriju klasificē saskaņā ar sociāli demogrāfiskiem rādītājiem:

- vecums (vecāki ļaudis labprātāk klausīsies mierīgu mūziku un atbalstīs klasisku ziņu lasīšanas manieri);
- dzīves vieta (lauku iedzīvotāji dod priekšroku vietējiem radio, nevis nacionālajiem);
- etniskā piederība (priekšroka dzimtajai valodai);
- dzimums;
- izglītība (labāk izglītotie labprāt klausās klasisko mūziku un ziņas).

Atkarībā no vecuma tiek iedalītas vairākas paaudžu un dzīves stila grupas (skat. 2. tabulu), kas tiek saskaņotas ar radio mūzikas saturu.

2. tabula. Auditorijas klasifikācija pēc vecuma

Vecuma grupas	Mērķa grupas	
	dzīves stila grupas	formāts
14-19	14-39	<i>CHR</i>
20-24		
25-29		
30-34		
35-39	25-49	<i>AC</i>
40-44	25-54	
45-49	35-54	
50-54		
55-59	14-70+	Klasiskā mūzika
60-69		
70+		

Diennakts dinamika

Dienas laikā radio klausās nevienmērīgi. Auditorijas lielums ir atkarīgs no tā, ko cilvēki dara šajā brīdī. Radio nodarbina tikai vienu uztveres kanālu – dzirdi. Dzirdes uzmanību ir viegli sadalīt starp vairākiem objektiem – tas ir, klausoties radio, cilvēks var darīt citas lietas. Radio ir neaizvietojams saziņas līdzeklis, kad ir jāveic citas darbības. To vairāk klausās rīta stundās, kad cilvēki mostas, mazgājas, brokasto, gatavo bērnus uz skolu, brauc mašīnā uz darbu, kavējas sastrēgumos, un pēcpusdienā, kad cilvēki ar auto atgriežas no darba mājās. No rīta un pēcpusdienā radio ir vislielākā auditorija. Vakaros intelektuāļi, studenti, darījumu cilvēki strādā pie datora, lasa un raksta, ieslēdzot radio fonam. Sastādot radio programmu, ir jāpēta klausīšanās paradumi un auditorijas dinamika diennakts laikā, kura ir daudz maz līdzīga visās Rietumu valstīs.

6.00–9.00

Visritmiskākais, ātrākais un klausāmākais radio laiks. Pārraides segmenti ir īsi, vadītāja stils ir dinamisks, skan daudz informācijas. Raidstacijai tas ir vissvarīgākais laiks, jo šajā laikā skanošās programmas veido stacijas identitāti. Tiek uzskatīts, ka ziņu formātu vairākums auditorijas klausās 20 minūšu garumā.

9.00–16.00

Dienas laikam ir raksturīgas mērenas auditorijas: klausās mājsaimnieces, pirmsskolas vecuma bērni, strādājošie maiņās. Tagad dienas auditorija ir arī strādājošie, īpaši tie, kas strādā pie datora. Ritms kļūst nesteidzīgs, programmā var iekļaut (ja to paredz formāts) garākus raidījumus, ziņās – vairāk informācijas. Kā programmēšanas principu izmanto pretprogrammēšanu pret konkurējošām stacijām.

16.00–19.00

Autovadītāju laiks. Ritms paātrinās, skan vairāk ziņu.

19.00–23.00

Lielāka auditorijas daļa pievēršas televīzijai, palikušie radioklausītāji dod priekšroku informatīvajiem raidījumiem un diskusijām, viņi mērķtiecīgi meklē interesējošos raidījumus. Skan šaurākām auditorijas grupām domātie raidījumi (džeza un alternatīvās mūzikas radījumi ar speciālista komentāriem). Ir iespējams arī mēģināt jaunus raidījumus un mainīt programmu vadītājus. Mūzikas radio skan fonā tiem, kas studē un strādā pie datora. Šajā laikā jaunieši biežāk nekā citas vecuma grupas ieslēdz radio.

23.00–2.00

Klausās un skatās cilvēki, kas vēl gatavojas iet gulēt, un intelīģence, kas vēlu mostas.

Radiožurnālistika

2.00–4.00

Klausītāji ir galvenokārt tie, kas strādā naktī.

4.00–6.00

Ir agrs rīts, kad cilvēki mostas. Mūzika kļūst dinamiskāka.

Lietošanas paradumu tendences

Tehnoloģiju attīstība nenozīmē pilnīgu atteikšanos no kāda vecāka komunikācijas līdzekļa. Radio ir izturējies televīzijas spiedienu un tagad adaptējas interaktīvajiem konkurentiem. Medija nākotne ir atkarīga no spējas saskatīt jaunas auditorijas vajadzības un pielāgoties tām. Radio klausīšanās laiks pakāpeniski pieaug. Francijā 10 gadu laikā radio auditorija palielinājās par četriem miljoniem cilvēku: no 79 procentiem 1994. gadā līdz 82 procentiem 2004. gadā (*Jaquin* 2005). Lielbritānijā radio klausās 90 procenti iedzīvotāju vecumā virs 15 gadiem. Turklāt vairākums (54,2 procenti) dod priekšroku *BBC* stacijām (*RAJAR*, pavasaris 2005). Itālijā klausās mazāk – 71 procents no vecākiem par 11 gadiem. Taču aktīvākie ir tieši 15–34 gadus jaunie. Populārākais ir sabiedriskais *Radiouno* (reitings – 14 procentu), tam seko mūzikas *Radio DeeJay* (11) (*Audiradio*, 2004).

Lielbritānijā 1999. gada socioloģiskais pētījums liecināja, ka pieaugoša datora lietošana samazinājusi iedzīvotāju interesi par televīziju un žurnāliem, bet radio klausīšanās pieaugusi (*Hendy* 2000: 128). Interesantas tendences uzrādīja 2004. gadā veiktais mediju lietošanas paradumu pētījums 10 Eiropas valstīs (Lielbritānija, Francija, Grieķija, Spānija, Itālija, Beļģija, Nīderlande, Dānija, Zviedrija, Norvēģija). Vidēji nedēļā katrs cilvēks radio klausās 17 stundu, televīziju skatās nedaudz mazāk. Internets ir trešajā pozīcijā: nedēļā to lieto 11 stundu, avīzes lasa 5, bet žurnālus – 4 stundas. Ceturtdaļa respondentu katrā valstī klausās radio vairāk nekā 25 stundas nedēļā. Mainās klausīšanās vieta, pieaugot darba un automašīnu īpatsvaram. Mājās radio klausās 60, darbā 19 un mašīnā 17 procentu šīs EEIA aptaujas respondentu. Itālijā 46 procenti auditorijas klausās radio pie stūres, ASV 33, Francijā 24, Vācijā 15 (*Arbitron & Edison Media*, 2003). Saskaņā ar pētījumiem, automašīnā radio ir dominējošs, bet *CD*, kasetes vai *MP3* klausās tikai

ceturtdaļa šoferu. ASV desmit gadu laikā braukšanas laiks līdz darbam ir pieaudzis par 14 procentiem, un 2000. gadā tas bija vidēji 25 minūtes. Bet Bulgārijā vien trīs procenti iedzīvotāju klausās braucot. Austrumeiropā automobiļu īpašnieku skaits pieaug, tāpēc šeit ir sagaidāmas arī mediju lietošanas paradumu pārmaiņas.

Francijā desmit gados ir manāmi palielinājies klausītāju skaits pēcpusdienā no plkst. 13.00 līdz 17.00, jo vairāk klausās darbā un mašīnā (*Jaquin 2005*). Interese par radio palielinās jauniešu vidū, ko agrāk uzskatīja par zaudēto auditoriju. Vecuma grupā 13–24 gadi 92 procenti paklausās radio nedēļas laikā, viņi pārsniedz pat vidējo 84 procentu rādītāju; rēķinot visu auditoriju. Ģimenēs, kurās ir jaunieši, ir vairāk radio uztvērēju (*Mediametrie, 2003*).

ASV – saskaņā ar *Arbitron* datiem – 94 procenti iedzīvotāju virs 12 gadu vecuma klausās radio. Amerikāņi ir nenoturīga auditorija – viņi vidēji klausās 20 minūtes dienā.

Ari dators veicina radio auditorijas pieaugumu. Cilvēki ieslēdz parasto vai interneta radio, strādājot pie datora. (*Fleming 2002*) Lielbritānijā četrus gadu laikā radio klausītāju skaits internetā ir palielinājies no 10 līdz 17 procentiem. Turklāt trīs četras reizes biežāk internetā klausās nacionālās, nevis lokālās vai ārzemju raidstacijas (*RAJAR, pavasaris 2005*).

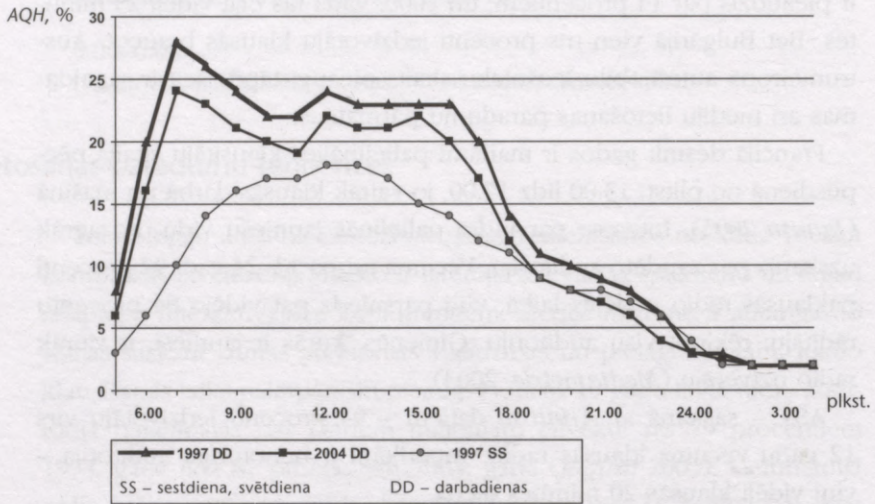
Internets rada arī jaunas programmu veidošanas iespējas raidīt gribētājiem. «Pirātu radio operatori ir sapratuši, ka internetā viņi var raidīt brīvi, nebaidoties no traucējumiem un vajāšanas.» (*Barnard 2000: 253*) Studentiem interneta radio ir interesants tāpēc, ka neprasa ieguldījumus apraides licences iegādei un raidīšanas apmaksai. (*Fleming 2002*)

Mājas datora un radio (parastā vai interneta) konverģence veicina interaktivitāti, auditorijas iesaistīšanos programmas veidošanā. Klausītāji arvien vairāk sazinās ar radio redakciju ar elektroniskā pasta starpniecību.

Salīdzinot ASV un Itālijas auditorijas diennakts dinamikas grafikus (skat. 13. un 14. attēlu), ir redzams, ka radio lietošanas paradumi ir atkarīgi no ikdienas kultūras īpatnībām. Itālieši maz klausās radio pusdienlaikā, stingri ievērojot ēšanas rituālu. Abās valstīs ir izteikta rīta stundu dominante, kas vairs nav raksturīgs Latvijas radio klausītājiem (skat. 32. attēlu). Itālieši vairāk klausās mašīnā, bet mazāk darba vietā, kuras īpatsvars savukārt palielinās Latvijā.

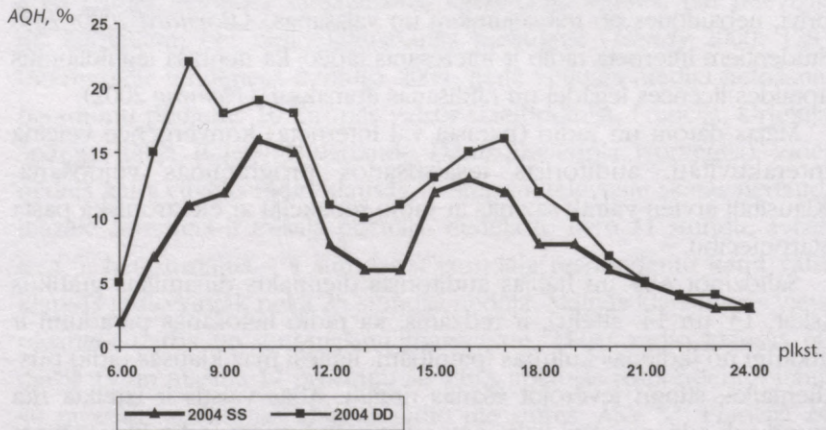
Radiožurnālistika

13. attēls. Radio auditorija ASV, darbdienas un brīvdienas, AQH, %



Avots: Arbitron, 1997, 2004

14. attēls. Radio auditorija Itālijā, darbdienas un brīvdienas, AQH, %



Avots: Audiradio, 2004

Sabiedriskā radio tendences

Nosauktie dati vispirms liecina par pozitīvām tendencēm komerciālā mūzikas radio jomā. Bet arī sabiedriskais ziņu un sarunu radio nezaudē savas pozīcijas. Francijas mediju pētnieki konstatējuši, ka radio darbojas kā modinātājs. Trešdaļa auditorijas vai nu pamostas ar uztvērēja skaņu, vai ieslēdz to 15 minūšu laikā pēc pamošanās. Būtiski ir tas, ka gandrīz puse rīta klausītāju ieslēdz vispārējā satura radio: pa 10 procentiem nacionālo ziņu un lokālo kanālu, bet tikai trešdaļa mūzikas radio. Vidusmēra rīta klausītājs ir 35–49 gadus vecs strādājošs vīrietis, pilsētnieks, viņš pieder augstajai sociāli profesionālai kategorijai. «Pamodušies klausītāji» kļūst svarīgi radio ekonomikai. (Jaquin 2005) Ziņu un sarunu radio (*France Inter* un *France Info*) auditorijas daļas ir pa 10 procentiem, tikai nedaudz atpaliekot no mūzikas formāta līderiem *Radio NRJ* un *RTL* (abām pa 12 procentiem).

Sabiedriskais radio ir populārs ziemeļu un vāciski runājošajās valstīs, kā arī flāmu Beļģijā. Sabiedriskās apraides auditorijas lielums 2003. gadā bija no 50 procentiem Somijā līdz 82 procentiem Austrijā.

sešpadsmitā nodaļa

Formāts

Par spīti televīzijas izraisītajām bažām piecdesmitajos gados, radio ir izdzīvojis un atradis jaunas funkcijas. Bez televīzijas ienākšanas sabiedrības dzīvē pagājušā gadsimta otrajā pusē risinājās arī citi procesi. Sociālās, tehnoloģiskās, ekonomiskās un citas pārmaiņas radīja citas auditorijas vajadzības un mediju lietošanas iespējas. Radio filozofija mainījās vispirms ASV ar tās komerciālo mediju sistēmu. Eiropā valsts TV un radio monopols saglabājās vēl līdz pat 80. gadiem, to iedragāt sāka tieši šis jaunais «amerikanizētais» radio. 60.–70. gados tā balss skanēja nelegāli, burtiski no pagrīdes (Itālijā, Francijā), no radio kuģiem neitrālajos ūdeņos (Lielbritānijas un Nīderlandes virzienā) vai «no perifērijas» – no sīkajām kaimiņvalstīm, kur bija atļauts komerc-radio (Andora, Monako, Luksemburga u. c. – kopumā 14 perifēriskie raidītāji Francijas virzienā). Mūsdienu radio programmas modelis ir veidojies 20. gadsimta 50. gados Amerikā, un to ir noteikuši vairāki faktori.

- Raidīšanas tehnoloģija kļuva lētāka un kvalitatīvāka. Piecdesmitajos gados radio signāla pārraidīšanai sāka izmantot frekvenču modulāciju. Strādājot FM diapazonā, bija iespējams lietot nelielas jaudas raidītājus, kas ļāva radīt arvien vairāk raidstaciju šaurām mērķa auditorijām nelielā reģionā vai pat universitātes pilsētiņā.

- Uztveršanas tehnoloģijā notika visistākā revolūcija – parādījās pārnēsājami tranzistoru uztvērēji. Tranzistors paplašināja radio klausīšanās laiku un telpu, jo atšķirībā no lieliem lampu uztvērējiem tas ir mazs un viegls, to var nēsāt līdzī, klausīties jebkurā vietā un jebkurā laikā.
- Sociālās pārmaiņas. Paaudžu konflikts kā parasti veicināja jauniešu vēlmi atšķirties no pieaugušajiem, meklējot jaunus pašizteikšanās līdzekļus. Tehniskās iespējas nodrošināja tranzistors, bet par jauniešu identitātes nesēju kļuva jauns mūzikas stils – rokenrols. Tam bija vēl jāatrod ceļš pie savas auditorijas, jo vecmodīgas lielas vidējo viļņu (AM) radiostacijas ignorēja jauniešu vidū populāro nemierīgo mūziku. Reklāmdevēji saprata, ka patērētāju grupas veido arī mediju mērķa auditorijas un jauniešiem domātas preces ir lietderīgāk reklamēt viņu medijā. Mediju auditorijas segmentācija gāja roku rokā ar reklāmas orientāciju uz īpašām dzīves stila grupām.

FM diapazons ir ļoti plašs, atšķirībā no AM diapazona tajā var izvietot daudz vairāk radiostaciju. Skaita pieaugums dara iespējamu specializāciju – specifisku, šaurākai auditorijai domātu programmu veidošanu. Radio panākumus garantē uzticība noteiktam modelim, stabilas izvēlētās auditorijas veidošana, nevis centieni uzrunāt visus potenciālos klausītājus, raidot dažādus raidījumus un dažādu mūziku. Konceptijas izmaiņas atspoguļo pat vārdu spēles ar medija nosaukumu. Angliski radio ir *broadcasting* – plašraidišana, bet tagad speciālisti runā par *narrow-casting* – «šaurraidišanu». Radio raida nevis visiem reizē, bet tikai kādai noteiktai cilvēku grupai. Arī krievu valodā 20. gadsimta 20.–30. gados radio sauca par *широковещание* – plašraidišanu –, kas izteica spēju sasniegt lielāku auditoriju. Jaunais latviešu termins «plašsaziņas līdzekļi», ko piedāvā «masu mediju» vietā, ignorē tendenci uz auditoriju segmentāciju un saziņas kanālu specializāciju.

Kas ir auditorijas segmentācijas izmantojums radio programmas satura veidošanā? Formāts nozīmē iekļaušanos kādas mūzikas gaumes robežās, kas raksturo noteiktu sociālo grupu. Tātad pirmais formāta definīcijas kritērijs ir saturs. Taču raidstacijai ir ne tikai jāsasniedz vēlāmā auditorija, bet arī jānotur tā, jāpieradina klausīties. Ir nepiecie-

šams veidot saturiski paredzamu programmu, kas saskanētu ar klausītāju priekšstatu par raidstaciju un viņu gaidām – programmai jābūt atpazīstamai, regulārai. Kopumā atbilstību kādam formātam nosaka:

- saturs: mūzikas žanri un / vai tekstuālā informācija,
- struktūra: atsevišķu satura elementu ilgums un to secība stundas un dienas laikā,
- vadīšanas stils: ētera balss runas manieres.

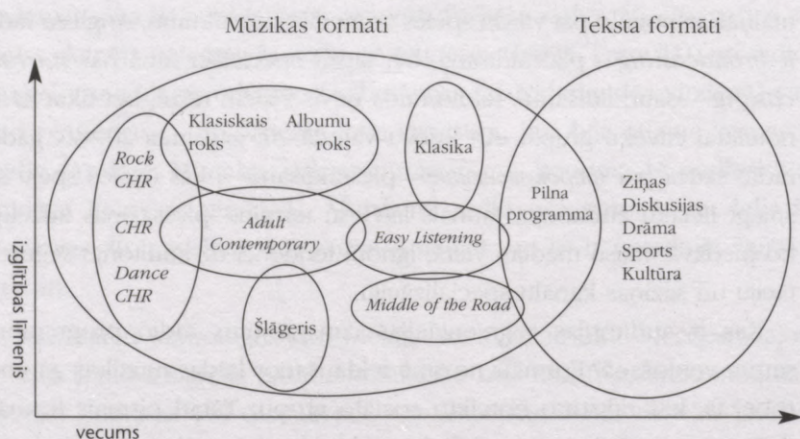
Formāta saturs

Atkarībā no satura definē trīs veidu formātus, kas ir parādīti 15. attēlā:

- mūzikas,
- ziņas un / vai sarunas (*talk radio*),
- jaukta (pilna) programma.

Kāda konkrēta formāta vieta šajā shēmā attiecībā pret citiem formātiem norāda uz mērķauditorijas vecumu un izglītības līmeni. Jo vecāki un izglītotāki ir klausītāji, jo lielāka ir iespēja, ka viņi klausās

15. attēls. Formātu klasifikācija



Avots: Haas, Frigge, Zimmer (1991), adaptēts

ziņu radio un klasisko mūziku. Pusaudži dod priekšroku jaunāko hitu radio – *Current Hit Radio (Top-40)*.

Galvenie mūzikas žanri ir: roks, kantri, šlageris, klasiskā, deju un populārā. Katrā kategorijā var būt vairākas variācijas, kas ir atkarīgas no mūzikas žanra, mūzikas un teksta proporcijām programmā. Ierobežoti ekonomiskie apstākļi, neliels reklāmas tirgus ļauj raidstacijai jaukt līdz trim dažādu formātu saturiem. Piemēram, Rīgā nebūs daudz džeza formāta klausītāju, tāpēc šo mūziku var iekļaut klasikas formātā.

Formātu klasifikācija ir mainījusies, mainoties mūzikas stilēm. Vieni formāti pazuda, citi saplūda, ir izveidojušies pavisam jauni. 90. gadu pirmajā pusē Rīgas komercraidstacijas gandrīz neatskaņoja latviešu mūziku – pirmā un ilgāku laiku arī vienīgā dziesma latviešu valodā, ko tolaik atskaņoja komercradio, bija «Prāta vētras» «Ziema». Un tikai 20. gadsimta beigās Latvijas Radio 2. programma pakāpeniski pārgāja uz pilnīgu latviešu mūzikas formātu.

Teksta radio dažādās proporcijās var iekļaut ziņas, sarunas, intervijas, tematiskos raidījumus (sievietēm, bērniem), telefonprogrammas (sarunas ar klausītājiem), sporta reportāžas, raidlugas un literāro darbu lasījumus. 80. gadu beigās informācijas un diskusiju raidstaciju popularitāte ASV sāka pieaugt, 90. gados specializētie ziņu radio kanāli veidojās arī Eiropā, galvenokārt sabiedrisko raidorganizāciju paspārnē. Radio žurnālistika nav zudusi līdz ar televīzijas straujo attīstību. Gluži otrādi – radio spēj pilnīgāk apmierināt auditorijas informatīvās intereses, jo komercitelevīzija bieži pārspilē informācijas sižeta emocionālās pievilcības nozīmi, sadrumstalo un fragmentē vēstījumu.

15. attēla vidusdaļā redzams, ka mūzikas un teksta formātu grupas pārklājas, veidojot jauktās jeb pilnas programmas. Tās ir sabiedriskā radio programmas, kuras raida gan informāciju, gan mūziku. Mūzika pārstāv ļoti atšķirīgus žanrus, galvenais, lai tā būtu interesanta. Piemēram, var atskaņot klasisko mūziku un arī repu, ja ir nepieciešams, stāstīt par mūsdienu jauniešu kultūru, pievērst uzmanību izteiksmes veidam, skaņdarbu estētikai.

Formāta struktūra

Atšķirībā no grāmatas radio nav satura rādītāja, nav iespējams arī uzšķirt vajadzīgo lapaspusi. Klausītājam ir jāzina, kad un ko viņš dzirdēs, tāpēc programmai jābūt stingri sakārtotai. Formāts ir formula, pēc kuras radiostacija vadās, saliekot kopā dažādus elementus. Sastādot programmu nozīmē atlasīt mērķauditorijas interesēm atbilstošo materiālu un secīgi to sakārtot stundas un diennakts garumā tā, lai tas saskanētu ar klausītāju ikdienas dzīves ritmu. Programmu sastāda vienai stundai – to sauc par stundas riteni, jo 60 minūšu skanējuma formulu grafiski atveido apļa veidā. Ritenī ir noteikts, kurā minūtē skan ziņas, laika prognoze, informācija par ceļu satiksmi, reklāma u. tml. Katru stundu šī secība atkārtojas. Variācijas ir iespējamās, mainoties klausīšanās intensitātei: rīta un pēcpusdienas stundās, kad palielinās klausītāju skaits un viņi aktīvi rosās, mūzika ir enerģiska, informatīvo sižetu ir vairāk un tie ir īsāki. Vēlu vakarā un naktī skan vairāk mierīgas mūzikas, teksta ir mazāk.

Radiostācijas programmu veido šādi elementi:

- mūzika;
- informācija: ziņas, intervija, komentārs, reportāža, apskats, servisa informācija, «raibumi» (*soft news*), dzīves stils, sports;
- izklaide: spēles, promocijas akcijas, humors;
- noformējums.

Noformējuma elementus dēvē par «signāliem» vai «starpsignāliem», biežāk tos sauc arī par džingliem. Taču džingls ir tikai viens no noformējuma veidiem, kuri ir dažādi pēc formas un ilguma:

- iedziedātie muzikālie džingli,
- radiostācijas identifikācija, ko ierunā,
- ļoti īsie pieteikumi,
- *intro, bumper* – muzikālie signāli, kas ievada kādu raidījumu,
- *outro, stinger* – raidījuma beigu muzikāls akords un teksts,
- *pakete* – sākuma signāls, fona mūzika tekstam (piemēram, sludinājumi, satiksmes informācija) un beigu signāls,

- *promo* – raidstacijas «pašreklāma» brīvā formā,
- *trailer* – raidījuma (sižeta, intervijas) reklāma.

Iespēju veidot starpsignālus ir daudz, taču pārlieta daudzveidība var padarīt radio par neatpazīstamu klausītājam. Pamatā būtu jāizmanto ierobežots mūzikas un teksta tēmu skaits. Džingļu dažādie ritmi un intensitāte ļauj tos saskaņot ar citiem raidījumiem vai dienas ritējumu (lēnie naktī, enerģiskie no rīta).

Visus satura elementus sakārto stundas rītenī, kurā ir paredzēts noteikts laiks ziņām, reklāmai, stacijas identifikācijas signāliem, mūzikas skaņdarbiem, teksta pārraidēm. Katram formātam ir savs sakārtošanas princips – *Top 40* visu atskaņo ātri un īsi, AOR mūzikas virknes un pieteikumi ir garāki. Dažu formātu stundas rīteņi ir parādīti attēlos (skat. 16.–19. attēlu).

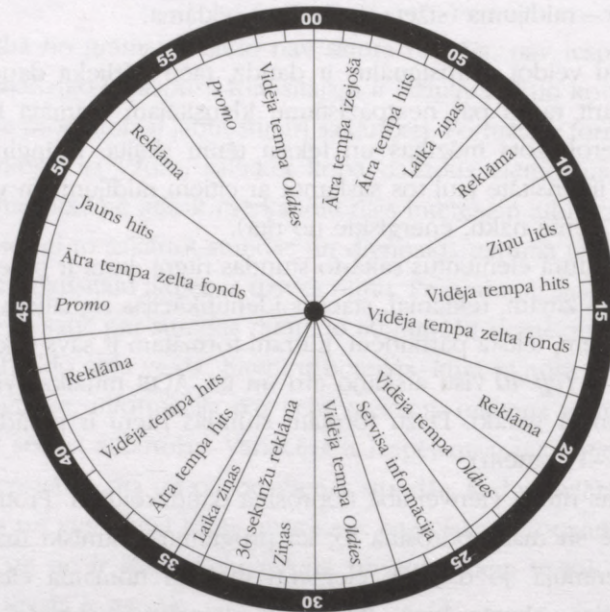
Stundas rīteņa vienveidība nodrošina daudzveidību. Proti, pieturēšanās pie shēmas nodrošina to, ka programma ritmiski mainās, neklūst vienmuļa, jo dažādie elementi regulāri nomaina cits citu un neatkārtojas uzbāzīgi bieži. Rītenī visi elementi ir izvietoti simetriski un skan pēc nemainīgiem laika intervāliem. Piemēram, reklāma ik pēc 15 minūtēm, ziņas katru stundu, ziņas īsumā – reizi pusstundā, informācija autovadītājiem rīta stundās ik pēc 20 minūtēm. Standarta shēma palīdz klausītājam viegli atpazīt savu radio, jo viņš var paredzēt programmas ritējumu. Ir viegli arī atrast konkrētu raidījumu, jo tam ir pastāvīgs skanējuma laiks. Stundas rītenī nav ieteicams mainīt pārāk bieži.

Mūzikas rotācija

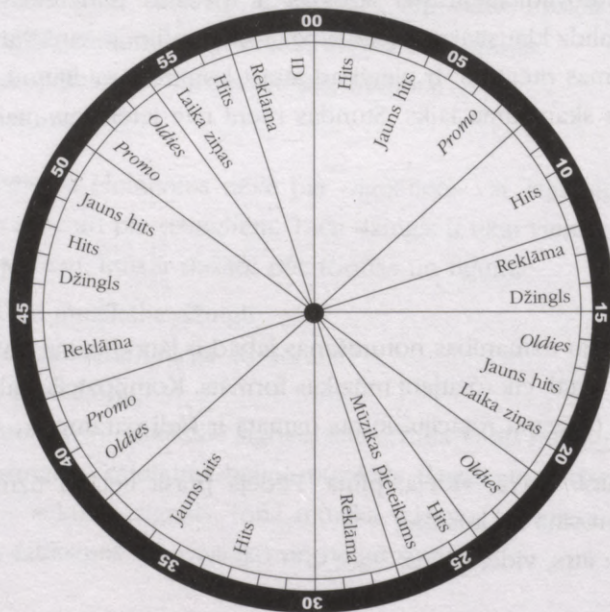
Klausītāju uzmanības noturēšanas labad ir jānodrošina mūzikas dažādība – tiktāl, cik to atļauj mūzikas formāts. Kompozīciju sakārtošanu sauc par dziesmu rotāciju, kuras pamatā ir šādi parametri:

- struktūra: blāva, vidēja, pilna. Pēdējā prasa lielāku uzmanību, ir skaļa, rosina uz kustību,
- temps: ātrs, vidējs, lēns,

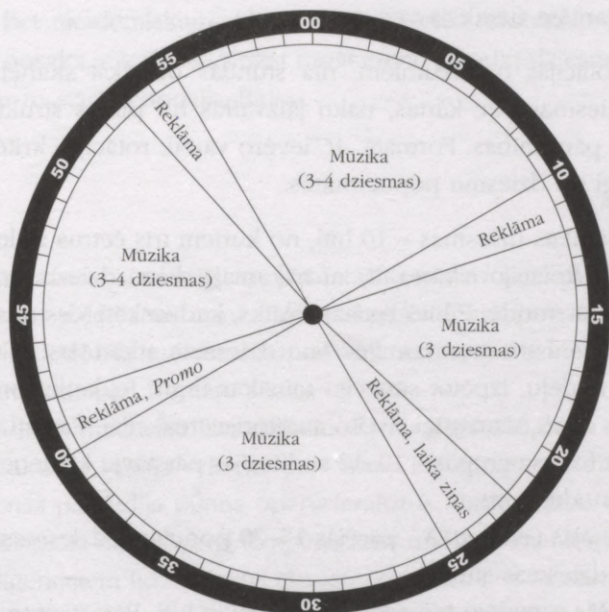
16. attēls. Formāta *Adult Contemporary* vienas stundas programmas paraugs



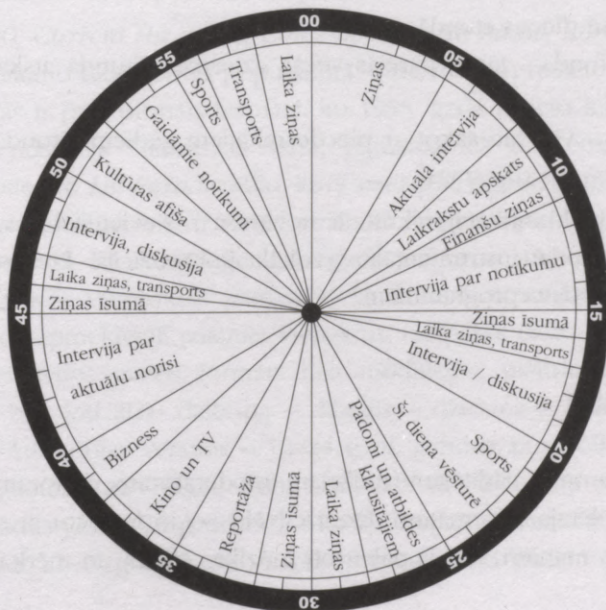
17. attēls. CHR formāta vienas stundas programmas paraugs



18. attēls. AOR formāta vienas stundas programmas paraugs



19. attēls. Ziņu radio rīta informatīvā bloka paraugs



Radiožurnālistika

- intensitāte,
- popularitāte (ieraksta vecums).

Pēc rotācijas noteikumiem, rīta stundās nedrīkst skanēt vairākas lēnas dziesmas pēc kārtas, naktī jāizvairās no pilnas struktūras ātro dziesmu pārpilnības. Formātā AC ievēro vairāk rotācijas kritērijus, kas ir atkarīgi no dziesmu popularitātes:

- populārākās dziesmas – 10 hiti, no kuriem trīs četrus atskaņo katrā stundā. Rotāciju izkārto tā, lai nākamajā dienā dziesma neskanētu tajā pašā stundā. Pilnas rotācijas laiks, kad izskan viss desmitnieks, ir aptuveni trīs stundas. Pēc tam dziesmas atkārtojas. Hitus atlasa katru nedēļu, izpētot situāciju mūzikas tirgū. Iekļaujot programmā jaunus hitus, uzmanīgi jāseko auditorijas reakcijai. Parasti vērtēšana notiek fokusa grupās – 10–12 auditorijas pārstāvju klātienes diskusijā ar moderatoru;
- pašreizējās (*currents*) – pārējās 15–20 populārās dziesmas. Atskaņo divas dziesmas stundā;
- aizejošās – pēdējo trīs gadu nozīmīgākie hiti. Parasti stundā iekļauj divas – četras šādas dziesmas;
- zelta hiti – dziesmas, kuras bija populāras pirms 3–10 gadiem. Stundā skan divas trīs dziesmas, tās atkārtō pēc divām trim dienām un rotē dienas stundās;
- zelta fonds – tās ir pārējās vecās dziesmas. Stundā atskaņo vienu divas;
- *oldies* – visi hiti sākot ar piecdesmitajiem gadiem. Stundā izmanto vienu – trīs dziesmas.

Papildu klasifikācijas kritēriji ir vīrieša / sievietes balss; solists / grupa; valoda; instrumentāla / vokāla kompozīcija. Precīzu rotāciju sastāda ar datorprogrammām.

Ētera balss stils

Programmas vadītājam (dīdžejam, moderatoram, diktoram) arī jāatbilst izvēlētajam formātam. Ētera cilvēki veido formātu ar savu balsi un runas manieri, kas ir pakārtoti mūzikas stilam un mērķa auditori-

jas gaumei. Klasisko mūziku nedrīkst pieteikt impulsīvs, ātri runājošs didžejs, bet akadēmiskam diktoram nav vietas rokmūzikas formātā. Formāts nosaka, cik daudz drīkst runāt ēterā, pieteikt dziesmas vai ne. Sīkāk par to stāstīts nodaļā «Balss».

Mūzikas formāti

Formāta izvēle ir atkarīga no potenciālās auditorijas lieluma un reklāmas tirgus raidīšanas zonā. Lielajās pilsētās var pastāvēt vairākas šauri specializējušās radiostacijas, taču, samazinoties iedzīvotāju blīvumam, samazinās arī formātu skaits.

Latvijā kā formātradio tika dibināti «Radio Rīgai 106,2» un *Super FM*, pārējie sākumā raidīja «visiem par visu». Piemēram, «Radio Skonto» ceturtdienās pārraidīja pilnus operu ierakstus. Programmas vadītājiem vienā raidstacijā bija atšķirīgi temperamenti un runas manieres: no mierīgi intelligentajiem līdz agresīvi ekscentriskajiem. Pēc neveiksmīgajiem mēģinājumiem aptvert visu auditoriju Rīgas komerciālās raidstacijas tomēr izvēlējās noteiktu mūziku un programmas izkārtojumu – galvenokārt AC formātu.

Top 40, Current Hit Radio, Contemporary Hit Radio, European Hit Radio atskaņo tikai šobrīd populārākās dziesmas un reizēm arī dažas vecas. Tas ir pats pirmais formāts, ko 1955. gadā ieviesa kāda nepopulāra raidstacija Nebraskas štatā, pamatojoties uz četrdesmitajos gados iecienīto *Hit Parade* radio, kurš atskaņoja populāro mūziku bez īpašas konsekvences. Drīz vien formāts nodrošināja pirmo vietu radio reitingu tabulā. Kā stāsta leģenda, izgudrojuma pamatā bija ikdienišķs novērojums – diskžokejs pamanīja, ka kafejnīcas maksas mūzikas automātos apmeklētāji pasūtīja vienas un tās pašas dziesmas – hitus.

Sešdesmitajos gados formāts bija modificēts: paātrinājās temps. Rotācija bija ļoti ātra: dziesma – džingls – dziesma – laika ziņas – džingls. Auditorijas vecums – 12–24 gadi, gandrīz puse bija jaunāka par 20 gadiem. ASV tagad dažu *CHR* paveidu klausītāji ir pārsvarā 12–34 gadus jauni (76 procenti). Mūsu «Eiropas hitu radio» (EHR) 40 procenti ir 12–17 gadu jauni un vēl 32 vecumā no 18–24.

Atvasinātais *CHR* formāts ir mierīgāks un konservatīvāks, akcentējot mūsdienu hitus, tāpēc tas piesaista gados jaunāku auditoriju, bet *Top 40* iekļauj arī «vecos labos gabalus», tāpēc auditorija mazliet vecāka. Dīdžeji ir enerģiski, bet runā maz, darbojas likums «apklusti un spēlē mūziku». Ziņu pārraižu vai nu nav vispār, vai arī tās ir ļoti īsas. *EHR* spēlē Eiropā populāro mūziku.

Adult Contemporary («Mūsdienu mūzika pieaugušajiem») formātu ir grūti definēt viennozīmīgi. Daži radio liek akcentu uz mūsdienu hitiem, citi uz pagājušā gadsimta 60.–70. gadu mūziku. Eiropas *AC* spēlē franču, itāliešu, vācu mūziku. Katrā gadījumā mūzika nav nedz pārāk maiga, nedz agresīva. Programmu vadītājiem ir nobriedušas, siltas balsis un personificēta runas maniere. *AC* izvairās no pārlielas runāšanas: moderatori nolasa īsas ziņas, sludinājumus, servisa informāciju, bet dziesmas nepiesaka un netulko. *AC* ir izplatītākais formāts, jo sasniedz visplašāko vecuma grupu – no 25 līdz 55 gadiem. Šajā vecumā cilvēki paši pelna naudu un tāpēc ir pievilcīgi reklāmdevējiem, kas formātu padara komerciāli īpaši izdevīgu.

AC paveids *Hot Adult Contemporary* (*HAC*) ir domāts jaunākai auditorijai, tas atskaņo progresīvo *AC* un konservatīvo *CHR* mūziku, iekļaujot jaunākās mūzikas kompozīcijas. *HAC* ir izveidojies pēc tam, kad 1995. gadā *Top 40* formātā bija iekļauts reps, kas varēja nepatikt daļai auditorijas. *HAC* atskaņo jauno popmūziku, izņemot repu un hip-hopu. *Soft AC* formāta auditorija ir mazliet vecāka, šeit skan mierīgākas, melodiskākas un ne tik jaunas kompozīcijas.

Album Oriented Rock (*AOR*) izveidojās kā alternatīva pārāk sakārtotam un dinamiskam *Top 40* formātam. Vēlmi atbrīvoties no ierobežojumiem pauž jau pirmā *AOR* paveida nosaukums – *Freeform Rock*. Šie radio spēlēja vairākas dziesmas no viena albuma, turklāt dīdžeji tās izvēlējās pēc savas gaumes. Tas noveda pie auditorijas zaudējumiem, jo ne vienmēr programmas saimnieka gaume sakrita ar klausītāju vēlmēm. Brīvā forma padarīja radio mazāk paredzamu klausītājiem.

Brīvās formas paveidi ir arī citi sociāli aktīvās mūzikas formāti. 1966. gadā Ņujorkā dibinātais Progresīvais radio vēlējās izcelt atšķi-

ribu un atteikties no visa ierastā, ļaujot tam kļūt par kontrkultūras sastāvdaļu. *Underground* stacijas pauda viedokļus, kas bija pretrunā ar vispārpieņemto domāšanu Vjetnamas kara, seksa un narkotiku jautājumos. Šīs stacijas dēvēja arī par *Acid Rockers*, jo tās akcentēja mūziku, kas saistīta ar psihedelisko narkomānijas kustību.

Mūsdienā *AOR* maz atgādina priekštečus, formāts ir atteicies no brīvās formas un ieviesis stabilāku programmu. No nosaukuma var noprast, ka šīs stacijas atskaņo vairākus albumus, 3–6 viena izpildītāja vai vienotas tematikas dziesmas pēc kārtas. *AOR* spēlē mūziku bez moderatora iejaukšanās. Moderatori ir vitāli, bet ar zemāku un klusāku balsi nekā *AC* formātā. Ir obligātas labas zināšanas mūzikas jomā. Auditorija parasti ir vecuma grupā no 18 līdz 34 gadiem. Latvijā *AOR* formāta elementi tika izmantoti, sastādot Latvijas Radio 2 programmu 90. gadu sākumā, pirms tā pārtapa par latviešu šlāgermūzikas kanālu.

Pink Floyd un *Foreigner* ir tipiskas šā formāta grupas, arī skaņdarbi tām ir daudz garāki, atbilst *AOR* īpatnībām.

Klasiskais roks un *Oldies* atskaņo tikai 20. gadsimta 50.–70. gadu mūziku. *Oldies* programmu veido rokenrols, popmūzika un kantri, savukārt 70. gadu rokmūzikas kompozīciju izmantošana tuvina to klasiskā roka formātam. Abi formāti arvien mazāk piesaista reklāmdēvējus, jo auditorija, kurai šī ir jaunības gadu mūzika, noveco. Savulaik šī paša iemesla dēļ popularitāti zaudēja *Big Band* (džeza orķestri) un *Standards* formāti, kas atskaņoja 30.–50. gadu mūziku. Tagad *Arbitron* savos auditorijas mērījumos iekļauj *Oldies* grupā arī formātus *1980s Hits*, *Classical Hits*.

Klasiskās mūzikas stacijām ir neliela, bet uzticīga auditorija. Bieži, īpaši sabiedriskajās raidorganizācijās, klasikai ir brīvās formas programma, kuras saturu nosaka pats vadītājs. Klasikai ir jā rūpējas par dažādību, nevis par garastāvokli un programmas tempu. Dažas programmas daļas var būt tematiski sakopotas, bet parasti mūzika mainās bez kādas loģiskas secības. Arī mūzikas atlases principi var būt ļoti atšķirīgi. Dažas stacijas spēlē tikai populāro, labi pazīstamo klasisko mūziku – klasisko topu, kas mainās katru nedēļu. Šīs komerciālās

raidstacijas orientējas uz plašu auditoriju. Nekomerciālās var atļauties smalki izvēlētu akadēmisku mūziku. Latvijas Radio «Klasikas» pieeju raksturo rubriku nosaukumi: «Mūzika bezbailīgajam klausītājam», «Savējiem, kas sapratīs», «Mūzika dažiem draugiem». Klasiskās mūzikas formātā ir iespējams iekļaut arī teksta raidījumus, literatūras lasījumus.

Klasiskās mūzikas stacijās diktori ir programmas pieteicēji, nevis ētera personas. Viņu uzdevums ir nosaukt skaņdarbu, autoru un interpretētājus, dažreiz arī komentēt skaņdarba tapšanas vēsturi, nozīmi, saturu. Atkāpes ir pieļaujamas rīta stundā, kad klausītājs gaida vairāk īsas informācijas. *France Musique* diktori biežāk sarunājas ar klausītājiem tieši no rīta, nolasa ziņas, citu derīgu informāciju. Savukārt Parīzes *Radio Classique* mērķa auditorija ir ekonomiski aktīvie cilvēki, tāpēc no rītiem un vakaros šeit skan finanšu un ekonomikas ziņu apskati. Diktoru balsis klasikas formātā skan akadēmiski, uzruna ir sarežģīta.

Opus radio – Zürich programmas shēma

- 6.00–9.00 *Allegro* (pazīstama, populāra mūzika, dienas informācija)
 - 9.00–12.00 *Corso* (rīta simfonija)
 - 12.00–14.00 *Gusto* (pusdienlaika koncerts)
 - 14.00–17.00 «Promenāde» (tematiskie raidījumi, kas veltīti komponistiem, skaņdarbiem, laikmetiem)
 - 17.00–19.00 *Serata* (vakara žurnāls ar mūzikas dzīves apskatu, intervijām un informāciju)
 - 19.00–21.00 *Concerto* (klasiskais koncerts)
 - 21.00–24.00 *Opus-Phon* (mūzika pēc klausītāju lūguma)
 - 24.00–6.00 *Noctirne*
- Ziņas plkst. 6.00, 7.00, 8.00, 9.00, 10.00, 12.00, 14.00, 17.00, 18.00, 19.00, 21.00, 24.00.

Adult Standard ir samērā jauna formātu grupa, kurā tiek iekļauti kādreiz izteiktie formāti *Beautiful Music*, *Easy Listening*, *Variety*, *Big Band*, *Nostalgia*. Tie ir konservatīvi formāti, orientēti uz gados vecāku auditoriju (puse ir virs 65 gadiem), tāpēc moderatoriem ir patīkamas, elegantas balsis un ārkārtīgi rūpīga dīkcija. Atskaņo vieglo mūziku, populāro melodiju orķestrējumus.

3. tabula. Formātu veidošanās ASV, 1950–1990

Līdz 1950	1950	Līdz 1960	Līdz 1970	Līdz 1980	Līdz 1990
Pilna programma	<i>Top-40</i> <i>Beautiful music</i>	Ziņu Sarunu	<i>AC</i> <i>AOR</i>	Deju roks <i>Soft AC</i>	<i>Rap</i> <i>Hip-hop</i>
Klasiskā mūzika		Ziņu / sarunu <i>Freeform</i>	Vieglā mūzika <i>Country</i>	<i>Top 40</i> <i>Urban</i>	<i>Adult Urban</i> <i>Contemporary</i>
<i>Hit parade</i>		Džezs	<i>Urban country</i>	<i>contemporary</i>	
Reliģija		Pasūtījumu koncerts	<i>Mellow rock</i>	<i>Electric rock</i>	
Afroamerikāņu / <i>Rhythm&blues</i>		<i>Oldies</i>	Disko	<i>Sports</i>	
Spāņu		<i>Variety</i>	Angļu roks <i>New Age</i> Sabiedriskais	<i>Comedy</i> Viss par motivāciju Viss par <i>The Beatles</i> <i>Classic hit</i> Klasiskais roks <i>Viriešu AC</i>	

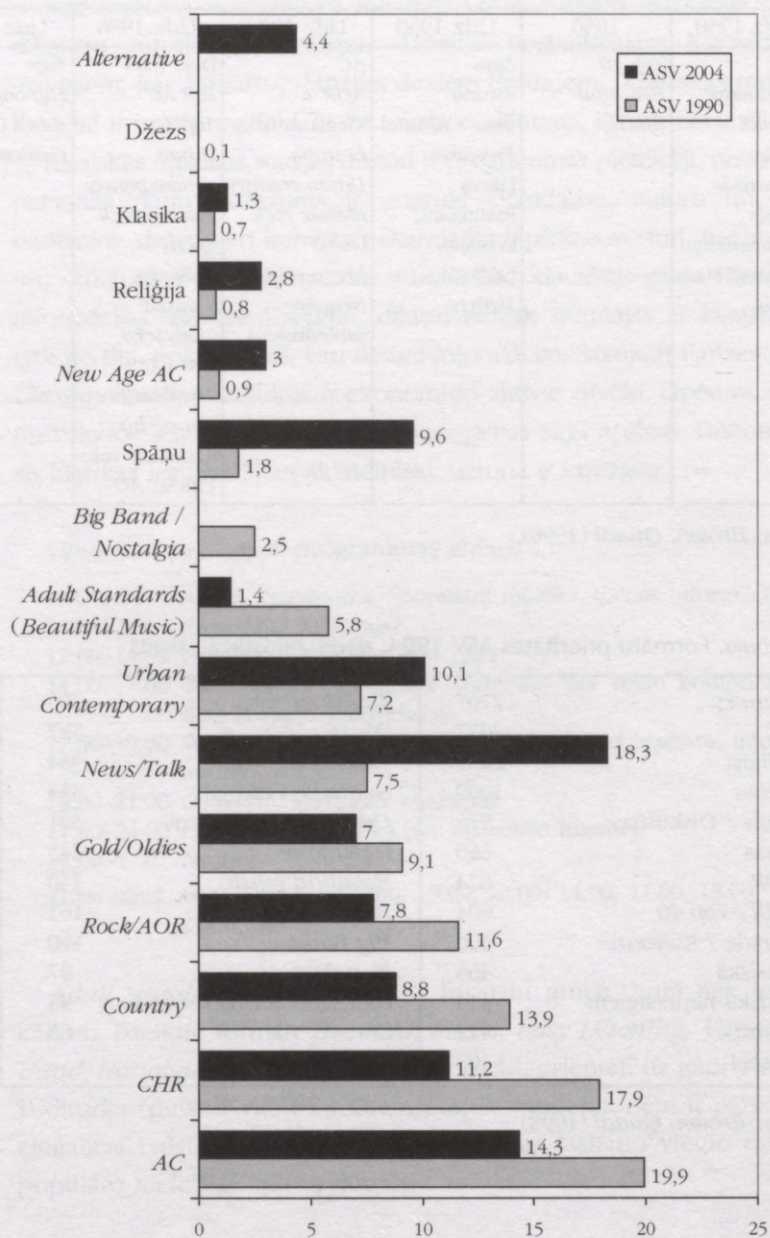
Avots: Brown, Quaal (1998)

4. tabula. Formātu prioritātes ASV 1994. gadā, raidstaciju skaits

<i>Country</i>	2767	Klasiskais roks	406
<i>AC</i>	2077	Džezs	387
Reliģija	1227	<i>Talk-show</i>	384
<i>Oldies</i>	1009	Nenoteikts formāts	334
Ziņas / Diskusijas	975	<i>Urban contemporary</i>	301
Ziņas	660	Izglītojošie	245
<i>AOR</i>	624	<i>Beautiful music</i>	240
<i>CHR / Top 40</i>	604	<i>Black</i>	161
Estrāde / koncerti	506	<i>Big Band</i>	160
Klasiskā	465	<i>Nostalgia</i>	97
Mūzika neprasīgiem	414	Lauksaimniecība fermeriem	95
Spāņu	412	Citi	65
<i>Gospel</i>	408		

Avots: Brown, Quaal (1998)

20. attēls. Formātu popularitāte ASV 1990. un 2004. gadā, %



Avots: Arbitron

Alternatīvie formāti arvien populārāki kļūst ASV. Tos klausās sociāli aktīvā auditorija no 18 līdz 44 gadiem (65 procenti no to auditorijas).

Adult Album Alternative spēlē aktuālo mūziku, orientējoties uz pieaugušo, nevis tiņu gaumi: roks, modernais roks, blūzs, pasaules mūzika, *folk-rock* un *country-rock*.

Adult Alternative atskaņo hitus pieaugušo auditorijai: roks, pop-mūzika, *country-rock*, *folk-rock* un blūzi.

Jaunie formāti veidojas arī ārpus ASV. Krievijā ir radīts formāts *Шансон*, kurš atskaņo padomju laikā neoficiālās dziesmas: autordziesma (*бардовская*), tā dēvētā pilsētas romance un lēģeru dziesma (*лагерная, блатная*) (*Бубукин* N.D.). Latvijas Radio otrās programmas muzikālo pamatu veido šļāgeri ar sentimentāliem tekstiem par mīlestību un cilvēku savstarpējām attiecībām un ar vienkāršu mūzikas pavadījumu. Dziesmas, pretēji krievu *Шансон* formātam, neskar sociālo tematiku. Vadišanas stils ir sentimentāls un salkans. LR2 arī ir oriģināls formāts.

5. tabula. Arbitron definētie formāti 2005. gadā

<i>80s Hits</i>	<i>Active Rock</i>	<i>New AC (NAC)</i>	<i>Smooth Jazz</i>
<i>Adult Contemporary (AC)</i>		<i>New Country</i>	
<i>Adult Standards / MOR</i>		<i>News / Talk / Information</i>	
<i>Album Adult Alternative (AAA)</i>		<i>Nostalgia</i>	
<i>Album Oriented Rock (AOR)</i>		<i>Oldies</i>	
<i>All News</i>		<i>Other</i>	
<i>All Sports</i>		<i>Pop Contemporary Hit Radio</i>	
<i>Alternative</i>		<i>Religious</i>	
<i>Children's Radio</i>		<i>Rhythmic Contemporary Hit Radio</i>	
<i>Classical</i>		<i>Rhythmic Oldies</i>	
<i>Classic Country</i>		<i>Soft AC</i>	
<i>Classic Hits</i>		<i>Southern Gospel</i>	
<i>Classic Rock</i>		<i>Spanish Contemporary</i>	
<i>Contemporary Christian</i>		<i>Spanish News / Talk</i>	
<i>Contemporary Inspirational</i>		<i>Spanish Oldies</i>	
<i>Country</i>		<i>Spanish Religious</i>	
<i>Easy Listening</i>		<i>Spanish Tropical</i>	
<i>Educational</i>		<i>Spanish Variety</i>	
<i>Ethnic</i>		<i>Talk / Personality</i>	
<i>Gospel</i>		<i>Tejano</i>	
<i>Hot AC</i>		<i>Urban AC</i>	
<i>Jazz</i>		<i>Urban Contemporary</i>	
<i>Mexican Regional</i>		<i>Urban Oldies</i>	
<i>Modern AC</i>		<i>Variety</i>	

Avots: Arbitron

Informācijas un sarunu formāti

Ziņas, sarunas Eiropā tās ir sabiedriskas raidstacijas (bijušais valsts radio), kuras visu diennakti pārraida tikai ziņas, komentārus, dokumentālās radiofilmas, diskusijas, telefonprogrammas. Komercrio Eiropā nelabprāt pievēršas šim formātam, jo stacijas uzturēšana ir divreiz dārgāka nekā mūzikas formātam. Toties ASV arī komercdarbība šajā jomā ir izdevīga, jo klausītāju interese par šādu formātu pieaug. 1974. gadā ASV bija 68 ziņu raidītāji, bet pēc divdesmit gadiem – 660, un vēl 975 stacijas izmantoja jaukto ziņu / sarunu formātu. 2004. gadā ziņu / sarunu formātu radio reitings Amerikā bija visaugstākais – 18 procentu.

Teksta formātu auditorija ir vecāka par 30 gadiem. Parasti izmanto vidējo viļņu diapazonu, kurš skaņas kvalitātes ziņā nav labs mūzikas raidīšanai, toties nodrošina lielāku signāla pārklājumu. Daudzas ziņu stacijas raida blokos pa 15–20 minūtēm, uzskatot, ka klausītāji pievēršas medijam tikai uz šo laiku. Katrā blokā ir iekļauta ziņu pārraide, laika ziņas, sporta informācija un rubrikas, piemēram, reportāža, ekonomika, finanses, kultūra, kino jaunumi, aktuālā intervija. Rubrikas atkārto dienas laikā ik pēc divām trim stundām. Starp pasaulē pazīstamajām šāda formāta raidstacijām jāmin *BBC World Service*, *France Inter*, *France Info*, *Эхо Москвы*. Pēdējā cenšas būt viedokļa lidere, organizējot dienas laikā aktuālās intervijas un preses konferences tiešajā ēterā. Tajās ir aicināti piedalīties ziņu aģentūru un TV žurnālisti. Preses konferences formāts ļauj televīzijai iztikt ar vienkāršu attēlu («runājošās galvas»), savukārt radio iegūst no vārda pieminēšanas televīzijā.

Radio France Inter rīta programmas struktūra

- 7.00 Ziņas
- 7.17 Rubrika «Kultūra»
- 7.19 «Citiem vārdiem» (komentārs)
- 7.22 Sociālie jautājumi
- 7.25 «Ekonomika šodien»
- 7.29 Laika ziņas
- 7.30 Ziņas

- 7.47 Intervija
- 7.51 Reportāžas no ārzemēm
- 7.55 «Politika šorīt» (komentārs)
- 7.59 Laika ziņas
- 8.00 Ziņas
- 8.17 «Skatieni uz pasauli»
- 8.20 «Tiešais jautājums» (intervija)
- 8.29 Laika ziņas
- 8.30 Preses apskats
- 8.41 Eiropas preses apskats
- 8.45 «Dienas vārds» (komentārs)
- 8.50 «Jautājiet – mēs atbildam»

Radio Эхо Москвы rīta programmas struktūra

- 7.00 Ziņas, laika ziņas
- 7.06 Sporta kurjers
- 7.09 Ekonomikas un biznesa ziņas
- 7.12 Krievu valodas pareizrūna
- 7.15 Ziņas īsumā, laika ziņas
- 7.17 Reklāma
- 7.19 Preses apskats
- 7.23 Programmas reklāma
- 7.25 Replika par aktuālu dienas tematu
- 7.28 Meteoskops (plašākas laika ziņas)
- 7.30 Ziņas
- 7.36 Sporta kurjers
- 7.38 Tava māja (nekustamais īpašums, mājas remonts u. c.)
- 7.42 Īsi un skaidri (replikas turpinājums: dienas notikuma fona informācija un iesaistīto pušu viedokļi)
- 7.45 Ziņas īsumā, laika ziņas
- 7.47 Reklāma
- 7.49 Preses apskats
- 7.53 Tikai šodien (izklaide, atpūta, kultūras afiša)
- 7.56 Braukšanas josla (satiksmes ziņas)
- 7.58 Meteoskops (plašākas laika ziņas)

Etniskās raidstacijas raida ziņas un sarunas, kas saistās ar minoritātes specifiskajām problēmām mītnes zemē, ka arī vairāk informācijas par norisēm etniskajā dzimtenē. Programmā skan mūzika dzimtajā valodā. Raidījumu valoda bieži ir jaukta: gan minoritātes, gan mītnes zemes.

Pilna programma. Formāts ir raksturīgs sabiedriskajam radio, kas atskaņo mūziku, ziņas, diskusijas, dramaturģiju. Programmas veido darbdienu un brīvdienām. Atskaņotā mūzika pārstāv visai plašu stila paleti, svarīgi, lai mūzika būtu laba, kvalitatīva un interesanta. Formāts vairāk informē un izglīto, nevis izklaidē. Pastāv šādi sabiedriskā radio paveidi (*Pringle et al.* 1995: 318):

- klasiskās un lietišķās mākslas formāts – programmā ietver klasiskās mūzikas pārraides un reizēm arī koncertu translācijas;
- džeza formāts – pārsvarā raida džeza mūziku;
- ziņu un sabiedrisko aktualitāšu formāts – formāts var būt lokāls un nacionāls. Galvenais uzsvars tiek likts uz ziņu pārraidēm un sabiedriski nozīmīgu tematu apspriešanu;
- sabiedrības apkalpošanas un sabiedriskās piekļūšanas formāts – pārsvarā šo formātu raida lokāli, nodrošinot vietējo informāciju un iespēju brīvi diskutēt par kopienas problēmām;
- eklektiskais formāts – to izmanto vairākums sabiedrisko radiostaciju, kas piedāvā daudzveidīgu saturu dažādu auditoriju interesēs;
- dubultais formāts – ziņas un informācija mijas ar kāda mūzikas stila skaņdarbiem (piemēram, džezs vai klasika);
- formāts, kas ar *Adult Contemporary* mūziku cenšas piesaistīt gados jaunāko auditoriju.

ASV Klivlendā lokālā sabiedriskā radio programmas struktūra

- 6.00–9.00 *Morning Edition* (Nacionālā sabiedriskā radio PBS ziņu raidījumi un vietējā informācija)
- 9.00–12.00 *Global Village* (pasaules mūzika, Nacionālā radio ziņas, īsas intervijas, reportāžas)
- 12.00–13.00 *P/X* (klausītāju izvēlētā mūzika)
- 13.00–16.00 *Free Radio* (alternatīvā mūzika, intervijas, reportāžas, ziņas)
- 16.00–17.00 *Fresh Air* (intervija tiešajā ēterā)
- 17.00–18.30 *All Things Considered* (Nacionālā radio PBS informatīvā programma, vietējās ziņas)
- 18.30–19.00 *Evening Journal* (vietējo ziņu pārraide)
- 19.00–20.00 *Rhythm Revue* (ritma un blūza vēsture)
- 20.00–22.00 *The World Cafe* (alternatīvais roks, mūsdienu folks un pasaules mūzika)
- 22.00–1.00 *Echoes* (pasaules un eksperimentālā mūzika)
- 1.00–6.00 *BBC World Service* retranslācija

Pilnas programmas formāti lieto īpašas programmēšanas stratēģijas, kas palīdz uzvarēt cīņu ar konkurentiem, to skaitā ar televīziju. Sastādot programmu, ievēro citu elektronisko mediju piedāvājumu šajā pašā laikā. Par spīti televīzijas popularitātei, radio var sacensties arī ar to. Vakara stundās divu mediju auditorijas profili ir atšķirīgi. Televīzija orientējas uz masu auditoriju, pievēršas populārajiem žanriem. Bet radio šajā laikā varētu piesaistīt to auditoriju, kura neskatās izklaidējošos raidījumus, bet meklē informāciju, zinātniski populāro saturu, nopietnas diskusijas. Cilvēki, kas strādā vakaros (studenti, inteliģence, darījumu cilvēki), arī papildus var klausīties tikai radio, kas prasa mazāk uzmanības. Programmēšanas stratēģiju veidi:

- līdzīga programmēšana – raidījums, kas ir domāts tādai pašai auditorijai kā konkurējošās stacijās.
- pretprogrammēšana – veido raidījumus, kas ir domāti atšķirīgai auditorijai (ziņas vienā kanālā un bērnu raidījums otrā).
- horizontālā – ieplāno vienu raidījumu katru dienu vienā laikā parasti no pirmdienas līdz piektdienai (ziepju opera, tematiskais žurnāls). Ļauj auditorijai izveidot stabilu paradumu.
- dambretes galdiņš – dažādi raidījumi katru dienu vienā laikā.
- bloks (vertikālā) – līdzīgam auditorijas sastāvam domāto raidījumu secība divu vai vairāku stundu garumā.

Brīvdienās programmu atslogo no informācijas, skan vairāk mūzikas, konkursi un citi raidījumi, kuros klausītājus iesaista ar telefona starpniecību.

Formātu auditorija

Pārklāšanās. Klausītājam dažādi formāti papildina cits citu. Parasti klausās divas trīs raidstacijas, ceļojot starp dažādiem mūzikas stiliem. Dati par ASV radio liecina, ka visuzticīgākā auditorija ir formātam *Oldies* – vismazāk pārslēgumu uz citiem raidītājiem, galvenokārt uz *Country* un Klasisko roku. Visnenoturīgākā auditorija ir *CHR* formātam. Ziņu / sarunu formātu klausītāji biežāk noskaņojas uz *Big Band*,

6. tabula. Formātu pārklāšanās, ASV, 90. gadi

Formāts	CHR	Urban	Classical Rock	Soft Rock	Oldies	Country	MOR	Big Band	Talk
CHR	100	41	41	41	27	17	19	8	14
Urban	26	100	17	14	9	6	5	2	7
Classical Rock	26	17	100	29	24	16	10	2	5
Soft Rock	17	9	19	100	13	8	11	5	5
Oldies	7	4	10	8	100	11	6	6	8
Country	9	5	14	11	23	100	15	13	15
MOR	19	8	16	27	22	27	100	58	54
Big Band	4	2	2	6	11	12	29	100	29
Talk	6	4	3	4	13	11	21	22	100

Middle-of-the-Road (MOR) un *Oldies* radio. Visu formātu auditorija ir vecāka par 35 gadiem.

Vecuma grupas. Formātu popularitāte atšķiras dažādās vecuma grupās. *Arbitron* pētījums ASV 1997. gadā liecina, ka 12–17 gadu vecu klausītāju vidū izteikti populāri bija *Top 40* (28%), *Urban* (22%), uz pusi mazāk klausījās *Modern Rock*.

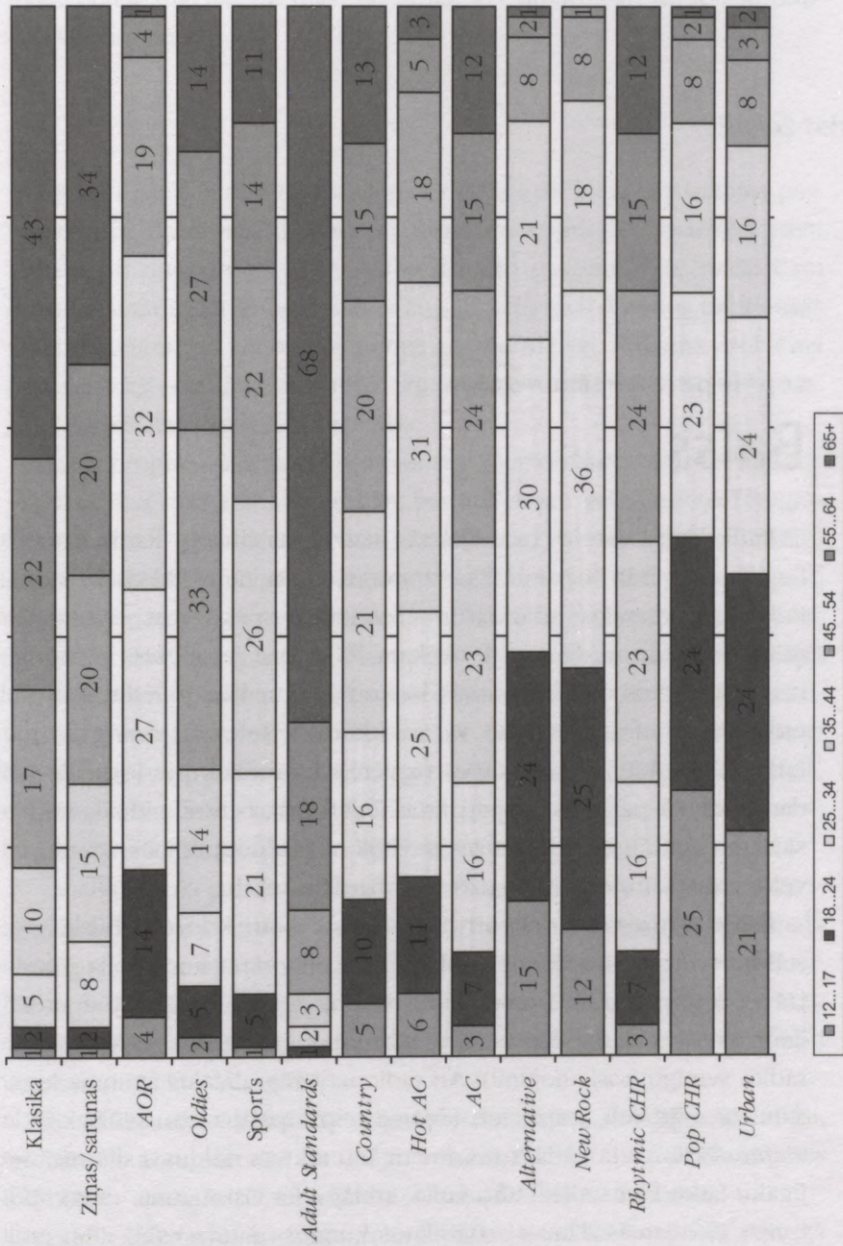
18–24 gadu vecuma grupā lideris bija *Top 40* (18%), formātiem *Urban*, *AC*, *AOR* deva priekšroku vairāk nekā 10 procentu šīs auditorijas katram.

25–34 gadus jauno cilvēku vidū sevišķi populārs bija *AC* (17%), pa 10 procentiem klausījās *AOR*, *Country*, *Top 40*.

Vecuma grupā 35–44 gadi izteikti populārs bija *AC* (17%), bet *Ziņas / Sarunas* un *Country* klausījās pa 10 procentiem no šīs auditorijas.

Patlaban «visjaunākie» formāti ir *Pop CHR* un *Urban Contemporary*. Sociāli visaktīvākā vecuma auditoriju sasniedz *AC*, *New Rock*, *Alternative*, *AOR* formāti. *Adult Standards* ir izteikti pensionāru radio (skat. 7. tabulu).

7. tabula. ASV formātu auditorijas vecuma struktūra



Avots: Arbitron, rudens 2004

septiņpadsmitā nodaja

Balss

Radio dzird daudzi, taču klausās tikai viens cilvēks. Radio ir mērojis ilgu ceļu līdz šī paradoksa izpratnei. Autoritārās valstis izmantoja radio propagandas nolūkos, akcentējot tā spējas rast emocionālo saikni ar masu auditoriju. Pirmskara PSRS bija ierobežots personīgo uztvērēju skaits, radio klausījās laukumos, kur bija izvietoti skaļruņi, radot mītiņa efektu. Nacistu Vācijas likums noteica, ka svarīgāko pārraižu laikā (mītiņu translācijās) uztvērējs ir jānoliek pie loga. Pūlis ir daudz vairāk pakļauts propagandas iedarbībai, bet individuālam klausītājam raksturīga kritiska uztvere. Pūli indivīdu «aplipinās» ar citu cilvēku emocijām, nekritiski uztverot dzirdēto tekstu.

Radio ir masu medijs, un it kā loģiski būtu kopēt publiskās uzstāšanās oficiālo manieri. Pirmskara *BBC* diktoriem studijā bija jāuzstājas vakartērpos. ASV komercradio vadība prasīja programmu vadītājiem ierasties darbā frakās, un arī studijas bija grezni dekorētas, lai radītu svinīgu noskaņojumu. Arī radiouztvērēju dizains atainoja lepno stilu: tie bija lieli, grezni un ieņēma telpā īpašu vietu, gluži kā klavieres. 1931. gadā kāds jauns amerikāņu diktors nokļuvis slimnīcā un, ilgāku laiku klausoties radio gultā, atklājis, ka visi uzrunā «radio auditorijas cienījamās dāmas un godātos kungus» daudzskaitlī. «Bet radio taču nav teātris – klausītājs sēž mājas čībās!» – atzina slimnieks. At-

sākot darbu radio, viņš mainīja sarunas manieri – kļuva vienkāršāks, neakcentēja dikcijas normas. Drīzumā ASV atteicās arī no tobrīd obligātās britu izrunas.

Runas tehnika

Pirmā reize pie mikrofona vienmēr ir liels un bieži nepatīkams pārdzīvojums. Balss pazūd, rindiņas saplūst acu priekšā. Izdzirdot savu balsi no malas, uznāk vēlme pamest radio pavisam. Mēs nedzirdam savu balsi tādu, kā to reāli uztver citi. Iesācēji sakož zobus un klausās savu balsi ierakstā vēl un vēl, kamēr pierod pie tās. Nākamā problēma rodas studijā –, kur šķiet, ka diktora priekšnesumu neviens neklausās. Zūd sazināšanās procesa iespauks.

Katrs programmas vadītājs atrod sev piemērotāko izeju no situācijas. Daži iztēlojas kādu paziņu vai pat noliek sev priekšā viņa fotogrāfiju un runā, iedomājoties viņa reakciju, citi cenšas iejusties raidījumam atbilstošā emocionālajā situācijā. Vadot rīta raidījumu, ir grūti koncentrēties, pārvarēt fizisko nogurumu pašam un pamodināt balsi, emocijas. Studijas gaisotne, ne pārāk spilgtā gaisma spēj mobilizēt runātāju vienīgi «naksnīgām» intonācijām. Bet klausītājiem aust rīts, cilvēki sāk rosīties, un no studijas to, protams, nevar redzēt. Mēģiniet atcerēties, ko un kā jūs darāt agrajā rītā, iejūtiēties šajās emocijās, uzmundriniet sevi. Iedomājieties cilvēkus, kuri klausās jūsu balsi: viņiem jāpieceļas no gultas, viņi vingro, brokasto, steidzas.

Žestikulēšana palīdz iedzīvoties lomā – emocionāls žests parasti padodas labāk nekā intonācija, taču tas spēj atraisīt vārdu. Svarīga detaļa ir tērps: atcerieties par 20. gadu frakām un formālo radio runu; savukārt – jo brīvāks tērps, jo brīvāka valoda. Pavērojiet, kā jūs sēžat: cilvēks, kas cenšas aizņemt lielāku telpu, ir drošāks. Nedrošie cilvēki saraujas, sēž krēsla maliņā.

Sevis klausīšanās austiņās pārraides laikā ļauj dzirdēt reālo balsi, palīdz to kontrolēt un vadīt. Ja reizēm runājot pazūd diafragmas elpošana, austiņās tūliņ pamanīsiet balss kvalitātes zudumu.

Vairāk laika aizņem runas tehnika izkopšana. Ir jānostāda pareizā elpošana un skaņu artikulācija. Dabiska ir elpošana ar diafragmu, taču

uztraukumā mēs to zaudējam, ieelpojām maz gaisa un tāpēc nevarām norunāt garākus teikumus. Trenīnam nostājieties ar muguru pret sienu, iespiediet dūri vēderā. Elpojot izspiediet dūri – tas nozīmē, ka strādā vēdera muskuļi, tātad ir diafragmas elpošana. Pleci nedrīkst kustēties.

Par skaņu artikulāciju atbild mēle, lūpas un apakšžoklis. Visur jābūt aktīvai kustībai. Lūpu trenēšanai paņemiet starp zobiem zīmuli vai vīna pudeles korķi. Tagad zods nemaz nekustas un runas skaidrību var panākt, tikai intensīvi kustinot lūpas. Zoda trenēšanai saņemiet to ar pirkstiem un mēģiniet kustināt. Tiklīdz jūs varēsiet to izdarīt ar pirkstiem, muskuļi būs atbrīvoti.

Artikulācijas trenēšanai izmantojiet ātrrunas un lasiet uzrakstītu tekstu ar dažādiem ātrumiem un intonāciju. Vairākas reizes lasiet ļoti lēni, velkot katru patskani, pārspilējot izrunu.

Daži elpošanas vingrinājumi pirms pārtraides vai pārtraukumos uzlabos asinsriti, atbrīvos mazliet aizsmakušu «rīta» balsi. Jau pieceļoties trenējiet izrunu – skaļi noskaidrojiet ātrrunas un kādu dzejoli. Vienā elpas vilcienā atkārtojiet ātrrunas: «Šaursliežu dzelzceļš», «Bikli, klibi, klibi, bikli», «Šis žagaru saišķis ir mans žagaru saišķis».

Dažas runātāju problēmas var atrisināt mikrofonu. Ja ir problēmas ar eksplozīvajiem līdzskaņiem, nevajag lietot dinamiskos mikrofonus. Mikrofonam ieteicams uzmaukt porolona skaņu filtru. Runājot nav ieteicams mainīt attālumu no mikroфона, ja vien speciāli nav jārada attālināšanās efekts. Parastais lūpu attālums no studijas mikroфона ir apmēram 15 cm.

Ar balsi jāiemācās strādāt, tās iespējas ir jāatklāj un jānostiprina. Vispirms jātiek vaļā no sasprindzinājuma un bailēm no publiskuma. Ieteikums ir ļoti vienkāršs – lai tekstu lasītu skaļi un droši, ir jāgrib runāt skaļi un droši. Vingrināties šādi: paņemiet kādu tekstu – literāro darbu vai avīzes rakstu – un lasiet to, iztēlojoties dažādas situācijas. Vienā gadījumā jūs esat trokšņainā krustojumā un jums ir gandrīz jāklie dz, lai sarunas biedrs jūs sadzirdētu, citā gadījumā viņš atrodas divsimt metru attālumā no jums, bet tagad jūs esat kafejnīcā un starp jums ir tikai galdiņš, un neviens cits nedrīkst dzirdēt jūsu sarunu. Aizejiet uz mežu un skaļi skaitiet dzejoļus.

Slābanu, vienveidīgu, monotoni skanošu balsi var attīstīt, pārspilēti pareizi, skaļi lasot dzejoļus vai prozu. Pārspilējiet un ilgi velciet pat-skaņus. Griezīgas un brēkulīgas balss īpašniekam ir jāpilnveido maigi, klusi toņi. Lasiet mierīgi, melodiski dzejoļus vai prozu. Balss nostādīšana ir jāveic speciālista uzraudzībā. Labs mācību līdzeklis ir radio režisores Antonijas Apeles grāmata «Runas māksla» (1982).

Darbs ēterā

Nelasiet uzrakstīto pie mikrofona, bet stāstiet, it kā sarunājoties ar citu cilvēku, kura nav klāt. *BBC* žurnālists Elvins Evanss dod vienkāršu padomu: «Nepacelt balsi teikuma beigās, nepieņemt samākslotu toni vai speciālu izrunu. Nerunāt skaļāk vai klusāk, lēnāk vai ātrāk nekā parasti. Īsumā – nemēģiniet uzstāties: jūsu parastais runas veids ir labs; ja tas tā nebūtu, jūs neaicinātu darbā radio.» (*Evans* 1977)

Labā balss, interesantas intonācijas un patīkamas manieres vien reizēm pašas par sevi piesaista klausītāja uzmanību. Bet tas palīdz tikai piesaistīt uzmanību – noturēt to var tikai ar saturu. Pirms iet studijā, jāpajautā sev, ko es gribu pateikt, kāpēc es eju studijā? Pārtraidei vienmēr ir jāgatavojas. Nav obligāti rakstīt visu tekstu, pietiek arī ar tēzēm, uzstāšanās plānu. Plāns palīdzēs neaizmirst pateikt svarīgāko un ievērot stāstījuma loģisko secību. Ja teksts ir uzrakstīts pilnībā, nav ieteicams pārāk daudz atkāpties no tā. Improvizācija var izjaukt iepriekš sagatavoto secību.

Vislabākās ir iepriekš sagatavotās improvizācijas. Ilgāka prakse iemāca gatavoties negadījumiem. Kļūdas un starpgadījumi ēterā parasti atkārtojas. Bieži diktori kļūdaini nosauc pareizo laiku, pēkšņi aizmirst kolēģa vārdu, pēc vārdiem «Un tagad laika ziņas» konstatē, ka teksta nav... Iesācēji apmulst un atvainojas «par nelielu tehnisku kļūmi», profesionālis pārvērš to jokā un izlabo ar sagatavoto improvizāciju. Uldim Deisonam reiz gadījās šāda kļūme, kas man lika pat pierēgulēt pulksteni.

Diktors: «Pareizs laiks 11.»

Skaņ «Ziņu» pieteikuma signāls.

Diktors: «Pareizs laiks ir viens. Cik ātri laiks skrien!»

Daudziem istā frāze gan iešaujas prātā, tikai izejot no studijas, kad viss ir jau garām. Šis vēlāk izdomātās improvizācijas jāpieraksta un jāizmanto istajā brīdī. Gan jau situācija atkārtosies.

Tiem, kuri vada programmas tiešajā ēterā, ieteicams neizmantot liftu – reizēm tie mēdz apstāties tur, kur nav izejas durvju. Pēc statistikas datiem, vidēji ik pēc pieciem gadiem Latvijas Radio kāds raidījuma vadītājs, kas strādā tiešajā ēterā un ir izgājis laukā uz dažām minūtēm, iestrēgst liftā. Nav daudz, bet ir ļoti nepatīkami būt nākamajam.

Vairāki radio un televīzijas žurnālisti atzīst, ka viņiem labāk patīk strādāt tiešajā ēterā, jo tas rada radošo stresu. Apzināšanās, ka vēlāk neko nevarēs mainīt un montēt prasa lielāku koncentrēšanos. Darbs šādos stresa apstākļos aktivizē ilgtermiņa atmiņu, proti – vadot programmu tiešajā ēterā, žurnālisti bieži atceras aizmirstas detaļas, vārdus, ko nevarēja atcerēties, rakstot pārraides tekstu.

Tajā pašā laikā stresā pavājinās spēja veikt elementāras darbības: diktori kļūdās, nolasot pulkstenī redzamos ciparus, sajūk nosaukumi tekstā. Profesionālie diktori nekad nesaīsina bieži lietojamus vārdus, kolēģa vārdu pieraksta pilnībā (nevis tikai iniciāļus), uzraksta vienkāršās sasveicināšanās un atvadu frāzes. Prakse rāda, ka tieši tie rada visvairāk kļūdu. Man pašam vajadzēja izslēgt mikrofonu raidījuma laikā, lai pajautātu ētera partnerei, kā viņu sauc, jo nevarēju viņu uzrunāt.

Pirms dodaties studijā, neskrieniet – norausiet elpu; nedzeriet gāzētus dzērienus – uznāks žagas; neēdiet saldumus – gribēsies dzert. Ieskatieties mapē ar materiāliem, kas jālasa ēterā, – vai ir visi teksti? Ja lasot tomēr atklājas, ka teikums tekstā nav pabeigts, improvizējiet, pabeidziet teikumu loģiski. Klausītāji nepamanīs kļūmi, ja raidījums turpināsies ierastajā ritmā, bet pievērsīs uzmanību, ja būs klusuma pauze. Pārbaudiet, vai tekstā nav sarežģītu vārdu, uz kuriem jūs varat «paklupt». Uzrakstiet tos pa zīlēm – būs vieglāk nolasīt. Vai aizvietojiet ar sinonīmu. Vadot tiešajā ēterā sarunu, kad nav jālasa iepriekš sagatavotais teksts, nolieciet sev priekšā lapu ar informāciju, bez kuras nevar iztikt: skaitļi, telefona numurs, intervējamo uzvārdi, sarežģītie vārdi.

Ērti apsēdieties studijas krēslā. Noņemiet visu, kas var radīt troksni (rokassprādzes, pulkstenis, krelles), izslēdziet mobilo telefonu, neņemiet līdz pulksteni ar signālu. Negrozieties krēslā. Galvu augšā, kājas plati, mugura taisna, pleci atbrīvoti; iedomājieties, ka jūs gaida jūsu vienīgais klausītājs, uz lūpām smaids: jūs esat ēterā!

Cilvēks cilvēkam par cilvēku

Par spīti monologa dabai, radio tomēr ir saziņa starp diviem cilvēkiem. Komunikatora personība vienmēr ietekmē informācijas un radiostacijas uztveri. Klausītājs raksturo radio cilvēku ar šādiem vārdiem: uzticība, simpātijas, labvēlība, kompetence. Šo attieksmi visspēcīgāk ietekmē balss un runas maniere. Ikdienā mums ir simpātiskie un mazāk patīkamie paziņas, tāpat klausītāji šķiro radio balsis. Labs vadītājs ir radiostacijas panākumu ķīla, jo vienmēr ir gaidīts ciemiņš. Radio programmu vadītāji ir iedalāmi trīs kategorijās:

- varonis – viņš dara, kā mēs gribam, viņš drīkst atļauties visu. Tieši tādu tēlu sev izvēlas vairākums didžeju – būt agresīvam, uzbrūkošam, lai iekarotu klausītāju. Šis vadītāja tips vismazāk patīk pieaugušajiem klausītājiem;
- antivaronis – tāds, kādi esam mēs paši, vienkāršs un nepārspilēts. Vislabākais tips informatīvo programmu vadīšanai. Klausītājiem patīk, ka runātājs viņus ciena, ievēro viņu intereses;
- mistiska personība. Neparasta balss, der nakts programmām.

Runas stils un valoda ir vienīgie, taču precīzie radio cilvēku raksturu noteicēji. Paklausieties sevi no malas – kurš no runas stiliem jums piemīt:

- izsmalcināts: inteligence, kultūras un gaumes izjūta;
- autoritatīvs: demonstrē svarīgumu un varu;
- ekscentriskis: īpatnis, kurš daudz joko, taču ir ievainojams. Vada ļoti specifiskus raidījumus (spēles);
- sabiedriska: personiska runas maniere, gūst klausītāju uzticību;

- zīnītis: pašpārliecināts un pārgudrs;
- agresīvs: ekspansīvs, enerģisks, ātrs un skaļš;
- fiziski pievilcīgs: simpātiska balss, patīkamas intonācijas.

Meklējot savu stilu, sākumā esiet konservatīvs un nemēģiniet uzreiz tēlot, ieviest ko jaunu. Atturība, runas akadēmisms neļauj izgāzties. Klausieties citus un mēģiniet saprast, kas jums viņos patīk, kas ne. Padomājiet – varbūt tas jums nemaz nepiestāv: jūs esat pārāk nopietns, lai dzītu jokus – vai gluži otrādi – ziņu lasījums izklausās ļoti bērnišķīgs. Vienmēr domājiet par klausītāju. Esat agresīvs nakts stundā? Bet varbūt klausītāji grib mieru? Pagara intervija no rīta? Bet varbūt klausītāji steidzas?

Radio darbinieki lieto dažādus vārdus, lai nosauktu ēterā strādājošo cilvēku: diktors, programmas vadītājs, moderators, didžejs. Atšķirīgiem apzīmējumiem ir sava nozīme, jo tas norāda uz dažādiem uzvedības stiliem, runas manierēm pie mikrofona. Radio balsu pētnieki ir izšķīruši četras dažādas «balsis» (*Brand, Scannell* 1991), kuras var salīdzināt ar mūsu praksē lietotiem apzīmējumiem.

- Standarta balss: «dabiska balss», runā «normālās» situācijās. Tas atbilst sarunu radio moderatora uzdevumiem.
- Didžeja balss: uzbudināta, pastiprināta spēka un ritma balss.
- Autoritatīvā balss: lieto, lai apstiprinātu kompetenci un sarunas formalitāti. Tas atbilst diktora uzdevumiem.
- Empātiskā balss: imitē (iedomātā) klausītāja balsi, lai veicinātu intimitāti vai piekrišanu. Parasti lieto psiholoģiskajās telefonprogrammās un raidījumos, kas ir domāti īpašai auditorijai.

Katram formātam piemīt noteikts programmas vadīšanas stils un ētera balss tips.

AC formātā improvizācijas ir pat liegtas, jo svarīgāka ir mūzikas plūsma. Moderatoram jārunā īsi un nedaudz: laika ziņas, transporta kustība, komentārs par jaunāko filmu vai kultūras jaunumu. Dziļas zināšanas mūzikā nav obligātas, tāpēc arī dziesmas parasti nepiesaka, nekomentē. Jāatceras vienkāršs likums: ja ir šaubas par to, teikt vai neteikt, labāk paklusēt.

Top 40 / CHR staciju didžeji improvizē visvairāk un ir pilnībā iesaistīti mūzikā. Viņiem nepieciešama humora izjūta, jāpārzina formātā iekļautā mūzika, jāsaņem improvizācijas, taču neaizmirstot par robežām. *Rock jock* tipa didžejs informē par mūziķiem un mūziku, runā par dažām tēmām, kuras interesē jauniešus; daudz joko un ir ļoti enerģisks. *Negantais* balansē uz labas gaumes robežas; pēc dažu klausītāju viedokļa, reizēm kļūst aizvainojošs. Viņš programmā izmanto daudz skaņu efektu, zināmā mērā ir ētera huligāns. *Shock jock* šokē. Daži speciāli viņā klausās, lai noskaidrotu, cik daudz viņš atļausies.

Adult standards formātu moderatoriem ir patīkamas, nobriedušas balsis, sevišķi laba dikcija, draudzīga attieksme, jo viņu klausītāji ir vecāki par 35 gadiem.

AOR formātā strādājošiem jāorientējas mūzikā; jāizkopj intīms un sarunai tuvs stils. Jāievēro klausītāju žargons un paradumi, jo melomānu auditorija ir ļoti specifiska.

Ja radiostacijas formāts un stils ļauj runāt, ir jāpadomā – par ko. Bieža pareiza laika nosaukšana dienas stundās, kad dzīves ritms palēninās, ir uzkrītoša. Tāpat nevietā ir vairākas reizes atkārtot datumu, nedēļas dienu. Reiz gadījās dzirdēt šādu uzrunu: «Pareizs laiks ir 23 un 50 minūtes, trešdien, 1996. gada 3. aprīli. Jau pēc desmit minūtēm būs pusnakts, sāksies jauna diena, 1996. gada 4. aprīlis, ceturtdiena.» Neapsveiciet kolēģus dzimšanas dienā un Jaungadā pēc katra kalendāra.

Daži ieteikumi, kurus rosināja novērojumi par mūsu komercradio. Radio runā mutvārdu, bet ne sadzīviskajā sarunvalodā. Tas nozīmē, ka vārdi ir vienkārši, teikumi ir īsi, runa ir tieša, stils nav samākslots. Nerūpīga izruna, kļūdas, neloģiski teikumi, pliekana balss – tas ir tas pats, kas kliba balerīna. Jūsu valoda ir jūsu vienīgais darbarīks, un tā ir jātrenē. Didžejam jārunā ar klausītāju kā ar līdzīgo, nedrīkst runāt ar viņu familiāri un apcelt. Beidzot darbu savās stundās, neatvadieties tā, it kā radio beigtu darbu. Runājiet, ja ir ko teikt. Ja doma ir pazudusi, pabeidziet teikumu un atskaņojiet mūziku. Mūzikai un džingliem nedziediet līdzī, netulkojiet un nekomentējiet tekstu. Nepārtrauciet skaņošo dziesmu. Runājot runājiet, nevis domājiet, ko teikt. Labāk klusēt, bet nestiept «eee», «mmm», «mjāa». Smaidiet – netēlojiet īgnu, pārgurušu zvaigzni un nepamāciet klausītājus.

astoņpadsmitā nodaļa

Skaņas

Radio dēvē par «aklo mediju», jo tas neizmanto redzi. Taču radio izteiksmes līdzekļi – balsis, mūzika, trokšņi – perfekti spēj rosināt iztēli, aicinot klausītāju pašam veidot savu attēlu. Vēstījums iegūst pilnīgu veidolu tikai klausītāja galvā. Veiksme ir atkarīga tikai no žurnālista vai raidlugas režisora prasmes. Bija pagājis laiks, kamēr tika izprastas akustiskā komunikācijas līdzekļa mākslinieciskās funkcijas. Palūkosimies uz radio dramaturģijas attīstības vēsturi.

Raidlugas: tumsā, tuneļos un bedrēs

Pirmā speciāli radio vajadzībām sarakstītā luga, Ričarda Hjūza (*Hughes*) *Danger*, izskanēja BBC ēterā 1924. gada janvārī. To mēdz dēvēt par «aklu» izrādi, jo darbība notiek šahtā, kurā iesprostoti cilvēki. Ilgāku laiku radio attīstību ierobežoja priekšstats par to, ka raidlugu darbībai jānotiek bedrēs, tuneļos vai tumšās istabās. Radio mēģinājis «nospīest» vizuālos tēlus, iedziļinoties cilvēka apziņā. Pēc šāda principa radio lugas rakstījuši V. Gibsons, S. Bekets, H. Pinters. ASV radio panākumus guvis Voltera Gibsona trilleris *The Shadow* (CBS, 1930. gads). Seriāla galvenais varonis ir neredzamais cīnītājs ar noziedzniekiem. Šausminošās balsis, smieklī, jocīgi skaņas efekti,

akustika un mūzika radija iespaidīgu efektu. Seriāls gandrīz 20 gadu skanēja radioviļņos.

Semjuela Beketa pirmajā lugā *All That Fall* (1957) ir skats, kur galvenā varone pēkšņi apzinās, ka apklustot viņa beigs pastāvēt. Radio tā arī notiek – klausītājs personāžu uztver tikmēr, kamēr viņš runā. Beketa lugas varone nokļūst starp cilvēkiem, kuri it kā nepamana viņu. Sieviete pārtrauc klātesošo sarunas, sakot, ka viņas klusēšana nenozīmē, ka viņas nav klāt.

Herolds Pinters lugā *A Slight Ache* (1959) ir mēmais personāžs, kuru savās mājās uzaicina Edvards un Flora. Lugas garumā pats galvenais varonis ne reizi nerunā, bet tiek runāts tikai par viņu, tāpēc klausītājiem rodas iespaids, ka viņš eksistē tikai Edvarda un Floras izdomā.

Frensisa Greja (*Gray* 1981) secinājusi, ka radio lugas tiek iestudētas nevis studijā, bet cilvēku prātos. Šāda pieeja veicināja jaunās prozas attīstību, bet vēl pirms kara daudzus radio montāžas eksperimentus veica Vācijas radio, liekot kopā tekstu, mūziku un trokšņus. Radās jauni žanri: dokumentālā luga, kolāža ar oriģinālu skaņu, *Hoerspiel* – skaņu spēle, *Hoerfolge* – variāciju svīta par kādu tēmu, *Querschritt* – dzejas, prozas un mūzikas kompozīcija.

Mākslinieku meklējumi reizēm pat noveda pie īstenības un izdomājuma jaukšanas. Kā skanošajā materiālā izdomāto nošķirt no reālā? 1924. gadā Francijā aizliedza lugu *L'impartial Français*, jo tajā mākslas nolūkos izmantoto SOS signālu glābšanas dienestī uztvēra kā īsto. ASV radio eksperimenti aizgājuši tik tālu, ka Orsona Velsa iestudētais H. Velsa romāns «Pasauļu karš» 1938. gadā izraisīja paniku radio klausītāju vidū. Režisors romāna darbību bija pārcēlis trīsdesmito gadu Amerikā un informāciju par marsiešu iebrukumu pārraidīja kā ziņu raidījumus, nosaucot reālas apdzīvotās vietas. Klausītāji, kas nesekoja pārraidei no sākuma, nezināja, ka tas ir iestudējums, un uztvēra to kā dokumentālo reportāžu no notikuma vietas. (*Cantril* 1940)

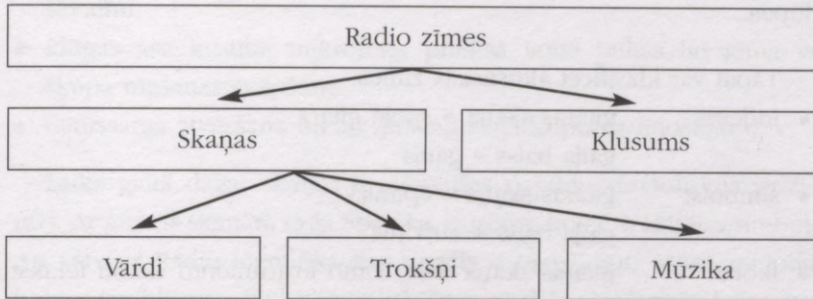
Par iztēli rosinošo vārdu lietošanu jau esmu runājis, bet šajā nodaļā būs runa par citām skanīgām zīmēm. Krisels (*Crisell* 1994) aicina «ieklausīties» šajā fragmentā:

«No klusuma parādās putna čivināšanas skaņas un tad neskaidra dūkoņa, kas varētu būt tekošs ūdens tālumā. Gaudio sirēna, pārtraucot šis

lauku ainavas mieru. Tuvumā ir dzirdama vīrieša elpa, elsoša un smeldzoša. Atskan soļi pa mīkstu zemi, ko pavada drēbju čabēšana un elpas elsa. Tālumā, līdzās putnu čivināšanai, skan vīriešu balsis, kas kliedz nesaprotami, un suņu rejas. Tuvumā vīrieša elpa ir piepūlēta, saraustītu sāpju elpas vilcieniem. Katra elpa ir forsēta. Tās ir baiļu skaņas. Kāds skrien, tālumā atskan klieздоšas balsis, suņu rejas un tuvplānā nepārtraukta cīņa par elpu. Skrējiens un elpošana kļūst ātrāki, noteiktāki, pat izmisīgi. Tad soļu skaņa mainās, kļūstot vieglāka. Soļi pāršalc virs lapām. Zari lūst zem kājām. Soļi palēninās un apstājas. Vīrietis atgūst elpu un smagi nopūšas. Kliedzieni un rejas ir visapkārt. Tekošs ūdens tagad ir tālāk. Soļi atjaunojas un vēlreiz maina skaņu. Tie šļaksta, virzoties pa ūdeni, sākumā sekli, tad dziļāk un grūtāk. Ūdens viļņojas, burbuļo un noplunkšķ. Vīrietis elš, piepildot plaušas ar gaisu. Pēkšņi dziļi ieelpo. Apspiests šļaksts, kam seko burbuļošana, un šajā brīdī citas skaņas kļūst dīvaini apslāpētas un sakropļotas. Suņu un cilvēku balsis ir dzirdamas caur ūdeni, pakāpeniski samazinoties, atstājot tikai ūdens skaņu. Ūdens čalo ap mums (stereo) līdz brutālam skaņas uzliesmojumam, kas seko vīrietim, kas ķer gaisu. Elšana un šļaksti turpinās. Cilvēku un suņu skaņas ir tālu. Elpa palēninās, kļūst ritmiska. Soļi atskan, bradājot pa mīkstu lapu paklāju, sākumā nedroši, bet pēc tam drošāki. Vairs nav dzirdami suņi un cilvēki. Vīrietis nopūšas. Putns čivina. Stabila elpošana un soļi saplūst ar klusumu.»

Tas ir skats no lugas bez vārdiem *The Revenge*, ko 1978. gadā uzrakstīja un inscenēja Endrjū Zahss (*Sachs*). Stāsts ir par bēgošo (iespējams, no cietuma) vīrieti, kurš aizbēg no sekotājiem, nozog motociklu, ielaužas viensētā un noslīcina vannā vīrieti. Viss tika «rādīts» bez vārdiem, tikai ar trokšņu efektiem: putni, ūdens, grants ceļš, motocikla dzinējs, sirēnas, šķiltavas, sasists stikls, pulksteņu zvani, nopūtas, elsas, elpošana, ruskšķēšana, drēbju čaukstēšana, soļi, izsaucieni, dūkoņa, kliegšana. Šis teksts ir trokšņu atšifrējums.

Krisels iedala audio zīmes vairākās grupās.



Vārdi

Vārdi (balss) norāda uz izskatu, personību un raidorganizāciju. Izloksne vai akcents var liecināt par runātāja ģeogrāfisko izcelsmi. *BBC World Service* programmas pieteikumus ir ierunājuši ārzemnieki, kas angļiski runā ar izteiktu akcentu. *BBC* ar to parāda, ka tas tiešām ir pasaules radio.

Runas stils var norādīt arī uz cilvēka vecumu – mēs viegli atšķiram bērnu no vecāka cilvēka. Klausītāju maldināšanai var izmantot akustiskos trikus. Lai padarītu balsi bērnišķīgu, to atskaņo mazliet ātrāk – rodas «buratino» efekts. Palēninot atskaņojumu, rodas pretējs efekts.

Sarunvalodas gramatika un leksika liecina par cilvēka sociālo izcelsmi. Universitātes pasniedzējus var atšķirt pēc runas manieres: viņi runā raiti, ātri, uzreiz atbild uz jautājumiem – lekciju prakse.

Trokšņi

Semiotikā izšķir trīs veidu zīmes: indekss, ikona un simbols. Indeksiālā zīme ir fiziskā daļa no paša apzīmējamā: piemēram, pēdas nospiedums smiltīs nozīmē, ka šeit ir bijis cilvēks. Simboliskās zīmes apzīmē pēc norunas, šīs zīmes ir jāmācās. Ir jāzina, ka pie mums sēras

apzīmē melnā, bet Japānā – baltā krāsa. Tieša sakara starp krāsu un noskaņojumu simboliskajā zīmē nav. Ikoniskajām zīmēm ir kaut kas kopīgs ar realitāti: kols un iekavas apzīmē seju, atgādinot acis un lūpas.

Tāpat var klasificēt akustiskās zīmes:

- indekss: ģitāras skaņa = spēlē ģitāra
 gaiļa balss = gailis
- simbols: ģitāras skaņa = Spānija
 gaiļa balss = aust rīts
- ikona: ģitāras skaņa = noskaņo instrumentu skaņu ierakstu studijā
 gaiļa balss = lauki

Skaņas efekti ir dabiskie un mākslīgi radītie trokšņi, ar kuriem iespējams akustiski manipulēt – apstrādāt dramatiska efekta iegūšanai. Piemēram, atbalss rada iespaidu par lielu telpu. Akustiski var radīt perspektīvas priekšstatu: skaņa it kā attālinās vai tuvinās telpā.

Britu radio režisors F. Feltons iesaka nepārspilēt ar trokšņu lietošanu (*Felton 1947*). Pludmales fona atveidošanai nav nepieciešams sajaukt visu tur dzirdamo. Auss atšķirībā no acs nevar aptvert sarežģītu iespaidu kombināciju. Klausītājam nepieciešamas tikai dažas norādes vizuālās iztēles iedarbināšanai. Dažas izvēlētas skaņas spēj radīt atpazīstamu vidi, bet autentisku trokšņu sajaukums rada kakofoniju. Izmantojot vairākus skaņas efektus, tie ir jāievada pakāpeniski, nevis visi reizē. Ja skaņai nav dramatisks funkcijas, tā vispār nav jālieto: lai attēlotu cilvēku kustību katru reizi nav jāatveido soļu un durvju troksnis.

Autentiskie dabiskie trokšņi ne vienmēr ir atpazīstami radio ēterā. Jebkurā gadījumā radio uzdevums ir panākt nevis realitātes kopēšanu, bet saprotamību. Jūras šalkas ierakstā ne vienmēr var identificēt ar jūras šalkām, tāpēc labāk tās atveidot mākslīgi. Ir vairāki trokšņu efektu radīšanas triki:

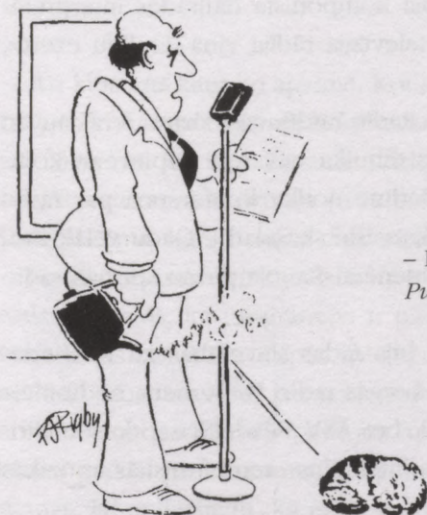
- magnetofona lentes čabēšana atveido staigāšanu pa krūmāju vai džungļiem,
- celofāna čabēšana un nelielu nūjiņu laušana atveido degošas ēkas,

- ar karoti spiežot kartupeļu cieti vai kukurūzas pārslas, atveido cilvēka soļus sniegā,
- uzsitot ar koka nūju pa krēsla ādas sēdekli, atveido šautenes šāvieni,
- klūgas asa kustība mikroфона priekšā imitē bultas lidojuma vai šķēpa mešanas svilpšanu,
- lietussarga atvēršana un aizvēršana atveido putna lidošanu u. c.

Laika gaitā dažas skaņas ir ieguvušas papildu simboliskos jēdzienus. Ar ģitāras skaņām rada Spānijas gaisotni, kokle ir Latvijas simbols. Arī Latvijas Radio identifikācijas signāls ir bijusi «Pūt, vējiņi» melodija kokles izpildījumā. Pulksteņa tikšķēšana norāda uz aizejošo laiku, kairas – tas ir krasts, virvju čikstoņa – kuģa klājs, gaiļa dziedāšana – rīts, putnu čivināšana – lauki vai vienkārši brīvā daba, pūce nozīmē nakti vai arī pārdabisku slepenību, vārnu klaigāšana – kapus.

Dažām skaņām nepieciešams papildu skaidrojums, jo tās ir saprotamas tikai kontekstā – piemēram, putnus var uztvert gan rītu pilsētā, kā laukus jebkurā dienas laikā. Trokšņu saprašana ir atkarīga lielākoties no verbālā komentāra. Krišels min, ka magnetofona lentes čauk-

21. attēls. Indeksiālā vai ikoniskā skaņa?



– Fiona iekļiedzās kā applaucēts kaķis
Punch, Londona

stināšana atdarina soļus pa pļavu, sieviešu kleitas švikstēšanu un, protams, lentes čaukstinašanu. Kādu nozīmi klausītājs izvēlēšies – tas ir atkarīgs no vārdiem. Ja troksnim seko replika «Nolādēts! Atkal aizsītu garām», tad iedomājamies, ka golfa spēlētājs meklē bumbiņu laukumā. Ja seko «Dārgā, tu šodien būsi balles primadonna», tad redzam sievieti vakarkleitā. Bet pēc vārdiem «Šis ieraksts nekam neder. Izmet šo veco lenti» iedomājamies magnetofona lenti (*Crisell* 1994).

Mūzika

Mūzikas kompozīcijas radio veic divas funkcijas. Pirmām kārtām tās sniedz estētisko baudu. Skaņdarbi ir mūzikas radiostaciju galvenā satura daļa. Mūzika var papildināt tekstu, to var arī pretstatīt vārdiem. Rīta intensīvā ritmiskā mūzika uzmundrina, aicina darboties, vakaros lēnā un blāvā nomierina. Vides skaņas un mūzika relaksē, rosina uz meditāciju. Drūma, smagnēja mūzika skan sēru dienās. F. Mendelsona kāzu maršs jau sen asociējas ar kāzām. Sentimentālo un melanolisko «latviskumu» simbolizē E. Dārziņa «Melanoliskais valsis». P. Čaikovska «Mazo gulbišu dejas» padomju laikos kļuva par sliktās gaumes izpausmi – mūzikas nezinātājiem tā bija vispazīstamākā melodija. 1991. gada 19. augusts papildināja komponista daiļrades interpretāciju klāstu. Puča dienā Centrālā televīzija rādīja viņa «Gulbju ezeru». Tagad tā ir «apvērsumu mūzika».

Radio mūzikai ir īpaša vēsture. Radio raidīšanas, skaņu ierakstu un signāla elektroniskās ģenerēšanas tehnika nevarēja nepievērst komponistu uzmanību. 1928. gadā Berlīnē notika konference par radio mūziku, kur atzina, ka radio jāraksta īsie skaņdarbi. Gadu vēlāk modernās mūzikas festivālā Bādenbādenē atskaņoja pirmo speciāli radio komponēto skaņdarbu.

Pirmo radio komponistu vidū bija tādas slavenības kā P. Hindemits, K. Veils, M. Butings. Kēnigsbergas radio H. Šerhens nodibināja modernās mūzikas radio orķestri, bet ASV Filadelfijas orķestra diriģents L. Stokovskis veica eksperimentālus stereofoniskās mūzikas ierakstus.

Radio sekmēja elektroniskās mūzikas attīstību, radās elektromehāniskie un elektriskie instrumenti: Nernsta, Drišera un *Neo-Behstain* klavieres, Teremina «ēterafons», Morisa Marteno «muzikālie viņi», «skanošais krusts», «tratoniums». Pirmais pilnā sastāva elektriskā orķestra koncerts notika 1932. gadā Berlīnē.

Radoraidījumos mūzika veic palīgfunkcijas:

- ierāmē raidījumu: raidījuma vai kanāla pieteikuma un atteikuma signāls. «Pūt, vējiņi» ir Latvijas Radio, *Yankee doodle* – Amerikas balss, «Piemaskavas vakari» – Maskavas ziņu radio *Маяк* signāls;
- savieno dažādus sižetus: parasti tās ir tikai dažas taktis, kas liecina, ka viena tēma ir izsmelta, tagad būs cits stāstījums;
- rada noskaņojumu: stāsts par Parīzi – akordeons; dūdas mūs pārvieto Skotijā; «Pilsētā, kurā piedzimt vējš...» – tas ir par Liepāju; O. Stroka tango – pirmskara Latvijas simbols;
- ir stilizēts skaņu efekts: A. Vivaldi koncerts «Vētra» radio raidījumā var apzīmēt vētru;
- norāda uz realitāti: notikuma vietā ierakstītā mūzika, piemēram, ielas muzikanti vai pūtēju orķestris parādes laikā.

Klusums

Arī klusums kaut ko apzīmē. Komponists minimālists Džons Keidžs (*Cage*) ir «komponējis» skaņdarbu ar nosaukumu «4'33"» – 4 minūtes un 33 sekundes ilgst klusums. *BBC* simfoniskajam orķestrim pirmo reizi to «atskaņojot» dzīvajā ēterā 2004. gadā, bija jāizslēdz radio drošības sistēma, kura brīdina darbiniekus, ka ēterā iestājies klusums.

Radio klusuma izmantošana ir ierobežota, jo tā laikā klausītājam rodas iespaids, ka programma ir pārtrūkusi tehnisku iemeslu dēļ vai nedarbojas uztvērējs. Tāpēc, piemēram, Krievijā Uzvaras dienā pārraidītajā klusuma brīdī par godu kritušajiem skan metronoms. Metro-noma skaņa jau kļuvusi par kara apzīmētāju: Ļeņingradas radio blokādes gados pārtraukumos starp raidījumiem pārraidīja metronoma skaņas, lai apliecinātu, ka radio joprojām strādā.

Radiožurnālistika

Klusumam ir arī vairākas nozīmes. Tas norāda uz bezdarbību (streiks, slēgta iestāde), šoka stāvokli, pārdomām... Jebkurā gadījumā nozīmes izriet no konteksta, klusums ir pakārtots tekstam.

Paklausieties pasauli

Izveidojiet paši īsu skaņas filmu. Izvēlieties kādu tēmu: Rīga, Rēzekne, lauki, skola, sporta sacensības, dzelzceļa stacija... Kā skan šīs vietas? Dažas skaņas neprasa komentārus, citām ir nepieciešams uzvedinošs paskaidrojums. Pastaigājiet pa teritoriju, klausoties apkārtējo vidi, meklējot skaņas. Rīgas centrs – tas ir Pēteru baznīcas pulkstenis ar «Rīga dimd», Doma baznīca – ērģeļu skaņas ar telpas efektu. Ekskursijas vadītāja balss norāda uz citām vietām: *The Castle was built in Riga in the 14th century*... Ārpus centra vietas iezīmē pieturu nosaukšana sabiedriskajā transportā: «Mežaparks. Galapunkts». Skolā – starpbrīža zvans, un bērni izskrien no klasēm; skolotājs runā stundā. Dzelzceļš: diktora paziņojumi, pienāk vilciens, atveras durvis, cilvēki izkāpj, kasē pērk biļeti («Dubulti turp un atpakaļ»), un notarkšņ kases aparāts.

deviņpadsmitā nodaļa

Raidstacijas Latvijā

Valsts radio

Neatkarīgās Latvijas Valsts radio no LPSR Valsts televīzijas un radio-raidījumu komitejas ir mantojis trīs tehniskus radio kanālus. Latvijā bija uzstādīti 17 vidējo, 1 īso un 23 ultraīso viļņu raidītāji, kas nodrošināja Latvijas Radio pirmās, otrās un stereofoniskās programmas, kā arī divu Vissavienības radio programmu raidīšanu. 90. gados šī raidītāju sistēma ļāva pārraidīt trīs radio programmas, divas no tām dublējot vidējos un ultraīsaos viļņos. Pēcpadomju Latvijas Radio veidoja šādas programmas:

- LR1 – vispārējā satura raidījumi;
- LR2 – priekšpusdienā raidījumi krievu valodā («Doma laukums»), pēc plkst. 12.00 mūzika un raidījumi jaunatnei latviešu valodā. (Padomju laikā šajā kanālā tika retranslēta Vissavienības radio pirmā programma ar dažiem vietējiem raidījumiem krievu un latviešu valodā.)
- LR3 (bijusī UĪV stereoprogramma) – klasiskās mūzikas kanāls, pakāpeniski paplašināja raidīšanu līdz 24 stundām.

Latvijas Radio ir mantojis īsviļņu raidītāju, kuru kopš 1971. gada izmantoja raidījumiem ārzemēm – latviešu emigrantiem, zviedriem un

padomju zvejniem un jūrniekiem. Latvijas Radio to izmantoja minimāli. Līdz 1999. gada augustam 1–1,5 stundas diennaktī 5935 kHz frekvencē skanēja raidījumi krievu, angļu un zviedru valodā. Pēc tam līdz 2002. gada 9. martam LR vēl gatavoja iknedēļas pusstundas raidījumu angļiski, izplatot to internetā.

1999. gada vasarā Latvijas Radio pilnībā pārgāja uz Rietumu FM diapazonu. Vidējo viļņu raidītāju jauda tika pakāpeniski samazināta, visbeidzot 2001. gadā LR no tiem atteicās. 2000. gadā LR2 kļuva par dienakts latviešu mūzikas kanālu, bet «Doma laukums» ieguva ceturto kārtas numuru – LR4.

Saeimas sēžu translācijai, lai netraucētu LR3 ikdienas programmu plenārsēžu dienās, 2002. gadā piešķīra atsevišķu FM raidītāju. 1. decembrī no sēdēm brīvajās dienās tajā sāka raidīt studentu radio NABA alternatīvās mūzikas formātā. Formāli šī tikai Rīgā dzirdamā programma tiek uzskatīta par LR5.

No 1997. gada LR raidījumi ir klausāmi internetā.

Raidītājus, par kuriem būs runa šajā nodaļā, apvieno tas, ka tie nav bijuši valsts paspārnē. To vidū ir komerciālie radio, kas gūst ienākumus no reklāmas, nekomerciālie «brīvie» un pirātiskie radio, sabiedrisko organizāciju stacijas.

Ideoloģiskās cīņas radio

Pirmais alternatīvais radio ārpus pastāvošās valsts elektronisko mediju sistēmas bija ideoloģiskās cīņas raidstacija *Содружество / Sadraudzība*. LKP CK atbalstītā Interfrontes balss parādījās Rīgas ēterā 1990. gada 1. decembrī. 918 kHz frekvencē tā krieviski un latviski raidīja komunistisko avīžu rakstu lasījumus, komentārus un reizēm intervijas. Studija bija tagadējā Kongresu namā, bet vidējo viļņu raidītājs – Rīgas Augstākajā politiskajā karaskolā. Pēc puča 23. augustā jau neatkarīgās Latvijas varas iestādes slēdza radio, konfiscējot aparatūru.

Komerčiālo radio veidošana Padomju Savienībā sākusies 1990. gadā. Vispirms Maskavā sāka raidīt *Европа плюс* – kopuzņēmums ar Francijas popmūzikas komercradio. 49 procenti akciju tajā piederēja PSRS Valsts televīzijas un radioraidījumu komitejai (*Гостелерадио СССР*). Kā alternatīvu valsts informatīvajam radio sevi pieteica ziņu kanāls *Эхо Москвы*, kas joprojām ir viens no ievērojamākajiem radio žurnālistikas paraugiem Krievijā. Līdz Padomju Savienības sabrukumam 1991. augustā Maskavā dibināja vēl trīs radio.

Privātā mūzikas radio pionieris Latvijā ir «Radio Sigulda», kas ultra-sīvļņu ēterā skanējumu sāka 1991. gada 15. maijā. Par pirmo radio Rietumu FM diapazonā 5. augustā kļuva Rīgas «Radio AA» (102,7 MHz frekvence). Programmas pamatu veidoja starptautiskais krievu *Радио РОКС*, ko ar satelīta starpniecību translēja no Oslo studijas. No februāra tas jau bija dzirdams Maskavā. «Radio AA» retranslēja to pašu programmu, iekļaujot rīta un vakara stundās astoņus īsus ziņu izlaidumus latviešu valodā. Vēlāk sāka veidot arī citus oriģinālos raidījumus.

1992. gada 1. martā Rīgā darbu sāka mazrunīga, mazjaudīga un ar grūtībām uztverama stacija «Radiodejas», kas vēlāk pārtapa par *Super FM* (1994. gada decembrī) un *European Hit Radio* (2002. gada septembrī).

1992. gada 25. novembrī «Radio AA» īpašnieks SIA «RNR» vidējos viļņos atklāja «Radio-2». Pirms tam šajā frekvencē retranslēja Maskavas ziņu radio staciju *Маяк*. «Radio-2» darbojās no plkst. 6.00 līdz 19.00, ziņas tā pārraidīja kopā ar «Radio AA». Brīvdienās retranslēja *Voice of America-Europe*. Vidējo viļņu raidītājs ar jaudu 25 kW izmaksāja pārāk dārgi (2500 latu mēnesī), bet šis diapazons nebija pievilcīgs reklāmdevējiem. «RNR» meklēja iespēju pāriet uz raidīšanu FM diapazonā, taču zaudēja frekvenču sadales konkursā un 1996. gadā pārtrauca šā radio darbību.

Ne visi licenci saņēmušie radio sāka raidīšanu, daži mainīja īpašniekus, nosaukumus un formātus. Nacionālā Radio un televīzijas padome un Elektronisko sakaru direkcija nav apkopojošas datus par Latvijas privāto radio 90. gados, 8. tabulā ir sniegta presē atrodamā informācija.

8. tabula. Raidstaciju dibināšana Latvijā

Raidstacija	Raida kopš	Frekvence, MHz	Piezīmes
«Sadraudzība»	01.12.90.	918 kHz	Līdz 23.08.91.
«Radio Sigulda»	15.05.91.	70,50	
«Radio AA»	05.08.91.	102,7	Radio 102,7 (1995), <i>Mix FM</i> (1998)
«Radiodejas»	01.03.92.	68,93	<i>Super FM</i> (1994), <i>EHR</i> (2002)
«Rezonanse» (Liepājas lidosta)	01.05.92.	67,02	Līdz ?
«Radio-2»	25.11.92.	945 kHz	Līdz 1996
LNR (Liepāja)	03.12.92.		3 pusstundu raidījumi LR2 frekvencē
<i>Wenden</i>	12.92.	70,21	Līdz 1996.
«Merkūrijs» (Balvi)	02.93.	72,37	Līdz 1999?
<i>SWH</i>	13.05.93.	105,2	
«Alise +» (Daugavpils)	18.05.93.	71,40	
«Skonto»	15.12.93.	107,2	
«Imanta» (Valmiera)	15.12.93.	70,97	
«Radio Rīgai 106,2»	21.12.93.	106,2 72,97	<i>Easy FM</i> (1999), <i>Star FM</i> (2000); 72,97 MHz ir tam pašam ipašniekam piederošā Jūrmalas radio 1 frekvence
Kristīgais radio	22.12.93.	101,8	
<i>BBC World Service</i>	12.93.	100,5	
«Radio Mazsalaca»	28.01.94.	90,3	
«Radio Liepāja»	22.02.94.		
Rietumu radio (Liepāja)	22.04.94.	105,8	
«Radio-3» (Cēsis)	03.10.94.	70,21	Pēc 2000. g. vēl raidītāji Valmierā, Smiltēnē, Limbažos
<i>SWH+</i>	01.11.94.	89,2	Sākumā plkst. 7.00–19.00, no 1996. g. diennakti
<i>SWH Amadeus</i>	01.11.94.	89,2	Sākumā plkst. 19.00–7.00, no 1996. g. diennakti. Strādā līdz 2001. g. nov.
Zemgales radio (Jelgava)	1994.		Līdz 02.96?
Iecavas radio («Radio Mikss»)	1994.	70,69	21.05.98. «Radio Zemgale» 101,0 08.07.2002. «Bauskas Balss» 106,6
«Radio Ef-Ei» (Rēzekne)	01.01.95.	73,08	1996. g. iegūst frekvenci 91,4 MHz
«Skala» (Kuldīga)	23.09.95.	107,4	Vēlāk – retranslē <i>EHR</i>
«Viktorija» (Preiļi)	11.95.	73,28	Līdz 1996. g. vasarai?

Raidstacija	Raida kopš	Frekvence, MHz	Piezīmes
«Saules iela» (Cēsis)	23.12.95.	100,9	
<i>Top Radio</i> (Mārupe)	1995.	103,5	Pirātiskais, līdz 2002?
«Jaunā Ēra» (Cēsis)	?	99,1	Līdz 1999? Vēlāk – retranslē EHR
«Radio Pilsēta» (Tukums)	?		Līdz 1999?
Kuldīgas radio	?		Līdz ?
<i>Biznes&Baltija</i>	14.03.97.	99,5	Līdz 14.03.2002.
Kurzemes Radio	25.05.97.		
BCN (Ventspils)	01.06.97.	101,9	Līdz 2000?
«Par zemi starp Skrudnu un Zemgali» Radio Saldum	24.07.97.	107,9	
<i>Radio PIK FM</i>	10.97.	100,0	
«Radio Maksimums» (Daugavpils)	03.99.	107,2	
«Radio Jēkabpils 1»	17.08.98.	107,0	
Jelgavas FM	20.05.99.	88,6	Līdz 20.05.99
«Bauskas Balss»	1999.	106,6	Radio Zemgalei. No 08.07.2002 <i>Capital FM</i> , 101 MHz, raida no Iecavas
Madonas radio	1999.	102,0	
«Radio Latgalei»	2000.	105,0	
KNZ	25.11.2000.	103,2	<i>Nova</i> (01.02), <i>Europa Plus</i> (07.02)
«Radio Daugavai» (Daugavpils)	10.2000.	99,4	
«Radio Gulbene»	2001?		Līdz ?
<i>SWH Rock</i>	15.11.2001.	89,2	
NABA	01.12.2002.	96,2	Raida LR5 kanālā
<i>Gold FM</i>	2004.	88,6	
<i>Radio Nord</i>	2004.	945kHz	

Mūzikas radio attīstība

Formātu un auditorijas meklējumi izraisīja biežas programmu struktūru un staciju nosaukumu maiņas. FM radio atskaņoja vienvēidīgu repertuāru, stacijas bija diezgan līdzīgas cita citai, ēterā skanēja, «Dienas» mūzikas komentētāja vārdiem, «tukša plāpāšana un garlaicīgie

komentāri» (27.07.96.). *SWH* un «Skonto» redakcijām sākumā bija nodoms konkurēt ar valsts radio, raidot vispārēja satura programmu «visiem par visu». «Skonto» mūzikas gaume izstiepās no *heavy metal* līdz pilnām operu izrādēm, naktī skanēja psiholoģiskās telefona sarunas ar klausītājiem. 1996. gadā, nokļūstot ASV koncerna *Metro-media* kontrolē, *Skonto* izvēlējās maigo *AC* formātu.

1994. gada 1. novembrī Radio *SWH* sāka raidīt otrajā raidītājā: no plkst. 7.00 līdz 19.00 skanēja krievu radio *SWH+*, pēc tam – klasiskās mūzikas radio *Amadeus*. Iegūstot trešo frekvenci 1996. gadā, *SWH* katru programmu sāka pārraidīt diennakts režīmā.

Brīdī, kad finansiālo problēmu dēļ 1995. gadā uz vienu mēnesi aplkusa *Super FM*, «Radio Rīgai» izmantoja izdevību, lai atteiktos no *AC* formāta, pārejot uz tobrīd populāro nepārtraukto hitu atskaņošanu. Stacija divas reizes mainīja nosaukumu – *Easy FM* un *Star FM*.

1996. gadā *SWH* un «Radio Rīgai» saņēma atļauju veidot nacionālos tīklus, tomēr projektu īstenošana iekavējās. Vēlāk nacionālo raidorganizāciju rindām piepulcējās Kristīgais radio. Rīgas *EHR* Nacionālā radio un televīzijas padome (NRTP) ir atteikusi tiesības veidot nacionālo tīklu, tomēr tas palielina raidīšanas zonu, veidojot sadarbības uzņēmumus ar vietējiem radio citur Latvijā.

Pašmāju pirāti 1995. gadā no Tīraines ar paštaisīto iekārtu sāka raidīt programmu *Top Radio*. Dienā parasti retranslēja satelītradio programmu, vakaros bija savi raidījumi. Tehnisko nepilnību dēļ stacijas frekvence 103,5 MHz «peldēja», traucējot citu radio darbību. 2002. gadā valsts iestādes pārtrauca *Top Radio* raidīšanu, konfiscējot aparatūru. Ļoti neregulāri, pavisam nelielā apjomā Rīgā raidīja «Imantas maurotājs» 98,5 MHz frekvencē.

Problēmas bija arī ar legāliem raidītājiem, kas viegli mainīja formātus, ignorējot licences nosacījumus. Shēma ir vienkārša. NRTP izsniedz licenci pretendentam, kas piedāvā sabiedrībai būtisku programmas koncepciju – alternatīvā mūzika, tematiskie sarunu raidījumi. Būdam komerciāli neizdevīga, stacija piedzīvo finansiālas problēmas, nonāk investora kontrolē un pāriet uz citu formātu.

Licences piešķiršanas kritēriji joprojām ir neskaidri un neievēro mūzikas komercradio jēgu. Radio un televīzijas likumā ietvertā kon-

kursa definīcija ir izplūdusi un nekonkrēta: «Salīdzinot koncepcijas pēc dažādiem rādītājiem, priekšroka dodama tam konkursa dalībniekam, kura vispārējā programmas koncepcija orientēta uz plašāku sabiedrības pieprasījumu.»

«Dažādie rādītāji» nav skaidri noteikti, un pretendenti ir spiesti maldināt padomi, iesniedzot pārāk drosmīgas un komercraidītāja sūtībai neatbilstošas vispārējā satura radio koncepcijas, lai atbilstu «plašākam sabiedrības pieprasījumam». Piemēram, 2004. gada 14. oktobrī NRTP izsludināja konkursu ar mērķi izveidot Rīgā «veselīgu dzīvesveidu popularizējošu radio». Šāda prasība ignorē komerciālā mūzikas radio pastāvēšanas loģiku, nerosina veidot noteiktām mērķauditorijām domātus radio formātus.

1996. gadā konkursā uz vienu no trim Rīgas frekvencēm uzvarēja SIA «Ražošanas komercfirma «Pikal un partneri»», kurā bija apvienojušās sešas nozaru arodbiedrības. Koncepcijā tika paredzēts veidot sarunu radio ar sociāldemokrātisko ievirzi, ko apliecina arī *Radio PIK* nosaukums – Publiskais informatīvais kanāls. Taču raidīt 1997. gada oktobrī tas sāka jau pēc īpašnieka maiņas kā krievu komerciālās mūzikas stacija.

Otrais starpgadījums bija ar «Radio SWH», kas klasiskās mūzikas staciju *Amadeus* pārslēdza uz vājāku raidītāju, lai palielinātu komerciālās mūzikas SWH+ sasniedzamību. Lielas kaislības risinājās ap studentu radio KNZ («Kosmosa noslēpumu zinātājs»). Saņemot NRTP licenci 1999. gada maijā, tas varēja sākt raidīšanu tikai nākamā gada 15. novembrī pēc finansiālā atbalsta saņemšanas no bijušās NRTP locekles, kura iegādājusies no LU Studentu padomes 60 procentus uzņēmuma akciju. «Radio KNZ» koncepcija paredzēja pētniecisku žurnālistiku un nekomerciālo mūzikas formātu sajaukumu – *Adult Acoustic Alternative* un alternatīvā rokmūzika, pasaules tautu mūzika, progresīvie alternatīvie strāvājumi starp klasisko, roka un džeza mūziku. Bet jau 2001. gada oktobrī KNZ darbinieki atklātajā vēstulē kritizēja satura komercializēšanos un uztraucās par kontrolpaketes turētāja nodomu pārdot frekvenci. Mainoties īpašniekam, 2002. gada janvārī stacija pārtapa par *Radio Nova* un raidīja tikai latviešu mūziku, bet jūlijā sāka retranslēt no Maskavas krievu *Европа плюс*.

2000. gadā Iecavas «Radio Zemgale» apmainījās frekvencēm ar Bauskas «Radio Zemgalei». Tas bija nepieciešams, lai no Iecavas raidītāja Rīgas virzienā būtu iespējams raidīt jaunu mūzikas programmu *Capital FM*. Tagad šī programma tiek izplatīta no Rīgas studijas ar Iecavas raidītāju, savukārt Iecavas studija ar Bauskas raidītāju gatavo programmu, kuras nosaukums NRTP sarakstā ir «Bauskas Balss».

Īsie un vidējie viļņi

SIA «Krebs TV» ir Ulbrokas vidējo un īsviļņu raidītāju operators. Latvijas Radio beidza izmantot īsos viļņus 1999. gadā, bet jau no 1996. gada «Krebs TV» piedāvājis 5935 kHz un 9520 kHz frekvences ar jaudu 100 kW ārzemju mūzikas raidstacijām. Sākumā neregulāri, bet kopš 2002. gada regulāri sestdienās un svētdienās daži ārzemju «brīvie» («pirātiskie») radio retranslē savas programmas no Ulbrokas: Londonas *Laser Radio*, vācu alternatīvās mūzikas *Radio Marabu* un *Breakbeat* formāta *Radio Joystick*, Slovākijas aizgājušo gadu mūzikas *Radio Tatra International*, Nīderlandes progresīvā roka *Radio Seagull*, britu soul mūzikas *Kiss Radio*, kā arī *European Music Radio*, *Europa Radio International*. 2003. gadā raidītājs mainīja frekvenci uz 9290 kHz.

Latvijas Radio 2002. gada 1. janvārī beidza vidējo viļņu frekvences 945 kHz izmantošanu, ko «Krebs TV» tagad piedāvā ārzemju raidstacijām. 2002. gadā testa režīmā raidīja britu ofšora *Radio Caroline* ar jaudu 150 kW, vietējais *Radio Gold* (jauda 20 kW). No 2004. gada oktobra no turienes regulāri raida vietējais *Radio Nord* (jauda 2,7 kW, mūzikas formāts *Oldies*). Radioamatieru mājaslapa *DXing.info* 2004. un 2005. gadā ziņoja par *Radio Caroline* un *Radio Tatra International* nodomiem izmantot arī Kuldīgas vidējo viļņu raidītāju ar 100 kW jaudu. NRTP pat bija apsolījusi izsludināt 2005. gadā konkursu uz 1350 kHz frekvenci Kuldīgā. *Radio Tatra International* savā mājaslapā jau min šo frekvenci raidījumu programmā.

No 1998. gada decembra līdz 2001. gada augustam Ulbrokas vidējo viļņu raidītājs frekvencē 576 kHz ar jaudu 450 kW translēja «Radio Brīvība» raidījumus baltkrievu valodā Baltkrievijai.

Interneta, satelīta un ciparu radio

Internetā pirmie sāka raidīt LR, *SWH*, *MIX FM*, *Super FM* un *Easy FM*. Pirmais licencētais e-radio bija *Online Rollers*.

Star FM izmanto Zemes mākslīgo pavadoni signāla pārraidīšanai saviem astoņiem retranslatoriem Latvijā, bet LR – sakariem ar pārvietojamo studiju un Eiropas radio mūzikas programmu pārraidīšanai.

Latvijas Radio ciparu formātā jau no 1998. gada jūnija pārraida signālu no studijas Doma laukumā uz raidītājiem Zaķusalas tornī. Rīgas raidītājs testa režīmā ciparu formātā pārraida trīs radio programmas kopš 2002. gada aprīļa.

9. tabula. Radio stacijas 2005. gadā

N.p. k.	Kanāls	Frekvence, MHz	Aptveramība	Darbības rādiuss, km
1.	Latvijas Radio 1	Nacionālā ar 13 raidītājiem: Rīgā 90,7, Dundagā 91,1, Kuldīgā 95,9, Liepājā 107,1, Ventspili 99,2, Alūksnē 106,8, Cēsvainē 102,5, Valmierā 104,0, Vitrupē 105,5, Daugavpili 106,1, Rēzeknē 104,2, Aucē 99,6, Viesītē 107,6		
2.	Latvijas Radio 2	Nacionālā ar 9 raidītājiem: Rīgā 91,5, Dundagā 106,7, Kuldīgā 101,3, Liepājā 101,0, Ventspili 103,0, Cēsvainē 105,0, Valmierā 101,5, Daugavpili 107,2, Rēzeknē 101,0		
3.	Latvijas Radio 3 («Klasika»)	Nacionālā ar 8 raidītājiem: Rīgā 103,7, Kuldīgā 92,0, Liepājā 104,6, Ventspili 89,8, Cēsvainē 103,5, Valmierā 87,6, Daugavpili 90,6, Rēzeknē 101,8		
4.	Latvijas Radio 4 («Doma Laukums»)	Nacionālā ar 5 raidītājiem: Rīgā 107,7, Liepājā 95,3, Ventspili 95,3, Daugavpili 104,0, Rēzeknē 107,5		
5.	Latvijas Kristīgais radio	Nacionālā ar 9 raidītājiem: Alūksnē 107,3, Cēsvainē 105,9, Jēkabpili 102,8, Kuldīgā 98,5, Liepājā 100,6, Rīgā 101,8, Talsos 104,7, Valmierā 100,1, Ventspili 90,8		
6.	<i>Star FM</i>	Nacionālā ar 9 raidītājiem: Rīgā 106,2, Rēzeknē 91,9, Madonā 87,9, Kuldīgā 103,8, Liepājā 91,0, Popē 105,0, Sēlpili 88,1, Sventē 103,2, Valmierā 107,4		

N.p. k.	Kanāls	Frekvence, MHz	Aptveramība	Darbības rādiuss, km
7.	Radio <i>SWH</i>	Nacionālā ar 11 raidītājiem: Talsos 102,2, Ventspilī 105,4, Kuldīgā 100,1, Liepājā 105,1, Cēsainē 100,3, Daugavpilī 105,2, Jēkabpilī 101,2, Rēzeknē 106,5, Rīgā 105,2, Saldū 94,7, Valmierā 106,5		
8.	<i>European Hit Radio</i>	Faktiski nacionālā ar 7 raidītājiem: Rīgā 104,3, Cēsis 99,1, Gulbenē 88,4, Kuldīgā 107,4, Liepājā 96,1, Rēzeknē 105,1, Viškos 91,6.		
9.	Radio <i>SWH Rock</i>	89,2	Rīga un apkārtnē	30–40
10.	Radio <i>SWH +</i>	105,7	Rīga un apkārtnē	47–64
11.	«Skonto»	107,2	Rīga un apkārtnē	47–63
12.	<i>MIX FM</i>	102,7	Rīga un apkārtnē	50–70
13.	<i>BBC World Service</i>	100,5	Rīga un apkārtnē	40–54
14.	<i>Radio PIK</i>	100,0	Rīga un apkārtnē	30–40
15.	Latvijas Radio 5 un «Radio NABA»	96,2	Rīga un apkārtnē	30–52
16.	<i>Gold FM</i>	88,6	Ulbroka un apkārtnē	27–41
17.	<i>Radio Nova (Europa Plus)</i>	103,2	Rīga	5–14
18.	«Radio Jūrmala»	99,0	Jūrmala	15–26
19.	Kurzemes Radio	5 raidītāji: Kuldīgā 106,4, Ventspilī 107,9, Liepājā 88,4, Saldū 98,9, Tukumā 92,4		
20.	Rietumu radio	105,8	Liepāja un apkārtnē	25–35
21.	«Radio Liepāja»	107,6	Liepāja un apkārtnē	35–40
22.	«Par zemi starp Skrundu un Zemgali»	107,9	Saldus	7–18
23.	«Bauskas Balss»	106,6	Bauska (studija Iecavā)	16–25
24.	<i>Capital FM</i>	101,1	Iecava un apkārtnē (studija Rīgā)	24–43
25.	«Radio Maksimums» (<i>Europa Plus</i>)	107,2	Daugavpils un apkārtnē	24–45
26.	Alise +	101,6	Daugavpils un apkārtnē	24–45
27.	«Radio Daugavai»	99,4	Daugavpils un apkārtnē	18–30
28.	«Radio Latgalei» (<i>Europa Plus</i>)	105,5	Rēzekne un apkārtnē	27–37
29.	«Radio FA»	91,4	Rēzekne un apkārtnē	11–19
30.	«Radio Jēkabpils 1»	107,0	Jēkabpils	21–27
31.	«Radio Trīs»	4 raidītāji: Cēsis 104,7, Valmierā 103,4, Smiltēnē 103,1, Limbažos 103,0		
32.	«Radio Mazsalaca»	90,3	Mazsalaca	12–16
33.	«Radio Valka»	104,5	Valka	5–10

Raidstacijas Latvijā

N.p. k.	Kanāls	Frekvence, MHz	Aptveramība	Darbības rādiuss, km
34.	«Radio Imanta»	102,4	Valmiera	15–26
35.	«Radio Sigulda»	89,8	Sigulda	11–23
36.	«Saules iela»	100,9	Cēsis	9–22
37.	Madonas radio	102,0	Madona	5–30
38.	<i>Radio Nord</i>	945 kHz	Rīga un apkārtnē, vidējie viļņi	
39.	Ārzemju mūzikas e-radio	9290 kHz	Ulbroka, pārrobežu, isie viļņi	

Avots: Nacionālā Radio un televīzijas padome, Elektronisko sakaru direkcija

Uztvērēju novecošanās

Analizējot auditorijas svārstības 15 gadu laikā, ir jāņem vērā uztvērēju novecošanās. 90. gados komercraidītāji sāka strādāt Latvijai jaunajā diapazonā 88–108 MHz, tirgū parādījās no Rietumiem importētie kasešu magnetofoni ar uztvērējiem. Padomju ražojuma aparāti strādāja diapazonā 66–74 mHz. Līdz 1999. gadam daži radio dublēja programmu abos diapazonos. Latvijas Radio sāka to izmantot 1993. gadā un pēc sešiem gadiem pilnībā atteicās no padomju UĪV, bet 2001. gadā arī no vidējo viļņu raidītājiem un tagad raida tikai FM frekvencēs. 2004. gadā FM uztvērēji bija tikai 89 procentiem Latvijas iedzīvotāju (pirms astoņiem gadiem 53 procentiem).

10. tabula. Radio ierīces mājāsaimniecībās, %

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2004
Radio	89	91	89	89	90	90	93
Viens	56	52	53	<i>N.D.</i>	55	60	56
Divi	33	39	23	<i>N.D.</i>	24	20	26
Trīs un vairāk	<i>N.D.</i>	<i>N.D.</i>	13	<i>N.D.</i>	11	10	11
FM diapazons	36	50	53	58	65	72	89
UĪV diapazons	56	54	61	58	52	48	18
VV diapazons	53	62	58	55	58	60	44

Avots: TNS Latvia

divdesmitā nodaļa

Auditorija Latvijā

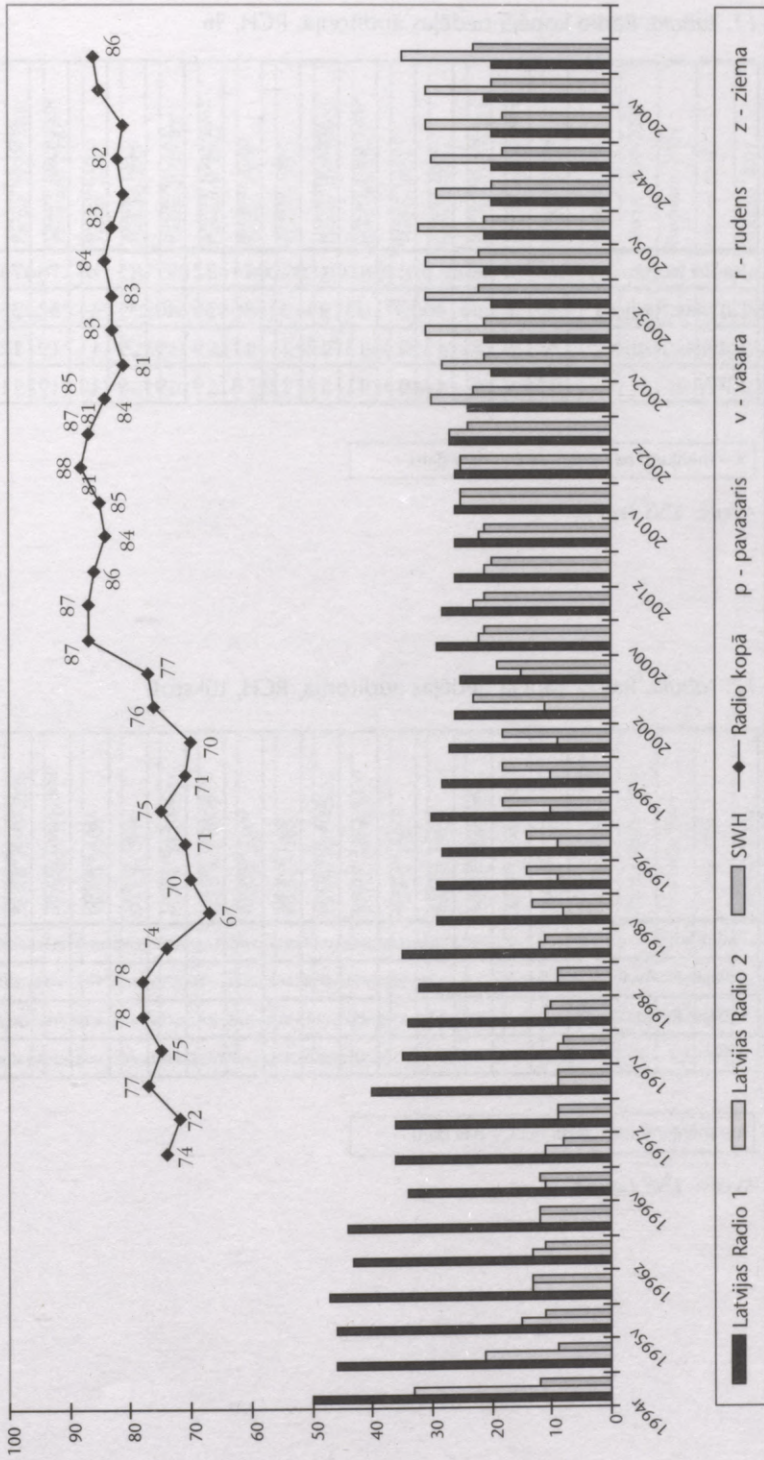
Radio attīstības tendences

Pēdējo gadu laikā Latvijas iedzīvotāji sākuši vairāk pievērsties radio medijam. 1994. gadā radio vidēji dienā klausījās 2 stundas 52 minūtes, bet 2000. gadā 4 stundas 1 minūti un 2004. gadā jau četras stundas 42 minūtes. Pieaugums pēdējā gada laikā bija 20 minūtes. Arī radio-klausītāju skaits desmit gados ir palielinājies. 2004. gada rudenī vismaz reizi nedēļā radio klausījās 86 procenti iedzīvotāju, kas ir vecāki par 12 gadiem. Pirms desmiem gadiem tādu bija 74 procenti. Radio Latvijā klausās ap 1,7 milj. iedzīvotāju (skat. 22. attēlu).

90. gadu otrajā pusē radio zaudēja aptuveni 15–20 procentus auditorijas, bet komercradio pārvilināja auditoriju no Latvijas Radio (LR). 1994. gadā plkst. 7.00 dienas maksimālais klausītāju skaits bija 720 tūkstoši, bet 1996. – 476 tūkstoši, plkst. 12.00 attiecīgi 561 un 450 tūkstoši. Auditorijas skaits ievērojami saruka ap 1995. gadu, tad mainījās arī diennakts dinamika likne. Pazuda kādreizējie straujie klausītāju skaita pieaugumi plkst. 7.00, 12.00 un 16.00. Likne ir kļuvusi līdzenāka – tas nozīmē, ka radio, pateicoties privātajām mūzikas stacijām, arvien biežāk izmanto kā nepārtrauktu fonu.

Nākamās straujās pārmaiņas notika 2000. gadā: kopējā auditorija bija pieaugusi, pat pārsniedzot 1994. gada rādītājus (skat. 22. attēlu). Iemesls tam bija divas raidstacijas, kurām izdevās ātri iegūt klausītāju uzticību. LR2 sāka raidīt latviešu un *Biznes & Baltija* – krievu mūzikas formātā (Maskavas *Русское радио* retranslācija), bet «Radio SWH» un *Star FM* šajā laikā paplašināja nacionālos tīklus (skat. 23. attēlu un 13. tabulu).

20. attēls. Raidstaciju kopējā nedēļas auditorija, RCH, % no iedzīvotājiem (vecāki par 12 gadiem)



Avots: TNS Latvia

11. tabula. Radio kopējā nedēļas auditorija, RCH, %

	Rudens 1994	Ziema 1994-1995	Pavasaris 1995	Vasara 1995	Rudens 1995	Ziema 1995-1996	Pavasaris 1996	Vasara 1996	Rudens 1996	Ziema 1996-1997	Pavasaris 1997	Vasara 1997	Rudens 1997	Ziema 1997-1998	Pavasaris 1998	Vasara 1998	Rudens 1998	Ziema 1998-1999		Pavasaris 1999	Vasara 1999	Rudens 1999	Ziema 1999-2000	Pavasaris 2000	Vasara 2000	Rudens 2000	Ziema 2000-2001	Pavasaris 2001	Vasara 2001	Rudens 2001	Ziema 2001-2002	Pavasaris 2002	Vasara 2002	Rudens 2002	Ziema 2002-2003	Pavasaris 2003	Vasara 2003	Rudens 2003	Ziema 2003-2004	Pavasaris 2004	Vasara 2004	Rudens 2004
Radio kopā	N.D.	x	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	74	72	77	75	78	78	74	67	70	71		75	71	70	76	77	87	87	86	84	85	88	87	84	81	83	83	84	83	81	82	81	85	86
Latvijas Radio 1	50	x	46	46	47	43	44	34	36	36	40	35	34	32	35	29	29	28		30	28	27	26	25	29	28	26	26	26	27	24	20	21	20	21	21	20	20	20	21	20	
Latvijas Radio 2	33	x	21	15	13	13	12	11	11	9	9	9	11	9	12	8	9	9		10	10	9	11	15	22	23	21	22	25	25	27	30	28	31	31	31	32	29	30	31	31	35
SWH	12	x	9	11	13	11	12	12	8	9	9	8	10	9	11	13	14	14		18	18	18	23	19	21	21	20	21	25	25	24	23	21	21	22	22	21	20	18	18	20	23

x – mērījumi nav veikti, N.D. – nav datu

Avots: TNS Latvia

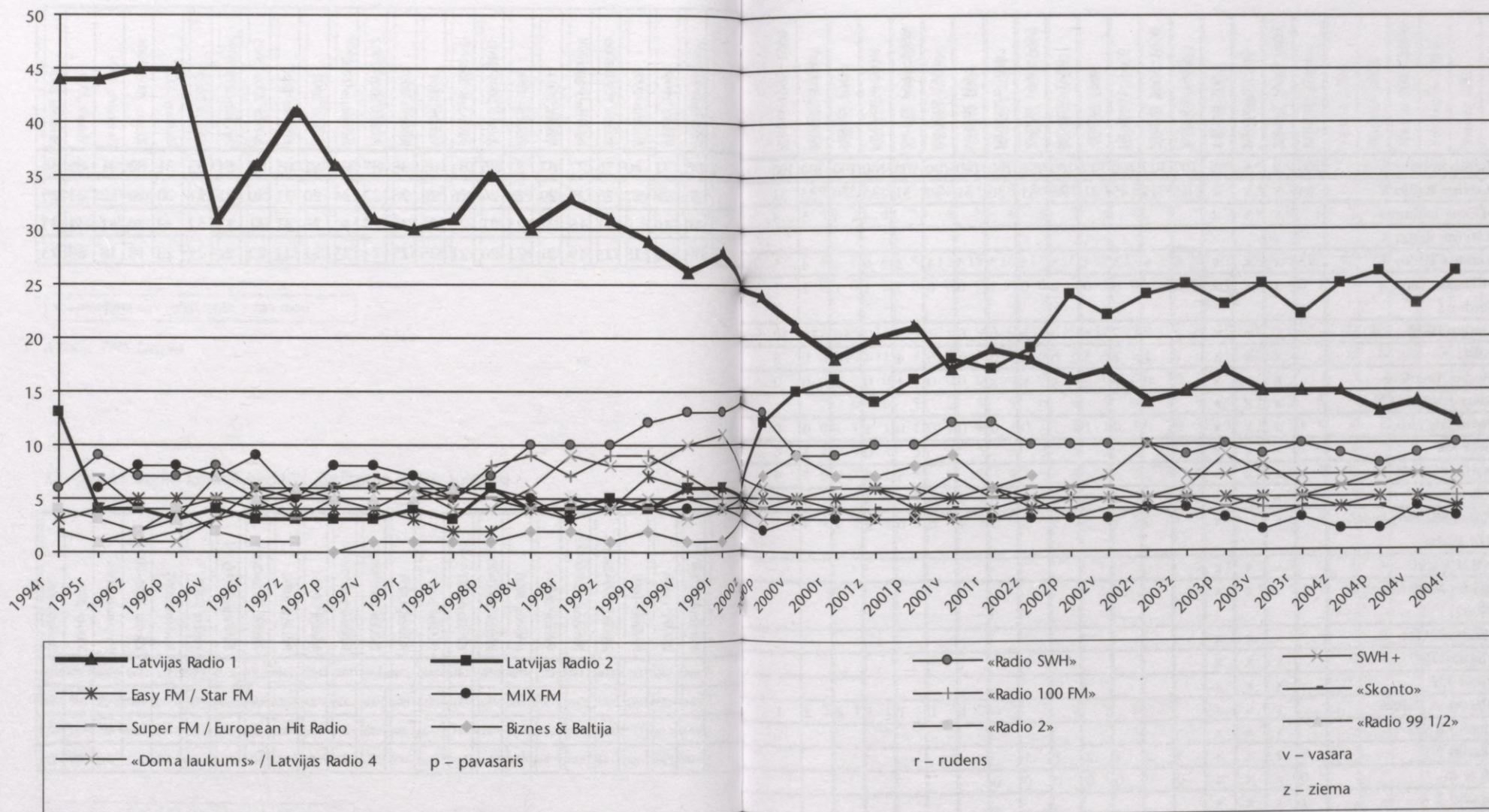
12. tabula. Radio kopējā nedēļas auditorija, RCH, tūkstoši

	Rudens 1994	Ziema 1994-1995	Pavasaris 1995	Vasara 1995	Rudens 1995	Ziema 1995-1996	Pavasaris 1996	Vasara 1996	Rudens 1996	Ziema 1996-1997	Pavasaris 1997	Vasara 1997	Rudens 1997	Ziema 1997-1998	Pavasaris 1998	Vasara 1998	Rudens 1998	Ziema 1998-1999		Pavasaris 1999	Vasara 1999	Rudens 1999	Ziema 1999-2000	Pavasaris 2000	Vasara 2000	Rudens 2000	Ziema 2000-2001	Pavasaris 2001	Vasara 2001	Rudens 2001	Ziema 2001-2002	Pavasaris 2002	Vasara 2002	Rudens 2002	Ziema 2002-2003	Pavasaris 2003	Vasara 2003	Rudens 2003	Ziema 2003-2004	Pavasaris 2004	Vasara 2004	Rudens 2004
Radio kopā	N.D.	x	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	N.D.	1481	1430	1532	1495	1549	1541	1476	1334	1384	1417		1481	1400	1372	1509	1514	1721	1730	1701	1658	1690	1746	1685	1633	1565	1610	1599	1620	1595	1571	1569	1565	1636	1660
Latvijas Radio 1	N.D.	x	926	928	932	852	866	684	710	721	793	693	671	634	691	566	584	556		589	555	527	521	491	570	550	521	510	512	524	525	459	386	406	392	396	396	379	387	392	410	390
Latvijas Radio 2	N.D.	x	413	309	259	254	242	215	227	180	189	184	225	181	232	151	171	180		194	193	175	217	306	442	446	415	442	503	488	526	572	541	605	601	601	619	558	586	595	591	671
SWH	N.D.	x	183	218	259	229	231	231	167	173	189	165	206	187	210	266	270	287		366	360	347	449	381	411	406	400	417	488	485	462	449	414	414	417	417	409	395	343	343	379	435

x – mērījumi nav veikti, N.D. – nav datu

Avots: TNS Latvia

23. attēls. Raidstaciju auditorijas daļas, %



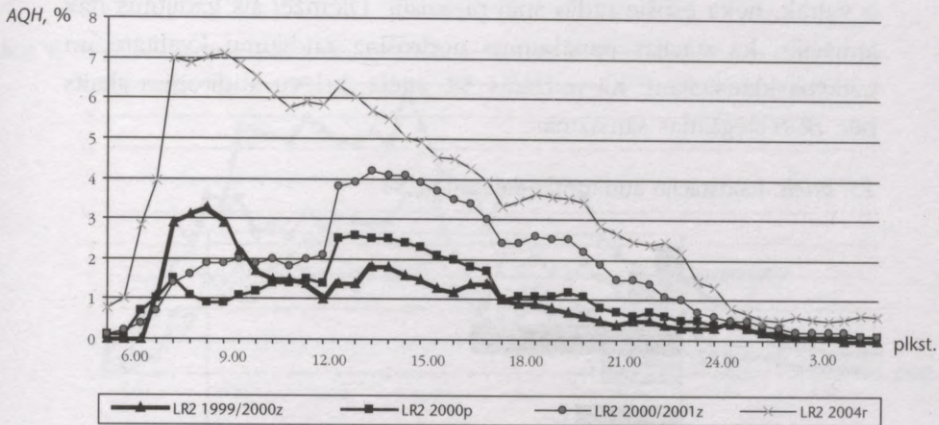
Avots: TNS Latvia

Latvijas Radio otrā programma mainījās pakāpeniski. 1990. gada oktobrī LR krievu redakcija sāka raidīt rīta informācijas un mūzikas programmu «Doma laukums» (no plkst. 7.00 līdz 9.00) tehniskajā kanālā, kurā tika retranslēta Vissavienības radio 1. programma. Pēc retranslācijas izbeigšanas 1991. gadā atlikušo raidlaiku aizpildīja ar mūzikas un jauniešu raidījumiem ar tendenci uz AOR formātu. 1995. gadā LR nodibināja jaunatnes raidījumu redakciju, kas raidīja otrajā programmā ar nosaukumu Radio 99½. No 1997. gada septembra pēcpusdienā plkst. 12.00–17.00 skanēja tikai latviešu komerciālā mūzika, un šajās stundās stacija spēja savākt vislielāko radio auditorijas daļu (12–13 procentu), atpaliekot tikai no LR1. Šajā pašā gadā programma ieguva jaudīgāku raidītāju, atdodot 99,5 MHz frekvenci jaunai krievu raidstacijai *Biznes&Baltija* (*B&B*). Misēklis ar nosaukumiem turpinājās līdz nākamajam gadam, kad Radio 99½ tika pārdēvēts par LR2. 2000. gadā LR krievu redakcija ieguva savu raidītāju un LR2 šlagermūzikas formātā sāka raidīt visu diennakti. Tas ļāva jau pirmajos mēnešos gandrīz dubultot savu auditorijas daļu, bet pēc diviem gadiem LR2 kļuva var vispopulārāko radio staciju. Kanāla auditorijas daļa palielinājās no 4 procentiem 1995. līdz 24 procentiem 2005. gadā. Savukārt LR1 pat zaudēja pozīcijas privātajam «Radio *SWH*», kas pakāpeniski veidoja nacionālo tīklu (skat. 23. attēlu). 2004. gadā visu radio auditorija turpināja pieaugt.

24. attēlā ir redzams, ka LR2 klausītāju skaits piecu gadu laikā ir pakāpeniski palielinājies visās dienas stundās. Pirmajos mēnešos vēl bija vērojams auditorijas kritums rīta stundās, jo līdz 2000. gadam šajā laikā skanēja krievu programma «Doma laukums».

Radio *B&B* bija satricinājis Rīgas krievu komercradio tirgu. Uzsākot raidīšanu 1997. gada martā, *B&B* nespēja konkurēt ar senākām krievu stacijām. Bet pēc tam kad 2000. gadā *B&B* frekvencē ieskanējās Maskavas populārākās mūzikas stacijas *Русское радио* balss, Radio *PIK*, *MIX FM* un *SWH+* auditorija saruka. *B&B* auditorijas daļa palielinājās no 1 procenta 1999. gada beigās līdz 7 procentiem 2000. gada martā, bet Rīgas nelatviešu mērķauditorijas daļa – no 2 līdz 25 procentiem (skat. 25. attēlu). *B&B* saglabāja stabilas pozīcijas Rīgas krievu radio tirgū (skat. 26. attēlu). Ģalvaspilsētā *B&B* ne tikai apsteidza visas raidstacijas, bet arī piesaistīja uztvērējiem pavisam jaunus

24. attēls. LR2 auditorija Latvijā, darbdienu, 1999–2004, AQH, %



Avots: TNS Latvia, ziema 1999/2000, pavasaris 2000, ziema 2000/2001, rudens 2004

klausītājus. Dažu mēnešu laikā kopējais klausītāju skaits Latvijā pieaudzis no 76 līdz 87 procentiem (skat. 22. attēlu). Maskavas programma bija skaidrāka, saskanīgāka, ar profesionālāku mūzikas rotāciju un saistošiem didžejiem.

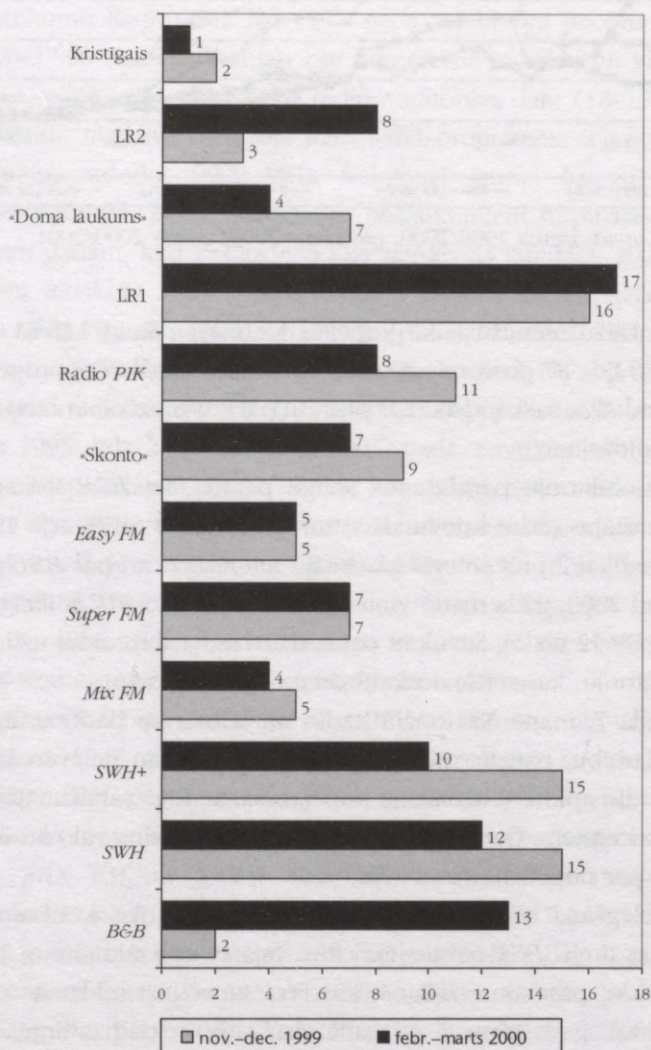
Dati par auditoriju pārklāšanos spilgti parāda, ka *B&B* ātri spēja atņemt klausītājus citām krievu stacijām, īpaši «Radio *SWH+*». Ja 1999. gada nogalē tikai 7 procenti tās klausītāju interesējās arī par *B&B* programmu, tad 2000. gada martā viņu bija jau 24; Radio *PIK* attiecīgi 17 un 40; *Mix FM* 12 un 24. Savukārt pašai *B&B* izdevies izveidot uzticīgu stabili auditoriju, kas retāk noskaņojās uz citām stacijām.

2002. gada 7. martā Nacionālā Radio un televīzijas padome apturēja *B&B* darbību, pamatojoties uz valodas proporciju neievērošanu. 14. martā radio apklusa, klausītāju kopējais skaits Rīgā samazinājās no 85 uz 80 procentiem. Gadu vēlāk Satversmes tiesa atzina valodas ierobežojumus par nekonstitucionāliem.

Stacijas slēgšana bija viena epizode radio industrijas konkurencē par reklāmas tirgu. *B&B* retranslēja citur sagatavotos raidījumus, gandrīz neieguldot pašmāju ražošanā, kas ļāva samazināt reklāmas izceļojumus. 2001. gada pirmajā pusgadā visu radio reklāmas tirgus nokrita līdz 12,7 procentiem (iepriekšējā gadā tas bija 16,4 procenti,

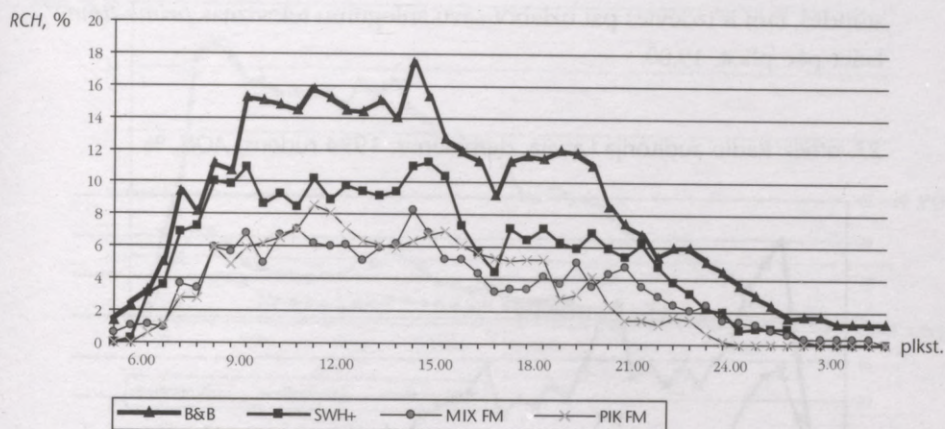
(skat. 14. tabulu). *Русское радио* parādīja, ka radio klausīties gribētāju ir vairāk, nekā esošie radio spēj piesaistīt. Diemžēl šis gadījums nav iemācījis, ka stacijas panākumus nodrošina raidījumu kvalitāte un uzticība klausītājam. Kā redzams 38. attēlā, krievu auditorijas skaits pēc *B&B* slēgšanas samazinās.

25. attēls. Raidstaciju auditorijas daļas Rīgā, %



Avots: TNS Latvia

26. attēls. Krievu radio auditorija Rīgā, 2001/2002, ziema, nelatvieši, darbdienas, RCH, %



Avots: TNS Latvia

14. tabula. Reklāmas tirgus Latvijā

	2000	2001	2002	2003	2004
Reklāma medijos, milj. LVL	30	34,2	40,5	43,1	49,3
Radio daļa, %	16,4	12,6	12,5	12,4	11,9

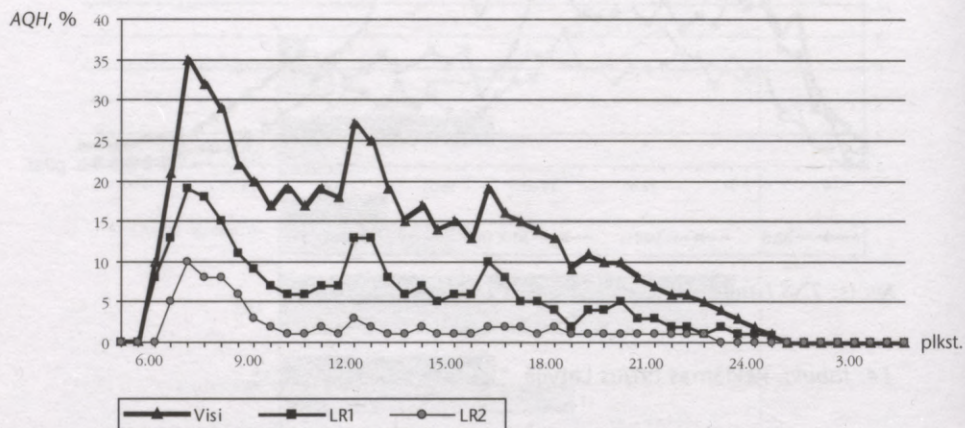
Avots: TNS Latvia

Auditorijas dinamika diennakts laikā

Radio auditorijas dinamika darbdienās Latvijā ir parādīta 27.–32. attēlā. 1997.–1999. gadā, samazinoties kopējam klausītāju skaitam, iztaisnojās dienas klausīšanās likne (skat. 33. attēlu). Darbdienās tradicionāli visvairāk klausītāju ir plkst. 7.00–7.30. Taču, ja vēl 90. gados auditorija samazinājās pēc rīta bloka, lai atgrieztos pie uztvērējiem plkst. 12.00 un 16.00 garo informatīvo raidījumu «Pusdienu» un «Pēcpusdienu» laikā, tad tagad cilvēki jau vienmērīgi seko radio raidījumiem dienas garumā. Radio ir kļuvis par visuresošo un visur sasniedzamo fonu, tagad ir vairāk

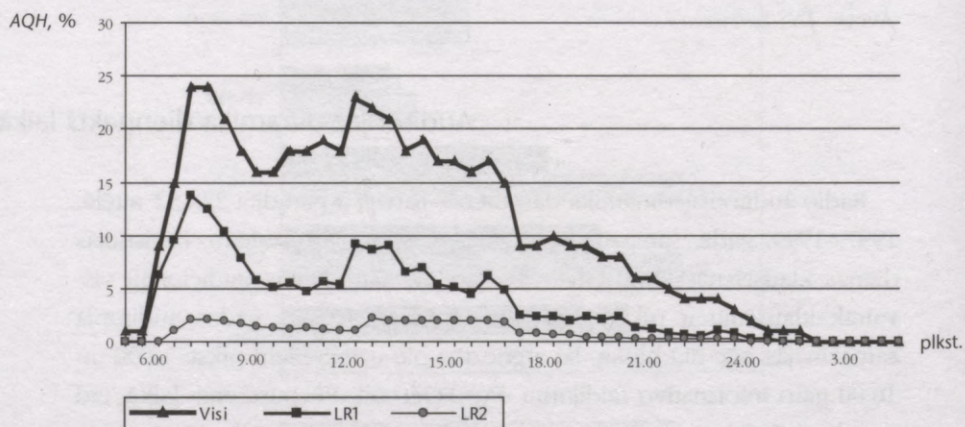
iespēju klausīties mūzikas radio kā fonu automašīnā un strādājot pie datora. 2000. gadā klausītāju skaits manāmi palielinājies visās dienas stundās, tam ir izdevies pat uzlabot savu sniegumu televīzijas *prime-time* laikā pēc plkst. 19.00.

27. attēls. Radio auditorija Latvijā, darbdienas, 1994 rudens, AQH, %



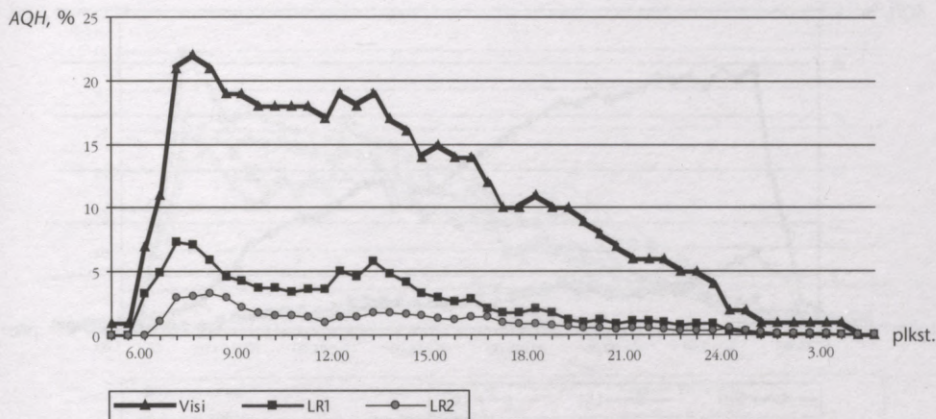
Avots: TNS Latvia

28. attēls. Radio auditorija Latvijā, darbdienas, 1996 rudens, AQH, %



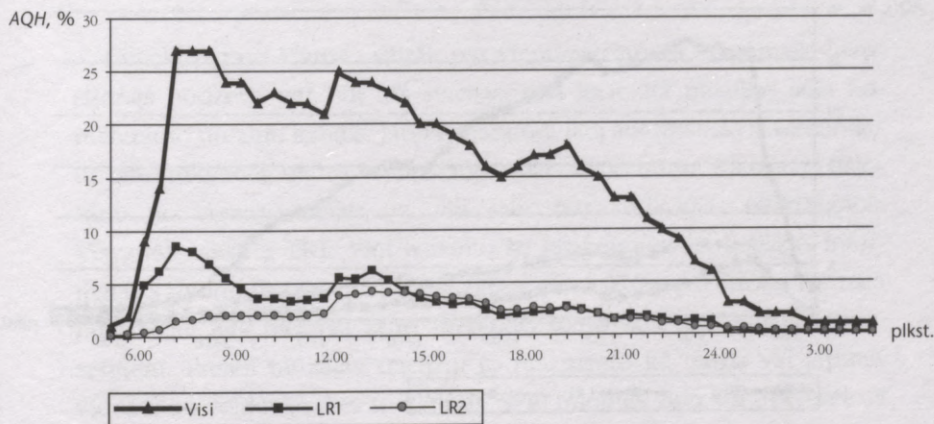
Avots: TNS Latvia

29. attēls. Radio auditorija Latvijā, darbdienu, 1999/2000 ziema, AQH, %



Avots: TNS Latvia

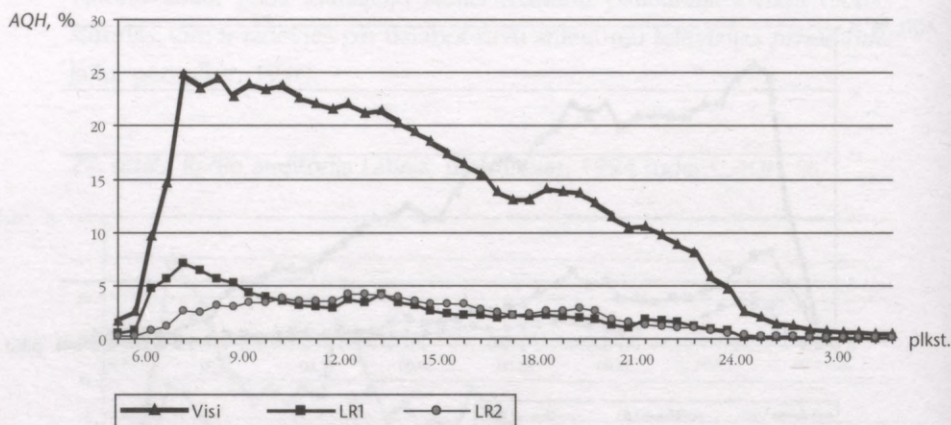
30. attēls. Radio auditorija Latvijā, darbdienu, 2000/2001, ziema, AQH, %



Avots: TNS Latvia

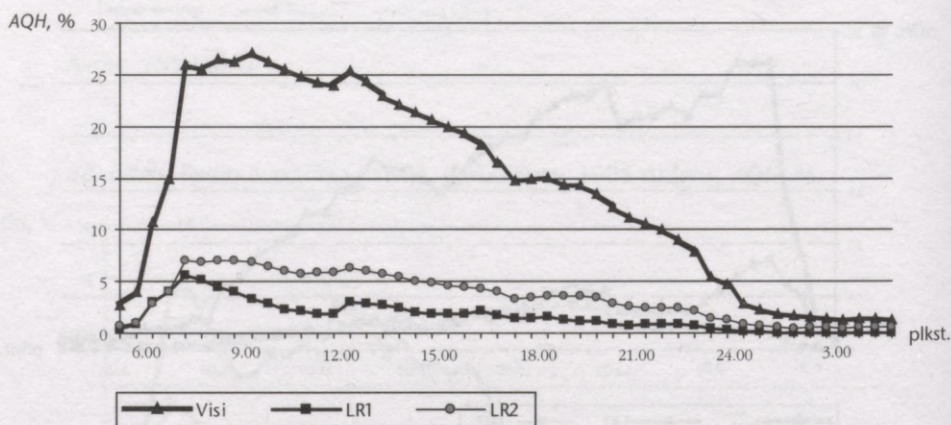
Radiožurnālistika

31. attēls. Radio auditorija Latvijā, darbdienu, 2001, rudens, AQH, %



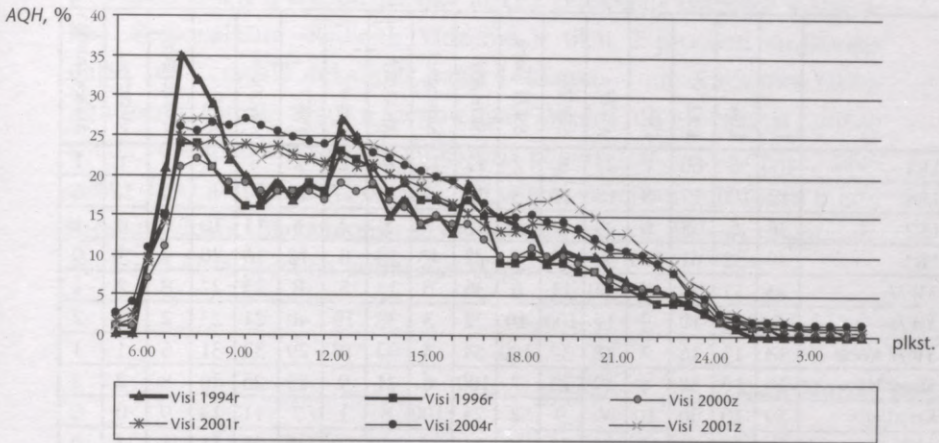
Avots: TNS Latvia

32. attēls. Radio auditorija Latvijā, darbdienu, 2004, rudens, AQH, %



Avots: TNS Latvia

33. attēls. Kopējā radio auditorija Latvijā, darbdienās, 1994–2004, AQH, %



Avots: TNS Latvia, rudens 1994 un 1996, ziema 1999/2000 un 2000/2001, rudens 2001, 2004

Raidstaciju izvēle

Cilvēki parasti klausās vairāk par vienu staciju. Tā saucamajā «klausīšanās budžetā» var būt trīs stacijas: divi iecienītā mūzikas stila komercradio un ziņu kanāls. Jaunā aparatūra ļauj automātiski noskaņoties uz citu frekvenci, un tas veicina auditorijas nenoturību. Klausītāju ceļošanu no vienas stacijas uz citu sauc par auditorijas pārklāšanos. Visvairāk viesu ir LR1. Viņi izmanto šo programmu kā lietīšķas informācijas avotu. Tas liecina, ka šī programma kļūst par bloka formāta raidstaciju, kas piedāvā šauri mērķētus tematiskos raidījumus interesentiem. Pretēji mūzikas stacijām to neizmanto kā darba vai atpūtas vides fona veidotāju, bet to klausās 5–30 minūtes ziņu vai interesējošā raidījuma laikā. Dienas klausīšanās grafiks bloka formātā nav tik vienmērīgs kā mūzikas radio. LR1 klausītāju skaits ir liels rīta stundās līdz aptuveni pusdeviņiem, tad strauji samazinās un uzlec plkst. 12.00, 16.00 un 18.00, kad skan analītiskās ziņu pārraides.

Kā ir redzams 15. tabulā, Rīgas mūzikas raidītājiem ir nestabilas auditorijas, vairāk nekā piektā daļa klausītāju bieži pārslēdzas uz 5–8 citiem kanāliem. Piemēram, no SWH uz LR2 (45 procenti), uz Star FM

15. tabula. Auditoriju pārklāšanās

	LR1	LR4	LR2	LR3	SWH	SWH+	SWH Rock	Star FM	Kristīgais	MIX FM	Nova	PIK	«Skonto»	EHR	Kurzemes	«Alise+»	Maksimums
LR1	100	6	60	7	24	3	2	12	12	4	2	2	8	9	5	1	1
LR4	10	100	17	8	18	17	3	12	3	17	14	17	10	8	2	12	6
LR2	38	6	100	6	29	4	2	18	7	5	2	3	11	16	6	0	1
LR3	49	32	61	100	39	14	8	22	13	18	8	12	16	20	9	3	0
SWH	23	11	45	5	100	11	6	36	6	13	5	8	23	27	8	2	1
SWH+	5	18	10	3	19	100	10	22	3	38	19	40	21	23	2	2	2
SWH Rock	13	13	16	7	38	39	100	34	3	32	18	29	32	31	5	1	1
Star FM	16	10	38	4	49	18	7	100	6	21	9	15	26	40	8	2	2
Kristīgais	59	10	60	10	30	9	2	24	100	8	1	7	11	13	9	0	0
MIX FM	8	22	14	5	26	46	10	31	3	100	20	46	26	31	1	1	0
Nova	8	10	11	5	21	47	12	29	1	41	100	43	24	44	4	2	2
PIK	5	20	9	3	17	48	9	22	3	46	20	100	22	19	11	0	0
«Skonto»	16	13	34	5	47	25	10	38	4	26	11	22	100	27	3	2	1
EHR	13	7	36	4	38	19	7	41	4	21	14	13	19	100	10	0	1
Kurzemes	32	8	60	8	52	7	5	39	11	4	6	3	11	48	100	0	0
«Alise+»	4	34	3	2	7	6	1	5	0	2	2	0	6	1	0	100	43
Maksimums	7	25	6	0	9	7	1	13	0	2	3	0	4	4	0	66	100

Avots: TNS Latvia, vasara – rudens 2004

(36), «Skonto» (23) un EHR (27), LR1 (23); no SWH+ uz Star FM (22), MIX FM (38), PIK (40), «Skonto» (21), EHR (23). Sevišķi nestabila ir MIX FM auditorija, kas uzmanību sadala vēl starp astoņiem citiem radio. Iemesls ir formātu nekoncekvences: programmas liecina par neskaidriem priekšstatiem par mērķauditorijām.

Dati par Rīgas raidstaciju auditorijas lielumu ir apkopoti 16. tabulā.

Ārpus Rīgas

Reģionālās raidstacijas ir populāras savos reģionos, lai gan atpaliek no nacionālajiem tīkliem. 2004. gadā nacionālie radio ir lideri Kurzemē: LR2 klausās 33, LR1 – 16, EHR – 11, SWH – 9 procenti. Liepājas radio piesaista 9 un Kurzemes radio 5 procentus auditorijas daļas (2004. gada

vasaras – rudens dati). Vidzemē un Zemgalē vietējais radio nav tik populārs. Līderi ir nacionālie tīkli ar LR2 priekšgalā (trešdaļa auditorijas). Reģionālajam «Radio-3» Vidzemē ir tikai 2 procenti auditorijas daļas, bet Zemgalē «Jēkabpils radio 1» klausās 4 un «Kurzemes radio» 2 procenti. Latgalē tirgus ir vienmērīgāk sadalīts, un tur vietējie raidītāji strādā veiksmīgāk. Visvairāk auditorijas paņēma vietējā «Alise+» (17 procentu daļa), tikpat ir LR4 un LR2. Arī citiem vietējiem raidītājiem ir labi rezultāti: «Radio Maksimums» 9, «Radio Daugavai» 6, «Radio Latgalei» 5, «Radio Ef-Ei» 4 procenti auditorijas daļas.

Klausīšanās vieta

Latvijas klausītāju uzvedībā ir vērojamas tādas pašas tendences kā Rietumeiropā. Pēdējo gadu laikā arvien biežāk radio klausās darba vietās. Salīdzinot ar deviņdesmitajiem gadiem, tagad radio vairāk klausās priekšpusdienā plkst. 9.00–12.00 (skat. 33. attēlu). Tāpēc arī dienas klausīšanās likne ir kļuvusi līdzienāka, bez krasas eksplozijas plkst. 12.00 un 16.00, kā tas bija pirms desmit gadiem.

Visilgāk radio klausās darbā, un darbadienās radio kā mediju izmanto vairāk cilvēku nekā brīvdienās. Mājās klausās vairāk par trim stundām, bet, braucot mašīnā, vairāk par divām stundām dienā. Auto- mašīnu skaits uz vienu iedzīvotāju desmit gadu laikā ir palielinājies 2,8 reizes, paplašinot potenciālo radio auditoriju. Ja 2004. gada rudenī radio auditoriju veidoja 1,66 miljoni iedzīvotāju, no tiem mašīnā plkst. 8.00 klausījās 10 procenti jeb 0,16 milj. Te auditorijas pieaugums ir vērojams no 7.00 līdz 9.00 un no 17.00 līdz 19.00. Brīvdienās automobiļos radio klausās 2,5 reizes mazāk cilvēku.

Ar LR datorceha inženieru palīdzību esam analizējuši interneta lietotāju pieslēgšanos LR programmām un arhīvam, lai noskaidrotu lietotāju skaitu un diennakts dinamiku. Četru programmu un audioarhīva lietotāju skaits tika reģistrēts ik minūti. Tehniski bija iespējams noteikt tikai *Windows Media* lietotājus, taču internetā LR piedāvā arī noklausīšanos *RealPlayer* režīmā. Pilotpētījums tika veikts 2005. gada maijā. Maksimāls vienlaicīgo lietotāju skaits ir aptuveni 500 cilvēku

16. tabula. Raidstaciju vidēja 15 minūšu auditorija, AQH tūkstoši

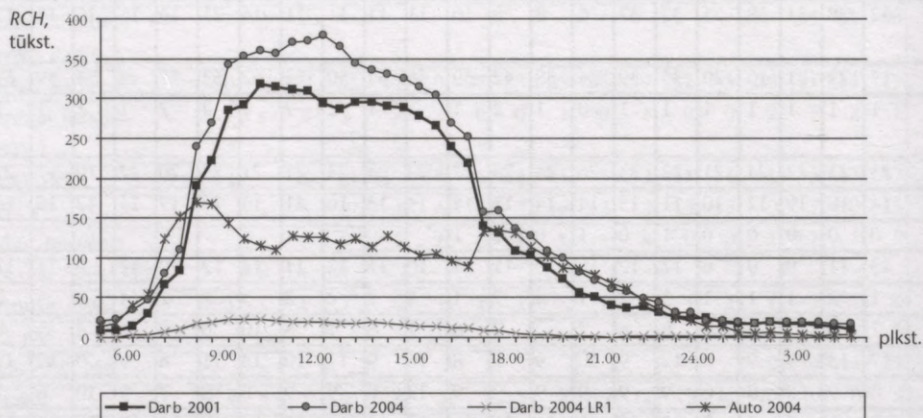
	Rudens 1994	Ziema 1994-1995	Pavasaris 1995	Vasara 1995	Rudens 1995	Ziema 1995-1996	Pavasaris 1996	Vasara 1996	Rudens 1996	Ziema 1996-1997	Pavasaris 1997	Vasara 1997	Rudens 1997	Ziema 1997-1998	Pavasaris 1998	Vasara 1998	Rudens 1998	Ziema 1998-1999	Pavasaris 1999	Vasara 1999	Rudens 1999	Ziema 1999-2000	Pavasaris 2000	Vasara 2000	Rudens 2000	Ziema 2000-2001	Pavasaris 2001	Vasara 2001	Rudens 2001	Ziema 2001-2002	Pavasaris 2002	Vasara 2002	Rudens 2002	Ziema 2002-2003	Pavasaris 2003	Vasara 2003	Rudens 2003	Ziema 2003-2004	Pavasaris 2004	Vasara 2004	Rudens 2004	
Radio kopā		x							15	186	198	200	198	200	176	163	174	177	191	180	173	170	163	241	249	247	242	243	234	250	231	228	225	242	233	226	215	219	227	232	249	
Latvijas Radio 1	120	x	109	108	109	112	121	66	88	97	89	77	75	77	78	62	71	69	71	60	59	55	53	66	59	50	50	42	43	46	38	39	32	37	39	34	32	34	29	33	29	
«Doma laukums» Latvijas Radio 4		x													33	31	36	37	42	28	31	38	25	32	37	6	8	8	10	11	11	11	14	21	16	15	16	17	17	15		
Latvijas Radio 2	40	x	24	20	14	19	24	23	25	25	29	32	33	28	21	14	15	18	17	22	21	16	20	35	39	34	38	42	39	48	54	50	54	62	53	57	48	55	59	53	65	
«Klasika» Latvijas Radio 3	1	x	2	x	x	x	0	0	1	0	1	0	0	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	2	1	1	2	2	1	2	2	1	1	1	1	1		
Radio SWH	13	x	10	13	17	15	16	13	11	9	12	11	14	11	13	17	17	18	23	23	22	24	21	22	23	26	24	29	27	24	24	23	21	21	23	20	22	19	17	21	24	
SWH +		x	3	3	4	4	6	5	12	12	12	13	12	9	7	10	15	14	14	18	19	12	10	11	13	14	14	13	14	13	13	16	21	16	15	17	14	12	16	16	18	
Radio Amadeus		x	1	0	1	1	0	1	x	x	x	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	1													
Easy FM / Star FM		x																	13	11	9	9	8	12	12	15	10	11	14	10	11	12	11	12	12	10	11	9	11	11	10	
Kristīgais radio	1	x	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	2	1	1	1	3	2	1	4	2	1	4	2	2	2	3	2	2	4	3	4	2	3	
MIX FM		x														7	5	6	7	8	7	5	4	6	8	7	7	7	6	7	8	7	8	10	6	6	6	4	5	8	8	
«Radio 100 FM»		x												9	14	15	11	16	17	13	9	9	8	12	9	10	9	7	8	10	9	11	10	13	11	8	9	9	12	12	13	
«Skonto»	4	x	2	2	2	3	5	5	8	9	12	15	12	10	10	8	9	6	8	9	8	8	6	9	9	9	9	9	9	12	8	9	9	8	8	7	9	10	8	7	11	
Super FM / European Hit Radio		x	19	19	14	7	9	8	10	6	10	8	12	12	9	7	6	7	7	5	7	7	7	13	15	15	12	16	11	14	13	13	11	11	10	10	13	13	16	16		
SWH Rock		x																													1	2	2	2	1	1	1	2	2	2		
Radio Nova (Europa Plus)		x																														1	2	2	2	3	4	3	3	5		
«Radio NABA»		x																																0	1	0	1	1	2	1	0	
Capital FM		x																																		0	1	1	1	0	0	
Gold FM		x																																						1	0	
Biznes & Baltija		x																																								
«Radio KNZ»		x																																								
«Radio 2»	17	x	14	9	9	9	14	6	3	4																																
«R & R»	0	x	1	1	1	2	1	1	2	3	1																															
«Radio 2 A»	2	x																																								
«Radio Rīgai 106,2» / «Radio Rīgai»	5	x	6	7	8	10	10	9	8	8	9	8	7	3	4	7	6	7																								
«Radio 99 1/2»		x	2	5	6	10	13	25	20	23	19	19	19	26																												
«Radio 102,7 FM»		x	3	10	12	16	17	12	16	10	16	16	13	12	11																											

x – mērījumi nav veikti

Avots: TNS Latvija

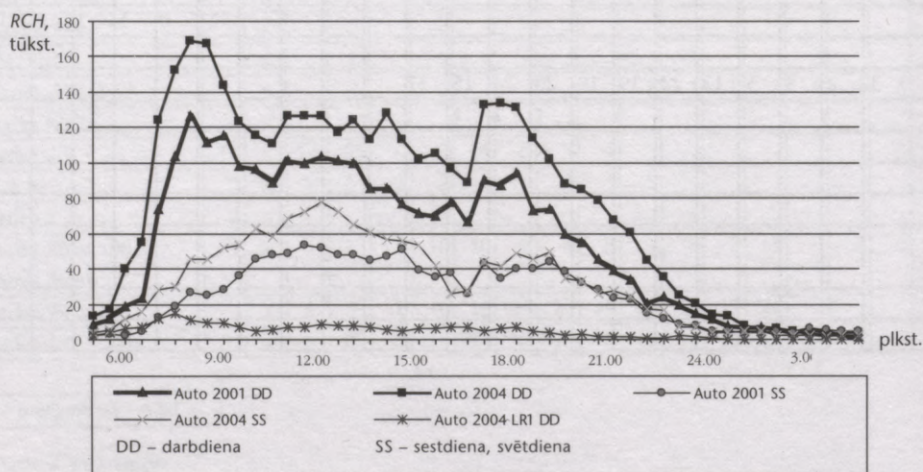
minūtē priekšpusdienā. Visvairāk interneta klausītāju ir LR2, pirmo programmu klausās vienlaikus līdz 130 cilvēku, bet 10–20 lietotāju arhivētos raidījumus. Latvijas iedzīvotājiem joprojām ir maz interneta pieeļģumu mājās, tāpēc klausīšanās vakarā LR auditorijā ir izteikti nepopulāra.

34. attēls. Radio auditorija automašīnā un darbā, Latvijā, darbdienas, RCH, tūkst.



Avots: TNS Latvia, rudens 2001 un 2004

35. attēls. Radio auditorija automašīnā, darbdienas un brīvdienas, RCH, tūkst.

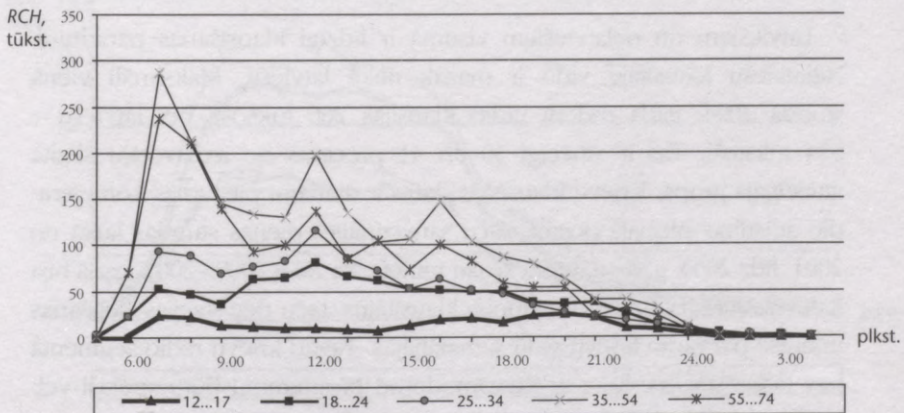


Avots: TNS Latvia, rudens 2001 un rudens 2004

Klausītāju skaita sadalījums pa vecuma grupām ir vienmērīgi proporcionāls Latvijas iedzīvotāju vecuma struktūrai. Salīdzinot klausīšanās intensitāti dienas garumā, ir novērojamas būtiskas paradumu atšķirības. Komerציālā radio nākotnei īpaši patīkams fakts ir tas, ka cilvēki aktīvajā vecumā ir lieli radio cienītāji. Tādējādi radio reklāma var sasniegt reklāmdevējiem vēlamu segmentu. Cilvēki vidējā vecumā no 25 līdz 44 gadiem daudz klausās radio darba laikā, šajā grupā nav izteiktu šoferu stundu, bet, darba dienai sākoties, auditorija pat pieaug. Paaudze, kas ir vecāka par 45 gadiem, saglabā klausīšanās paradumus, kas atgādina LR1 klausīšanās likni 1994. gadā (skat. 36. un 37. attēlu), t. i., pirms mūzikas radio ekspansijas Latvijas ēterā. Šajā grupā maksimuma stundas ir pulksten 7.00–8.00, pusdienlaiks, neliels pieaugums pulksten 17.00–19.00.

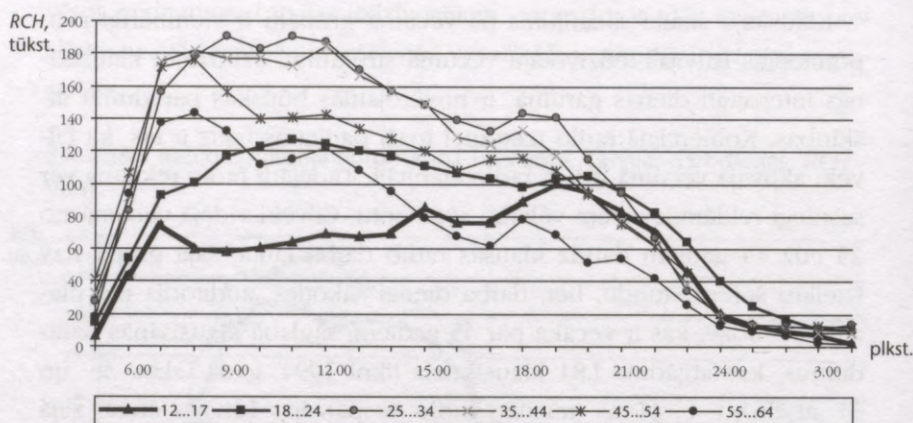
Pusaudžu auditorija sāk palielināties, kad sarūk pieaugušo klausītāju skaits. Skolēniem radio palīdz uzturēt autonomiju no vecākiem, kuri šajā laikā skatās televīziju. Veicot mājasdarbus vai spēlējot datorspēles, skolēni izmanto radio kā skanošo fonu. Tieši jaunieši 12–24 gadu vecumā ir visaktīvākā vakara auditorija savā vecuma grupā.

36. attēls. Radio auditorijas dinamika vecuma grupās, Latvijā, darbdiēnās, 1994. RCH, tūkstoši



Avots: TNS Latvia, rudens 1994

37. attēls. Radio auditorijas dinamika vecuma grupās, darbdienas, 2004, RCH, tūkstoši



Avots: TNS Latvia, rudens 2004

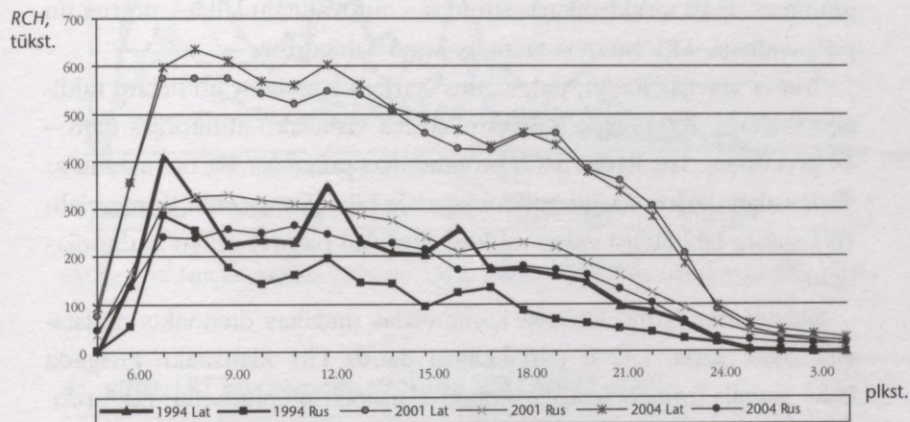
Klausīšanās paradumi vecuma grupās strauji mainās 90. gadu pirmajā pusē, bet pēc 2001. gada būtisku pārmaiņu nav. Komerciālais mūzikas radio ir ieviesis jaunus radio lietošanas paradumus fonā, ko pakāpeniski ir pieņēmušas dažāda vecuma auditorijas.

Valoda

Latviešiem un nelatviešiem visumā ir līdzīgi klausīšanās paradumi. Nelatviešu klausītāju vidū ir mazāk nekā latviešu. Maksimāli vienā stundā 2004. gada rudenī radio klausījās 266 tūkstoši, bet latviešu – 574 tūkstoši. Tas ir attiecīgi 30 un 41 procents no iedzīvotāju skaita attiecīgajā grupā. Krievu klausītāju skaits ir manāmi pieaudzis komercradio attīstības pirmajā posmā, taču samazinājies dienas stundās laikā no 2001. līdz 2004. gadam. Iepriekš jau minēts, ka B&B 2000.–2002. gadā bija izdevies piesaistīt pavisam jaunus klausītājus, taču pēc stacijas slēgšanas interese par radio krievu vidū samazinājās. Tagad krievu radio segmentā nav tādas stacijas, kura ar savu moderno programmu būtu spējusi veicināt jauna dzīves stila izpausmi arī radio klausīšanās paradumos.

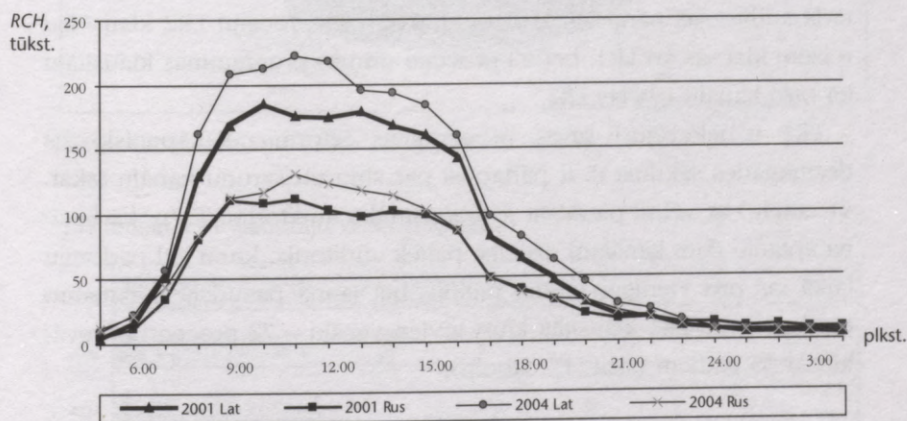
Citādi klausīšanās paradumi ir līdzīgi. Klausīšanās dinamika dienas laikā ir izlīdzinājusies abu valodu auditorijās, daudzi klausās radio darba vietā.

38. attēls. Radio auditorijas dinamika, latvieši un nelatvieši, darbdienas, RCH, tūkstoši



Avots: TNS Latvia, rudens 1994, 2001 un 2004

39. attēls. Radio klausīšanās darba vietā, latvieši un nelatvieši, darbdienas, RCH, tūkstoši



Avots: TNS Latvia, rudens 2001 un 2004

Tendences sabiedriskajā radio

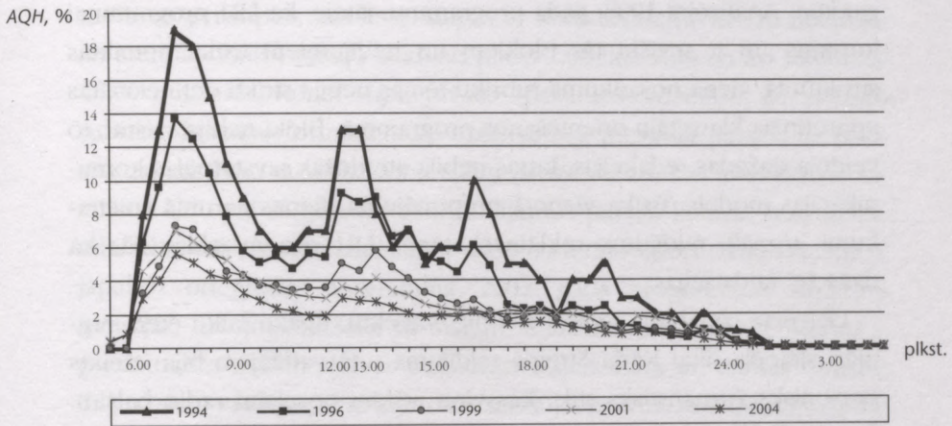
Rodoties arvien jauniem komercraidītājiem Rīgā 90. gadu pirmajā pusē, LR1 pakāpeniski zaudēja auditoriju, valsts radio vēl nespēja izprast iedzīvotāju dzīves stila pārmaiņas. Bija nepieciešams dinamisks, derīgu informāciju sniedzošs radio, nevis gausas un pamācošas programmas. Īpaši visaktīvākajās stundās – autovadītāju laikā – no rīta un pēcpusdienā. LR1 zaudēja ziņotāja lomu sabiedrībā.

Tomēr Latvijas Radio, pateicoties četriem kanāliem un lielam raidītāju skaitam, 2004. gadā joprojām savāca vislielāko auditorijas daļu – 44 procentus. Trīs Radio *SWH* programmas pulcināja 17, bet astoņu ar *EHR* sadarbošos staciju auditorijas daļa bija 15 procenti. KomercIALIZĒTĀ satura LR2 ļāvusi valsts raidorganizācijai paturēt prāvu auditorijas daļu.

Kļūstot par pirmo latviešu komerciālās mūzikas diennakts raidstaciju 2000. gadā, LR2 ir pārvilinājusi daudz LR1 klausītāju. Pusgada laikā jaunais formāts izraisīja strauju klausītāju pieplūdumu: no 5 procentiem 1999. gada decembrī līdz 13 procentiem 2000. gada maijā. 2002. pavasarī LR2 apsteidza visas raidstacijas, sasniedzot 24 procentus auditorijas daļas. LR2 ir piesaistījis arī pirmās programmas auditoriju pensijas vecumā. Šī LR2 auditorijas daļa izauga no 8 procentiem 2001. gada sākumā līdz 32 procentiem pēc četriem gadiem. Agrākā LR1 pastāvīgā auditorija tagad kā pamata kanālu izmanto LR2. To pierāda auditorijas pārklāšanās dati: aptuveni 40 procenti LR2 klausītāju reizēm klausās arī LR1, bet 60 procenti pirmās programmas klausītāju kā otro kanālu izvēlas LR2.

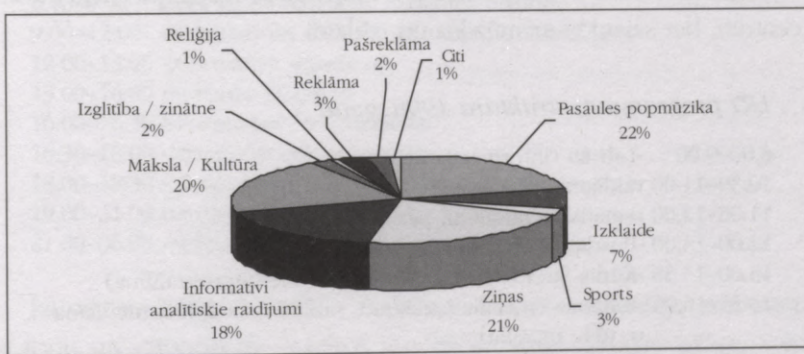
LR1 ir iekavējusi savas programmas reformu. Pakāpeniski šīs desmitgades sākumā tā ir pārtapusi par ziņu un sarunu kanālu (skat. 41. attēlu) ar vēlmi piesaistīt gados jaunāko auditoriju. Taču, kā liecina aptauju dati, kanālam uzticīga paliek auditorija, kurai vēl padomju laikā tas bija vienīgais audio medijs, bet jaunā paaudze to izmanto nelabprāt, un LR1 klausītāji kļūst arvien vecāki – 72 procenti ir vecāki par 55 gadiem (skat. 17. tabulu).

40. attēls. LR1 auditorijas dinamika, darbdienas, 1994–2004, AQH, %



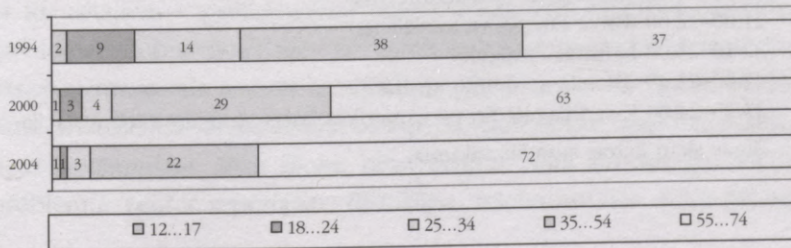
Avots: TNS Latvia, rudens 1994 un 1996, ziema 1999/2000 un rudens 2001, 2004

41. attēls. LR1 programmas struktūra 2002./2003. gadā



Avots: Latvijas Radio

17. tabula. LR1 klausītāju vecuma grupas



Avots: TNS Latvia

Programmas saturs tika pieskaņots sociāli mazāk aktīvas auditorijas gaidām. Analizējot 1998. gada programmu, jāteic, ka LR1 programmai kopumā un it sevišķi tās blokiem un raidījumiem trūka noteiktas struktūras, viena nosaukuma rubriku tēmas nebija strikti definētas; tas apgrūtināja klausītāju orientēšanos programmā. Bloki nebija saistīti, to veidoja dažādas redakcijas, kuras nebija atradušas savstarpējas komunikācijas modeli. Trūka vienotā noformējuma dienas garumā (pieteikumi, signāli, raidījumu reklāmas), tāpēc LR1 reizēm izklausījās kā dažādas raidstacijas.

LR1 maz izmantoja radio personības efektu. Ilgāku laiku ēterā regulāri skanēja tikai Kārļa Streipa raidījums – tā vadītājam bija izteikts personisks žurnālistisks stils, kas viņu atšķīra no citām radio balsīm. Šim raidījumam bija arī visaugstākais reitings. Kā redzams 40. attēlā, 1999.–2001. gadā Streips spēja noturēt auditoriju pēc pusdienlaika informācijas bloka.

LR1 raidījumos nebija novilkta robeža starp informāciju, izglītošanu un izklaidi. Teksta raidījumos informācija nebija pasniegta koncentrēti, bet sajaukta ar mūziku un izklaidi.

LR1 programmas struktūra 1998. gadā

- 6.00–9.00 «Labrīt!» (informācija un mūzika)
 - 10.30–11.00 raidījums bērniem
 - 11.08–12.00 tematiskie raidījumi par ekonomiku
 - 12.00–13.00 «Pusdiens» (informācija un mūzika)
 - 13.00–13.35 «Kārlis Streips dod vārdu jums» (telefonprogramma)
 - 13.35–16.00 «Kāpnes» (sociālie jautājumi, sabiedrības dzīve, medicīna u. tml.; mūzika)
 - 16.00–17.00 «Pēcpusdiens» (informācija un mūzika)
 - 17.07–18.00 raidījums bērniem un skolēniem
 - 18.07–18.30 raidījums par kultūras jautājumiem
 - 18.30–19.00 «Diskusija radiostudijā»
 - 19.08–20.00 «Monopols» (portretintervija)
 - 21.00–22.00 «Brīvā Eiropa» (retranslācija)
 - 22.15–23.00 kultūras raidījums
 - 23.00–23.25 «Dienas notikumu apskats»
 - 23.25–24.00 Zviedrijas Radio un «Amerikas balss» raidījuma retranslācija
- Ziņas skan katras stundas sākumā.

Citus klausītājus ir iespējams piesaistīt, izmantojot bloka programēšanas principus, kas ir saskaņoti ar klausītāju aktivitātēm noteiktajās stundās. Autovadītāju laikā no plkst. 7.00 līdz 9.00 un no 16.00 līdz 18.00 ir jāraida vairāk ziņu, preses apskatu, komentāru, īsu lietišķu rubriku. Mūzikas formāta radio uzdevums ir piesaistīt paraduma klausītājus, kas lieto radio kā fonu citām darba vai atpūtas aktivitātēm, savukārt ziņu vai sarunu formāta raidījumus parasti klausās instrumentālie klausītāji, kuri mērķtiecīgi meklē noderīgu informāciju. Viņiem ir jāpalīdz orientēties programmā. 2002. gadā programmas struktūra mainījās, tuvojoties teksta formātam ar izteiktiem blokiem. Mērķis – pieskaņoties sociāli aktīvās auditorijas vajadzībām un dienas ritmam. Tagad skan vairāk sporta ziņu, kas saista jauno vīriešu auditoriju, garie informatīvie bloki plkst. 16.00 un 18.00 ir ērti ziņu avoti cilvēkiem, kas beidz darbadienu un vada automašīnu.

LR1 programmas struktūra 2002. gadā

- 6.00–9.00 informatīvi muzikāls raidījums «Labrīt»
- 9.00–12.00 raidījumu un diskusiju «Studija no 9 līdz 12»
- 12.00–13.00 informatīvā «Pusdiens»
- 13.00–16.00 raidījums «Kāpnes»
- 16.00–16.30 informatīva «Pēcpusdiens»
- 16.30–18.00 «Monopols ceļā un mājās»
- 18.00–18.30 informatīvais «Dienas notikumu apskats»
- 19.00–21.00 bērniem un jauniešiem
- 21.00–06.00 raidījumu atkārtojumi

Jaunai struktūrai ir lielāka noteiktība un bloka iekšējā struktūra. «Labrīt» un «Monopols» veidojas uz AC mūzikas formāta bāzes, taču nav izdevies panākt visas raidstacijas vienotu stilistiku un atpazīstamību. Vakara un nakts stundas ir pārblīvētas ar gariem raidījumu atkārtojumiem, bet nav specifisku raidījumu, piemēram, telefonsarunas ar klausītājiem – psiholoģiskās konsultācijas. Īsas mūzikas pārraides nav tematiski pieteiktas, taču tās varētu mērķtiecīgi veidot kā izglītojošas. Neizmantotais resurss ir sadarbība ar auditoriju raidījumu veidošanā. Klausītājus varētu aicināt diskusijās, dalīties pieredzē par noteiktiem jautājumiem. Visu bloku būtu vēlams veltīt sarunai par vienu problēmu: veidot reportāžas, diskusijas, telefonsarunas. Klausītājiem

patlaban ir dota iespēja piedalīties konkursos un uzdot jautājumus, taču parasti zvanītāji nevar sarunāties ar ekspertu studijā.

Viena no būtiskākajām problēmām, kas kavē kanāla audio tēla veidošanos, ir ētera «saimnieka» trūkums – ir maz spēcīgu, tembrāli skaistu sieviešu un vīriešu balsu ar labu runas tehniku un dialoga kultūru. Pēc plkst. 21.00 ēterā nav programmas vadītāja, kurš uzrunātu klausītāju LR1 vārdā, nosauktu pareizo laiku. Klausītāju lojalitātes stiprināšanai ir nepieciešams izveidot šo «sarunas biedru», laba paziņas tēlu, kurš nāk ciemos pie klausītāja ar ziņām un stāstījumiem. Balss kopā ar mūziku, runas tematiku un stilu ir radio identitāti veidojošs elements.

Vērtējot LR1 un LR2, un visu radio auditorijas diennakts dinamiku (skat. 27.–32. attēlu), ir redzams, ka LR1 daļa samazinājusies, bet kopējā likne kļuvusi līdzīgāka – cilvēki sāka vairāk klausīties mūzikas radio kā fonu darbadienas laikā. LR1 saglabāja klausītāju interesi par informatīvajiem blokiem plkst. 7.00, 12.00 un 16.00 – šeit auditorija relatīvi krasi palielinājās, taču ne tik daudz kā 1994. gadā. Liela daļa pusdienlaika auditorijas turpināja klausīties līdz plkst. 13.30, kad skanēja populāra telefonprogramma «Kārlis Streips dod vārdu jums».

Arī krievu «Doma laukums» ir zaudējis rīta auditoriju par labu mūzikas radio 102,7.

LR1 kā ziņu radio nespēj iekarot lielu skaitu autovadītāju interesi. LR1 2004. gada beigās to skaits sasniedza 390 tūkstošus, bet maksimālais šoferu daudzums plkst. 7.30 bija 15 tūkstoši jeb 4 procenti. Auditorijas vecuma struktūra liecina, ka vispār sociāli aktīvie cilvēki maz klausās ziņu kanālu. Ir jādomā par to, kā padarīt LR1 saturu un tēlu dinamiskāku un saistošāku aktīviem klausītājiem. Sevišķi jā rūpējas par jaunā publiskā tēla veidošanu, jo, atliekot programmas reformu, 90. gados LR nebija spējīgs piesaistīt gados jauno auditoriju, kas patlaban veido aktīvu sabiedrības daļu.

Vēl tomēr jānorāda uz aptauju datu nepilnību un rūpīgāku autovadītāju auditorijas paradumu analīzi. Ziņu radio klausās selektīvi, nevis fonā, tāpēc ir iespējams, ka, aizpildot klausīšanās dienasgrāmatas, respondenti aizmirst, ka uz 5–10 minūtēm bija pārslēgušies no mūzikas uz ziņu radio.

Laī gūtu priekšstatu par LR1 auditorijas diennakts dinamiku sociāli un ekonomiski aktīvu iedzīvotāju vidū, analizēšu datus par rīdzinieku radio lietošanas paradumu tendencēm 2004. gada pavasarī.

Klausīšanās vieta. Visās stundās dominē klausīšanās mājās. Tas nav pārsteidzoši, jo lielākā auditorijas daļa ir pensionāri. Stabila ir auditorija, kas klausās darbā jau no plkst. 7.00; tad palielinājums ir plkst. 9.00, kad iestādēs sākas darbs, un strauji sarūk pēc plkst. 16.00. Ļoti maz autovadītāju klausās LR1, tāpēc viņu dinamika jāmin tikai relatīvai ilustrācijai. Plkst. 12.00 autovadītāju skaits ir līdzvērtīgs mājās palikušai auditorijai. Bet raidījums «Pēcpusdiena» no plkst. 16.00 nodrošina otru autovadītāju klausītāju vilni. Svētdienās no 9.00 līdz 17.00 radio klausās vairāk pie stūres nekā mājās. Veiksmīgāk šajās stundās autovadītāju piesaista Radio *SWH*.

LR1 panāk trīs auditorijas uzplaukumus visā Latvijā laikposmos no plkst. 7.00–8.00, 12.00–12.30, 16.00–16.30 un 18.00–18.30, kad skan lielas ziņu pārraides. Trīs pirmie intervāli Latvijas Radio piesaistīja lielu auditoriju jau kopš 80. gadiem, tāpēc klausītāju uzvedību varētu uzskatīt par tradicionālu, bet dienas notikumu apskats plkst. 18.00 tika iekļauts programmā tikai 2003. gadā. 1996. gada grafikā (skat. 28. attēlu) auditorija strauji samazinājās pēc «Pēcpusdienas», bet 2004. gadā raidījuma atbilstība klausītāju dienas ritmam, viņu vajadzībām pēc jaunākās informācijas nodrošināja auditorijas atgriešanos sešos vakarā.

Mūzikas raidstacijām diennakts paiet mierīgāk, klausīšanas likne ir vienmērīgāka, bez īpašiem uzplaukumiem: mūzikas radio izmanto kā fonu, bet LR1 klausās mērķtiecīgi, izvēloties vajadzīgo raidījumu.

Latvijas raidstaciju darbiniekiem ir patīkams fakts, ka kopumā radio klausīšanās ir vienmērīgi sadalīta pa vecuma grupām un proporcionāli atbilst valsts iedzīvotāju vecuma sastāvam. Visvairāk radio klausītāju ir vecumā no 35 līdz 44 gadiem (18 procentu), vismazāk – vecuma grupā 12–17 gadu (11 procentu).

Pensionāri ir uzticīgi visiem četriem Latvijas Radio kanāliem un Kristīgajam radio, viņu daļa šeit pārsniedz vidējos rādītājus. Iedzīvotāji, kas ir vecāki par 55 gadiem, veido 72 procentus LR1, 62 procentus LR4,

35 procentus Kristīgā radio un 29 procentus LR2 auditorijas. Vidējais rādītājs Latvijas raidstacijām ir 25 procenti.

Studentu īpatsvars vislielākais ir *EHR* auditorijā, trīs reizes pārsniedzot vidējo skaitli. Studenti labprāt klausās rokmūziku (*SWH Rock*), taču tikai niecīga daļa «Radio NABA», kas bija domāts tieši studentu auditorijai.

Izteikts pusaudžu radio ir *EHR* – 42 procenti klausītāju ir 12–17 gadu veci, tas ir četrreiz vairāk nekā vidējais rādītājs. Jaunie cilvēki līdz 34 gadiem veido 40 procentu radio auditorijas, bet ļoti maz viņi klausās ziņu un sarunu radio – LR1 pieci procenti un LR4 septiņi procenti.

Reklāmdevējus interesējošā grupa – 25–54 gadus veci cilvēki – veido 51 procentu no radio klausītājiem Latvijā. Visvairāk viņu ir LR2 – 64 procenti, Radio *SWH* – 65 procenti, Radio *PIK* – 66 procenti un «Skonto» – 54 procenti. Vismazāk LR1 – 26 procenti.

Strādnieki ir lielākie komerciālās mūzikas patērētāji. Viņi pārsniedz vidējo radioauditorijas daļu šādās stacijās: LR2, Radio *SWH*, *Star FM*, *MIX FM*, Radio *Nova*, Radio *PIK*, «Skonto» un *Capital FM* auditorijās. Strādnieki veido lielāko šo kanālu auditoriju.

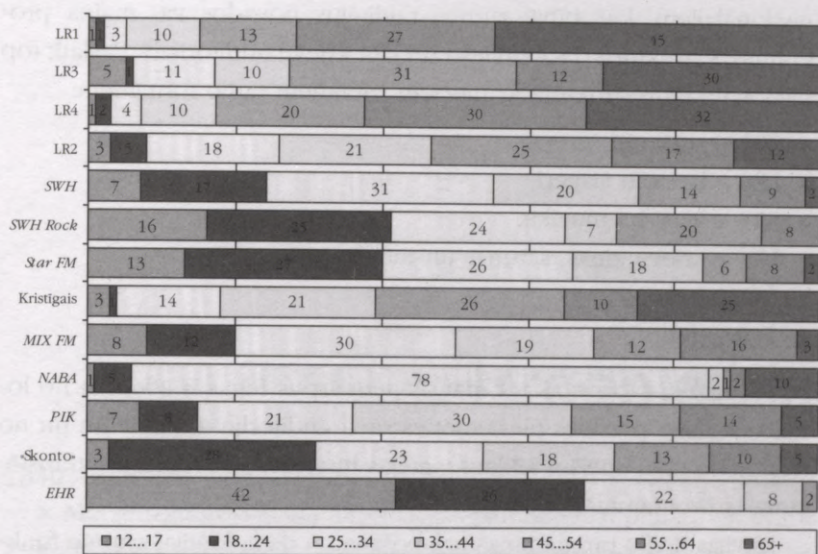
Interesanti, ka rokmūzika kļūst populāra dažādās vecuma grupās. 64 procenti no *SWH Rock* auditorijas ir daudz maz vienmērīgi sadalīti vecuma grupā no 12 līdz 34 gadiem. Taču jāatgādina, ka nelielais raidstacijas klausītāju skaits neļauj izdarīt viennozīmīgus secinājumus par mūzikas stila popularitāti vecuma grupās.

Ierēdņi labprātāk klausās *SWH*, *SWH Rock*, LR2 un *Star FM*.

Menedžeri veido tikai 3 procentus no visu raidstaciju auditorijas. Visbiežāk viņi klausās «Radio NABA», *SWH*, «Klasiku» un LR1.

Visizglītotākā un sociāli veiksmīgākā ir alternatīvās mūzikas raidstacijas «NABA» auditorija. To klausās 25–34 gadus veci menedžeri un speciālisti.

18. tabula. Latvijas raidstaciju auditorijas vecuma struktūra



Avots: TNS Latvia, pavasaris 2004

2001.–2004. gadā Zemgalē LR2 nodrošināja Latvijas Radio pozīciju nostiprināšanos, lokāliem medijiem bija tendence zaudēt klausītājus, bet galveno konkurentu nacionālo tīklu jomā – SWH un EHR – daļa palika nemainīga.

Kurzemē zaudētāji bija SWH un lokālie radio, bet EHR atrada jaunu tirgu (10 procentu auditorijas). LR kopējā daļa palikusi nemainīga, taču, kā visur Latvijā, palielinājās LR2 popularitāte.

Arī Vidzemē lokālās stacijas zaudēja klausītājus, LR nostiprināja pozīcijas uz LR2 rēķina. EHR veiksmīgi īsteno ekspansiju arī šajā novadā, bet SWH daļa nedaudz samazinās.

Latgalē vietējā radio daļa joprojām ir vislielākā novadu vidū. Taču uzticīgus klausītājus no viņiem jau pārvilina nacionālie radio. «Doma laukums», kļūstot par diennakts krievu radio LR4 un paplašinot raidošo bāzi Latgalē, četru gadu laikā ir palielinājis savu daļu no 6 līdz 17 procentiem. Dubultojās arī LR2 daļa no 9 līdz 18 procentiem. Savukārt Latgales lokālo radio auditorijas daļa samazinājās no 52 līdz 42 procentiem.

Vispārējās tendences norāda, ka vietējie mediji zaudē konkurenci nacionālajiem, kas būvē jaunus raidītājus novados vai maina programmas struktūru (LR2 latviešu un LR4 krievu auditorijai). Pašlaik top nacionālo tīklu struktūra ar pieciem izteiktiem radio formātiem:

- LR1 – ziņas un sarunas,
- LR2 – latviešu šlāgeri,
- LR3 – klasiskā mūzika,
- LR4 – krievu ziņas, sarunas un mūzika,
- *SWH* – *Hot AC*,
- *EHR* – hiti.

Turpmākā sacensība par klausītājiem ārpus Rīgas ir atkarīga no lokālo raidītāju prasmes pieskaņoties savu auditoriju vajadzībām un no nacionālo tīklu spējām iekļaut vietējās intereses informāciju retranslējamajās programmās.

Latvijas Radio programmas uzlabošana un demokrātijai svarīgo funkciju veikšana ir apdraudēta resursu trūkuma dēļ. Latvijas Radio finansējums no valsts budžeta ir neliels un ik gadu samazinās: 2002. gadā 0,18 procenti no iekšzemes kopprodukta, 2003. gadā 0,17, 2004. gadā 0,16. Vidējais Eiropas rādītājs ir 0,27 procenti. Tas liek LR darboties arī komerciālā radio tirgū. Ienākumi no reklāmas 2002. gadā sasniedza rekordlielu skaitli – gandrīz miljonu latu, kamēr valsts finansējums bija 2,6 miljoni latu. LR paņem piekto daļu no radio reklāmas tirgus Latvijā, izpelnoties komercraidītāju neapmierinātību, kas uzskata, ka Latvijas Radio nepilda savu sabiedrisko misiju. Sabiedriskais medijs var zaudēt savu īpašo, sociāli atbildīgo žurnālistiku raksturojošo identitāti demokrātiskajā valstī. Bet Saeima vēlas paturēt kontroli pār masu saziņas līdzekli, tāpēc jau trīs reizes noraidījusi priekšlikumu par abonentmaksas ieviešanu.

Hronoloģija

1840–1850

S. Morze izgudroja ābeci informācijas pārraidīšanai punktu un svītru koda veidā ar gaismas, skaņas un elektriskiem impulsiem. Elektriskā iekārta ir telegrāfs.

1850

Telegrāfs kļuva par svarīgāko informācijas izplatīšanas veidu attīstītajās valstīs.

1876

A. Bells demonstrēja telefona aparātu cilvēka balss pārraidīšanai pa vadiem.

1877

T. Edisons radīja fonogrāfu – skaņas ierakstīšanas un atveidošanas ierīci.

1887

H. Hercs (*Hertz*) pārraidīja elektromagnētiskos viļņus bez vadiem.

1893

R. Fesendens (*Fessenden*) veica eksperimentus ar elektromagnētiskajiem viļņiem Pitsburgas Universitātē.

1895

G. Markoni veica eksperimentus ar radiotelegrāfu Itālijā. A. Popovs Krievijā uzbūvēja ierīci zibens izlādējumu reģistrācijai.

1896. gada 27. jūlijs

G. Markoni Londonā rīkoja pirmo publisko radiotelefonijas demonstrāciju.

1897

Anglijā G. Markoni patentēja bezvadu telegrāfu un dibināja *Wireless Signal & Telegraph Company*.

1898

Dānijā V. Paulsens izgudroja ierīci magnētiskai skaņu ierakstīšanai tērauda stieplē.

1899

G. Markoni pārraidīja signālu pāri Lamanšam uz Franciju. 2. novembrī dibināja *Marconi Wireless Company of America*.

1901

G. Markoni uztvēra pirmo transatlantisko radiotelegrāfa signālu. Viņa kompānija nodrošināja komerciālus sakarus starp kuģiem un krastu.

ASV R. Fesendens modulēja nepārtraukto radio vilni ar cilvēka balsi, izmantojot telefona mikrofona. Mūzikas un balss pārraidīšana kļuva iespējama.

1902

R. Fesendens ASV dibināja *National Electric Signaling Company*.

1904

Dž. Flemings izgudroja elektrona lampu diodi, kas ir pamats skaņas pārraidīšanai radio, bet viņam neizdevās pastiprināt signālu.

1906

Li de Forests izstrādāja triodi, kas kļuva par signāla pastiprināšanas pamatierīci radio. Ziemassvētku vakarā R. Fesendens organizēja vienu no pirmajām zināmajām radio pārraidēm. Raidījumu varēja uztvert kuģi, krasta stacijas un amatieri dažu simtu kilometru attālumā.

1908

De Forests pārraidīja fonogrāfa ierakstus no Eifeļa torņa.

1910

De Forests pārraidīja Enriko Karuzo balsi translācijā no Metropolitēna operas.

1912

ASV ierobežoja amatieru darbību, ieviešot licences viļņu piešķiršanai.

1912

Grimstošā «Titānika» pasažieru glābšanu koordinēja ar radiotelegrāfu.

1913

ASV nodibināja mūzikas licencēšanas organizāciju, kas pasargāja radošos darbus no pārraidīšanas eksperimentālajās radio stacijās.

1917

Pirms Pirmā pasaules kara ASV bija izsniegtas 8000 raidīšanas licences. Kara sākumā amatieru radio bija aizliegts.

1919

ASV radiostacijas bija atdotas bijušajiem īpašniekiem. Saplūda *American Marconi*, *General Electric*, *Western Electric* un *AT&T*, izveidojot *Radio Corporation of America (RCA)*. Divdesmitajos gados šī bija lielākā radiokompānija pasaulē. Tās iedvesmotājs ir Deivids Sarnofs.

1920. gada februāris

Lielbritānijā *Marconi Company* veica dažus neregulārus raidījumus

1920. novembris

Westinghouse Electric dibināja pirmo regulāro raidstaciju ASV, Pitsburgā, *KDKA*.

1921

Regulāro raidījumu sākums Parīzē.

1922

Marconi Company sāka regulārus raidījumus. Oktobrī tika nodibināta *British Broadcasting Company*.

1923

Vācijā, Austrālijā, Beļģijā, Somijā, Norvēģijā, Šveicē, Čehoslovākijā sākās regulārā raidīšana, bet Latvijā decembrī notika pirmie radiofonijas eksperimenti.

1924

Regulāro raidījumu sākums Padomju Savienībā, Austrijā, Spānijā, Itālijā, Nīderlandē, Zviedrijā.

1925

Regulāros raidījumus sāka Ungārijā, Polijā, Japānā un 1. novembrī Latvijā.

1927

ASV Kongress nodibināja *Federal Radio Commission* un pieņēma jaunu radio likumu. Nodibināja *CBS* tīklu. Lielbritānijā valdība pārpirka visas *British Broadcasting Company* privātās akcijas, izveidojot *British Broadcasting Corporation* kā bezpeļņas organizāciju.

1930

Lielbritānijā notika TV izmēģinājuma raidījumi.

1932

Latvijā sāka darbu Liepājas un Madonas raidītājs Aiviekstē.

1933

ASV E. Ārmstrongs eksperimentēja ar frekvenču modulāciju.

1934

Latvijā atklāja Kuldīgas raidītāju.

1935

RCA demonstrēja FM raidīšanu, bet ieviešana aizkavēta.

1937

Tiešraidē tika pārraidīta reportāža par dirižabļa *Hindenburg* nolaišanos, kad tas uzliesmoja.

1938

O. Velsa *The War of the Worlds* radioiestudējums izraisīja paniku ASV.

1940. gada 21. novembris

Latvijas Radiofonu pakļāva valdībai, tika izveidota Radiofikācijas un radiofonijas komiteja.

1941

Latvijas radio ierīkoja mūzikas un radio teātra ieraksta studijas Melngalvju namā.

1941–1944

Kara laikā latviski raidīja *Ostlandsender* no Rīgas, «Vineta» no Berlīnes un Kēnigsbergas, «Padomju Latvija» no Maskavas un Kuibiševas, bet 1944. gada septembrī no Daugavpils un kopš novembra no Rīgas.

1945

Līdz kara beigām *Ostlandsender* latviski raida no Dancigas, Štolpas un no Rostokas.

1946. gada 5. novembris

Latvijas Radio programmu raida vidējo viļņu raidītājs no Ulbrokas.

1947

Izgudrota pusvadītāju triode – tranzistors.

1948. gada 5. novembris

Latvijas Radio studija apmetās Doma laukumā.

1948. gada 1. janvāris

Sāka darbu Latvijas Radio otrās programmas raidītājs.

1949

Luksemburgas radio pārraidīja pirmo Top 20.

1950

Radio triumfē lenšu magnetofoni.

1951. gada 3. jūnijs

«Amerikas balss» sāk raidīt latviešu valodā.

1954–1959

TV konkurences ietekmē ASV radio meklēja jaunus formātus.

1954. gada 6. novembris

Pirmais Latvijas Televīzijas raidījums.

1955

Pirmais FM (UĪV) raidītājs Rīgā. Līdz 1959. gada beigām kvalitatīvu skaņu FM diapazonā varēja uztvert piecās Latvijas pilsētās.

1956–1959

VEF ražoja pārnēsājamo lampu uztvērēju «Tūrists».

1957. gada 12. jūlijs

Izveidoja LPSR Televīzijas un radiatora komiteju.

1960–1963

VEF ražoja pirmo masveida padomju tranzistoru «Gauja».

1961

Pasaulē sākās stereofoniskā raidīšana FM diapazonā.

1961. gada 1. janvāris

Latvijas TV uzsāka Maskavas Centrālās TV retranslāciju.

1963

Philips radija pirmo kasešu magnetofonu.

1965. gada 1. aprīlis

Škanējumu sāka Latvijas Radio raidījums «Mikrofons». Visu laiku populārākā pārraide latviešu valodā. Tās uzdevums bija pārvilināt auditoriju no «Amerikas balss» vakara raidījuma, kas skanēja tajā pašā stundā.

1967. gada 3. janvāris

Regulāro stereofonisko raidījumu sākums Latvijā.

1970

ASV automatizētas lenšu / kārtidžu sistēmas tika ieviestas FM stacijās, vienkāršojot mūzikas pārraidīšanu.

1971

Ulbrokā uzstādīja īsviļņu raidītāju ar maksimālo jaudu 3000 kW.

1975. gada 17. jūnijs

No Minhenes studijas latviešu valodā sāka raidīt «Radio Brīvā Eiropa».

1979

Pirmo reizi ASV FM auditorija pārsniedza AM auditorijas lielumu. AM pārgāja uz sarunu un ziņu formātiem.

1979

Sony sāka izplatīt austiņu *Walkman* aparātus.

1984

Eiropā sākās *CD* pārdošana.

1981–1989

Komerčiālā radio legalizācija Eiropā: Beļģijā (1981), Francijā (1982), Dānijā (1983), Vācijā (1984), Somijā (1985), Grieķijā (1986), Īrijā (1988), Nīderlandē (1988), Lielbritānijā (1989).

1989

Zviedrijas radio sāka īsus raidījumus latviski.

1990

Pirmie komercradio Krievijā: *Европа плюс*, *Эхо Москвы*, *Радио Балтика* Ļeņingradā.

1991

Luksemburgas radio angļu valodā tika likvidēts, jo nespēja konkurēt ar angļu komercraidstacijām.

1991. gada 15. maijs

Dibināts pirmais privātais radio Latvijā «Radio Sigulda».

1991. gada 5. augusts

Pirmais komerciālais FM radio Rīgā «Radio AA».

1992. gada 6. maijs

Latvijas Radio tika atdalīts no Latvijas Televīzijas, izveidojot divus jaunus valsts uzņēmumus.

1993

Komerčiālā radio legalizācija Austrijā, Norvēģijā, Zviedrijā.

1994. gada 7. septembris

Valsts un komerciālie radio Domā laukumā Rīgā rīkoja protesta akciju pret elektronisko mediju likumprojektu.

1995

Latvijas Radio mainīja statusu, kļuva par valsts bezpeļņas SIA.

2002. gada 7. marts

Nacionālā Radio un televīzijas padome aizliedza Rīgas krievu radio *Biznes&Baltija* darbību.

2004. gada 31. janvārī

Beidza pastāvēt «Radio Brīvā Eiropa» latviešu, igauņu, lietuviešu, slovēņu, bulgāru un horvātu valodas redakcija.

2004. gada 27. februāris

Izskanēja pēdējais «Amerikas balss» raidījums latviešu un vēl deviņās Austrumeiropas valodās.

Vārdnīca

AC (*Adult Contemporary*) formāts

Mūsdienu mūzika pieaugušajiem.

AM (amplitūdas modulācija)

Signāla pārraidīšanas veids īsajos, vidējos un garajos viļņos (frekvenču diapazons 535–1705 kHz).

AOR (*Album Oriented Rock*)

Mūzikas formāts, kurā atskaņo dziesmas no mūzikas albumiem. Arī Klasiskais roks.

Arbitron

ASV radio auditorijas mērījumu kompānija.

Atteikums

Īss teksts, kas skan ieraksta vai programmas beigās.

Auditorijas sadalījums (*share, SHR*)

Raidstacijas klausītāju skaits procentos no visa radio klausītāju skaita konkrētajā laika intervālā.

Autovadītāju laiks

Raidīšanas laiks pulksten 6.00–9.00 un 16.00–19.00, kad radio ir vislielākā auditorija.

Average Quarter-Hour Persons (AQH Persons)

Vidējais cilvēku skaits, kas klausās kādu staciju vismaz piecas minūtes 15 minūšu intervālā.

Average Quarter-Hour Rating (AQH Rating)

Vidējais *AQH* klausītāju skaits procentos pret mērāmo mērķa grupu.

CHR mūzikas radio formāts

Mūsdienu hiti.

DAT (digital audio tape)

Digitālā audio lente.

Debess vilnis

Elektromagnētiskā signāla izplatīšanās, atstarojoties no jonosfēras.

Dienas daļas

Raidīšanas segmenti dienas laikā: pulksten 6.00–9.00, 10.00–16.00, 16.00–19.00, 19.00–23.00.

Dīdžejs (DJ – disc jockey)

Mūzikas raidstacijas programmas vadītājs.

Dzīvais

Raidījums vai teksts, kas nav iepriekš ierakstīts.

Džingls

Muzikālā reklāma, raidījuma vai kanāla identifikators, skanošs logotips.

e-radio

Internetā skanošā raidstacija.

Radiožurnālistika

FM (frekvenču modulācija)

Signāla pārraidīšanas metode diapazonā 66–74 MHz (PSRS) un 88–108 MHz. (parasti dēvē par «Rietumu FM» jeb FM2.)

Fons

Mūzika vai trokšņi teksta raidījumos, kas skan klusāk nekā runa.

Formāts

Stacijas piedāvātais programmas veids, materiāla sakārtojums.

Frekvence

Viļņu svārstību skaits sekundē; kanāls, kurā raida radio stacija.

Galva

Raidījuma pieteikums ierakstā.

Hi-Fi (*High Fidelity*)

Augsta precizitāte; skaņas augsta kvalitāte.

Ieeja (*input*)

Kontakts signāla ievadišanai ierīcē.

Izeja (*output*)

Kontakts signāla izvadišanai no ierīces.

Dīdžejs (*DJ – e-jockey*)

Interneta mūzikas raidstacijas programmas vadītājs.

Kanāls

Frekvenču josla, kas piešķirta raidstacijai.

Kardioīda mikrofons

Mikrofona veids, kas uztver skaņu tikai no priekšpusēs.

Kopējā auditorija (*reach, RCH*)

Kopējais cilvēku skaits, kas noskaņojas uz raidstaciju dienas laikā vismaz uz piecām minūtēm.

Līmenis

Skaņas stiprums.

Miksēšana

Viena skanoša elementa pakāpeniska apklusināšana un vienlaikus cita elementa ievadišana.

Montāža

Ieraksta satura izmaiņas.

Nacionāls radio

Tas, kuru var dzirdēt visas valsts teritorijā.

Pieteikums

Īss teksts, kas ievada nākamo ierakstu vai programmu kopumā.

Playlist

Atskaņošanai paredzēto mūzikas ierakstu saraksts.

Profils

Auditorijas sadalījums pēc sociāli demogrāfiskiem parametriem.

Programma

Radio raidījums vai raidījumu secība dienas un nedēļas laikā.

Rastrs

Plastiskā lente, kas iezīmē magnētiskās lentes sākumu un beigas.

Reitings (*RTG*)

Vidējais klausītāju skaits procentos no visas mērāmās demogrāfiskās grupas.

Radiožurnālistika

Saite

Skaņas kropļošana, kas veidojas, kad no skaļruņa skanošo signālu vēlreiz uztver mikrofons. Bieži rodas, ja zvanītāji sarunas laikā ēterā pieiet tuvu radiouztvērējam, kurā skan šis pats raidījums.

Sarunas

Radio formāts, kas raida sarunas un intervijas.

Signāls

Muzikālas taktis ar vai bez teksta, kas identificē konkrētu raidījumu.

Starpsignāls

Īsie muzikālie fragmenti, dažas taktis, kas atdala raidījuma daļas, sižetus.

Strīmeri (*streamies*)

Interneta radio klausītāji.

Stundas ritenis

Programmas elementu secīgs izkārtojums stundas garumā.

Taisns vilnis

FM signāla izplatīšanās veids.

Time Spent Listening (TSL)

Laiks, ko vidusmēra klausītājs pavada, klausoties raidstaciju (vai radio vispār) dienas laikā.

TNS Latvia

Latvijas auditorijas mērījumu kompānija.

Translācija (tiešā)

Izrādes, koncerta, sporta sacensību, masu pasākumu pārraidīšana no norises vietas.

UĪV

Ultraīsviļņu diapazons, arī «padomju FM» (jeb FM1, «apakšējais») diapazons, 66–74 MHz. Tika izmantots Latvijā no 1955. līdz 1999. gadam.

Uzkāršanās

Pēkšņs neparedzēts raidīšanas pārtraukums tehnisku iemeslu dēļ.

Vājināšana

Pakāpeniska mūzikas apklusināšana.

Zemes vilnis

AM signāls, kas pārvietojas gar zemes virsmu.

Literatūra

- Apele, A. (1982) «Runas māksla». Rīga: «Zvaigzne».
- Arnheim, R. (1936) *Radio*. London: Faber and Faber.
- Balle, F. (1998) *Medias et sociétés*. Paris: Montchrestien.
- Barnard, S. (2000) *Studying Radio*. London: Arnold.
- Beaman, J. (2000) *Interviewing for Radio*. London: Routledge.
- Bērzkalns, I. (1978) «Radioraidījumi». In: Dunsdorfs E. (red.) «Archivs 18». Melburna: PBLA un K. Zariņa fonds. 111.–128. lpp.
- Brand, G., Scannell P. (1991) *Talk, Identity and Performance: The Tony Blackburn Show*. In: Scannell P. (ed.) *Broadcast Talk*. London: Sage.
- Brown, J., Quaal, W. (1998) *Radio-Television-Cable Management*. McGraw-Hills.
- Cantril, H. (1940) *The Invasion from Mars: A Study in the Psychology of Panic*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Crisell, A. (1994) *Understanding Radio*. London and New York: Routledge.
- Crook, T. (1999) *Radio Drama. Theory and Practice*. London: Routledge.
- Dunsdorfs, E. (1972) «Radioraidījumi». In: Dunsdorfs E. (red.) «Archivs 12». Melburna: Latviešu apvienības Austrālijā zinātnes nozare. 72.–74. lpp.
- Encyclopedia of Radio* (1993) London: Routledge.
- Evans, E. (1977) *Radio: A Guide to Broadcasting Technique*. London: Barrie & Jenkins.
- Felton, F. (1949) *The Radio Play: its technique and possibilities*. London: Sylvan Press.

- Fleming, C. (2002) *The Radio Handbook*. London: Routledge.
- Galtung, J., Ruge, M. (1981) *Structuring and selecting news*. In: Cohen S., Young J. (eds) *The manufacture of news*. London: Constable.
- Gray, F. (1981) *The Nature of radio Drama*. In: Lewis P. (ed.) *Radio Drama*. New York: Longman.
- Grūbe, V. (2000) «Latvijas Radiofons no 1944. līdz 1991. gadam». In: «Latvijas Radio – 75». Rīga. 88.–114. lpp.
- Gualandi, L. (1995) *La Vexata Quaestio della priorità. Marconi – Popov: Un'annosa diatriba*, Radio Rivista 9. See <http://www.radiomarconi.com> (accessed 31.04.2005).
- Haas, M., Frigge, U., Zimmer, G. (1991) *Radio-Management. Ein Handbuch für Radio-Journalisten*. München: Verlag Ölschläger.
- Hendy, D. (2000) *Radio in the Global Age*. Cambridge: Polity Press.
- Hiršfelds, B. (1971) «Runā Rīga». In: «Tautas kalendārs 1972». Rīga: «Liesma». 131.–137. lpp.
- Hiršfelds, B. (1975) «Padomju Latvijas brīvā balss». In: Bauģis P., Ducmanis L. u.c. (red.) «Mēs jaunu pasauli sev celsim. Sociālistiskā revolūcija Latvijā 1940. gadā». 2. sējums. Rīga: «Liesma». 270.–282. lpp.
- Hiršfelds, B. (1977) «28 stundas diennakti». Rīga: «Liesma».
- Jaquin, P. (2004) *France: radio wakes*. See European Broadcasting Union web-page <http://www.ebu.ch> (accessed 19.04.2005).
- Jaquin, P. (2005) *Radiophilies, European Broadcasting Union*. See European Broadcasting Union web-page <http://www.ebu.ch> (accessed 19.04.2005).
- Juzefovičs, J. (2004) «Klātūtnes efekta veidošana radio raidījumos. Latvijas Radio raidījumu tekstu semiotiskā analīze». Nepublicēts bakalaura darbs Latvijas Universitātē.
- Juzefovičs, J. (2005) «Uzmanību! Runā raidītājs «Padomju Latvija!» Sovietizācija Latvijas padomju radio: satura pārmaiņas 1945. gadā, In: «Agora» Nr. 3. 161.–173. lpp.
- Keith, M., Krause, J. (1989) *The Radio Station*. Boston: Focal Press.
- Keith, M. (1990) *Radio Production. Art and science*. Boston: Focal Press.
- Koka, A. (2001) «Reportāža kā žanrs Latvijas Radio ziņu raidījumos». Nepublicēts bakalaura darbs Latvijas Universitātē.
- Kruks, S. (2001) «Hallo, šeit Rīga – Radiofons!», In: «Latvijas Arhīvi» 2. 45.–73. lpp.

Kruks, S. (2002) «Radio karš. Propaganda latviešu valodā Otrajā pasaules karā», In: «Latvijas Arhīvi» Nr. 4. 97.–118. lpp.

Ločmelis, J. (2000) «Telekomunikāciju vēsture». Rīga.

Lonsmann, L. (1993) *L'évolution de la radio: les trois révolutions*. In: Pragnell A. (ed.) *L'ouverture des medias en Europe. 1983–1993*. N.P.: Institut Europeen de la Communication.

McLeish, R. (1994) *Radio Production: A Manual for Broadcasters*. Oxford: Focal Press.

McQuail, D. (1987) *Mass Communication Theory*. London: SAGE.

Pringle, P. et al. (1995) *Electronic Media Management*. Boston: Focal Press.

Rasmanis, J. (1942) «Pārskats par radiofona organizācijas un tiesību attīstību Latvijā». Npublicēts manuskripts Latvijas Valsts arhivs. 2156. fonds, 1-v apr., 2. lieta.

«Recenzijas par Latvijas radio pārraidēm» (1953–1965) Latvijas Valsts arhivs 1184. fonds, 1. apr., 84. lieta.

Rybak, J. (1992) *Alexander Popov: Russia's Radio Pioneer*, Popular Electronics, No. 8. See <http://www.ptti.ru/eng/forum/article2.html> (accessed 01.05.2005).

Shingler, M., Wieringa, C. (1998) *On Air. Methods and Meanings of Radio*. London: Arnold.

Shulzycki, A. (2005) *European Public Radio: Changes*. See European Broadcasting Union web-page <http://www.ebu.ch> (accessed 19.04.2005).

Siefert, M. (1995) *Aesthetics, Technology, and the Capitalization of Culture: How the Talking Machine Became a Musical Instrument*, In: Science in Context No. 8 (2): 417–449. pp.

Sosin, G. (1999) *Sparks of Liberty. An Insider's Memoir of Radio Liberty*. Pennsylvania State University.

Strautmane, B. (1971) «Vienmēr saskatīt galveno virzienu. Par Latvijas Radio lauksaimniecības raidījumiem», In: «Padomju Latvijas Komunisti» Nr. 2: 73.–76. lpp.

Stree, S. (2000) *Recording Technologies and Strategies for British Radio Transmission Before the 2nd World War*. See In: Sound Journal <http://www.ukc.ac.uk/sdfva/sound-journal/street002.html> (accessed. 27.04.2005).

Ūdre, A. (1970) *Деятельность латышской редакции Всесоюзного радиокomiteта в 1943–1944 гг.*, In: «Latvijas PSR Zinātņu akadēmijas vēstis» Nr. 10 (279). 13.–31. lpp.

Ūdre, A. (1972) Деятельность латышской редакции Всесоюзного радиокomiteта в 1943–1944 гг., *In: «Latvijas PSR Zinātņu Akadēmijas Vēstis»* Nr. 2 (295). 10.–28. lpp.

Zandovska, L. (2001) «Sabiedriskais radio meklē sabiedrību». *In: S. Kruks (red.) «Latvijas mediju analīze»*. Rīga: Komunikācijas studiju nodaļa.

Бубукин, А. (N. D.) *Форматы радиостанций. Как определить свой формат*. См. веб-страницу Радиовещательные технологии <http://www.radiostation.ru/music/format.html> (просмотрено 24.04.2005).

Высоков, М. (2004) *История изобретения радио и проблема приоритета А. С. Попова*, См. веб-страницу Вестник СахГУ <http://www.sakhgu.sakhalin.ru/document.php?language=rus&id=vestnik/ias/s1> (просмотрено 01.05.2005).

Ефимова, Н. (2005) *Звук в эфире*. Москва: Аспект Пресс.

Пилипенко, А., Герасимов, С. (1995) *Изобретение радио: к вопросу о предшественниках и приоритете*, *In: Вопросы истории, естествознания и техники*, Н. 3. См. http://www.radiokatalog.al.ru/izobretenie_radio.htm (просмотрено 01.05.2005).

Плейкис, Р. (2002) *Радиоцензура*. См. веб-страницу Русский SWL/DX сайт, <http://www.radio.bobby.ru/glushilka.html> (просмотрено 01.05.2005)

Смирнов, В. (2002) *Формы вещания*. Москва: Аспект Пресс.

Толстова, Н. (1963) *Беседы о дикторском мастерстве*. Москва: Государственный комитет СМ СССР по радиовещанию и телевидению.

Шерель, А. (ред.) (2000) *Радиожурналистика*. Москва: МГУ.

UDK 070

Kr 880

Izdevums veidots sadarbībā ar *Latvijas Radio*

Recenzente Ph. D. *Sandra Veinberga*

Māksliniece *Iveta Zāgere*

ISBN 9984-768-54-6

© Apgāds «Valters un Rapa», izdevums latviešu valodā, 2005

© Sergejs Kruks, teksts, 2005

© Iveta Zāgere, mākslinieciskais noformējums, 2005

Iespiests a/s «Preses nams», Rīgā, Balasta dambī 3, LV-1081

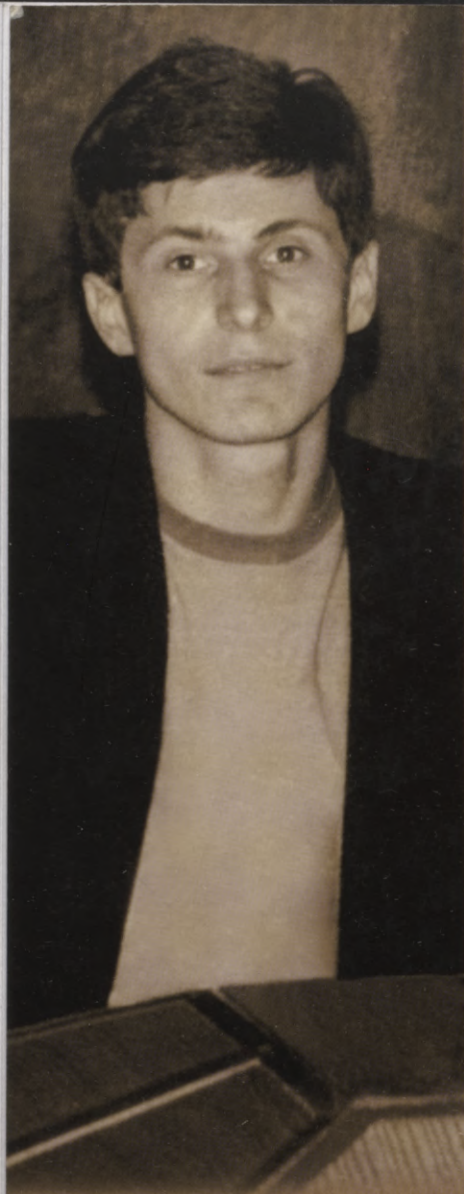
LATVIJAS NACIONĀLA BIBLIOTEKA



0306008675

**OBLIGĀTĀS
EKSEMPLI 700**

4



LATVIJAS
80
radio

2006-4
L 20

Sergejs Kruks ir radiožurnālists, mediju un komunikācijas kultūras pētnieks. Absolvējis Latvijas Universitātes Žurnālistikas nodaļu (1991). Strādājis Latvijas Radio (1987–1994), komerciālajā «Radio Rīgai» (1995). Vēlāk pievērsies pētniecībai un žurnālistikas pasniegšanai. Ieguvis maģistra grādu Oslo Universitātē (1997), Sorbonā aizstāvējis doktora disertāciju informācijas un komunikācijas zinātnē (2003). Akadēmisko publikāciju galvenie temati – komunikācijas kultūra, mediji un žurnālistika Latvijā.

«Sergeja Kruka darbs ir nozīmīgs ieguldījums gan Latvijas žurnālistikas teorijā, gan praksē. Tas iezīmē būtisku pavērsienu radio analizē – no tehnisko aprakstu uzskaitījuma pie radio unikalitātes izpētes.»

Sandra Veinberga, *Ph. D.*
Žurnālistikas docente

ISBN 9984 - 768 - 54 - 6



9 799984 768549