

REĢIONA KOPIENA KOMUNIKĀCIJAS TEORIJĀ

Region Community in Communication Theory

Sandra Murinska-Gaile

Rēzeknes Augstskola,

Latvijas Universitāte,

e-pasts: sandra.murinska@inbox.lv

Abstract. *The aim of the report is to determine how local and regional newspapers represent local communities and how their communicative integration has been promoted. Mass media, establishing community cognition about its existence, involvement into the community, identification and belonging to the community, represent a perfect model of interaction between community and communication.*

During the content analysis of the press publications of local newspapers of Latgale region the typological characteristics and classification are emphasized, the role of the press in the development of the region inhabitants is defined, the direction and structure of the editorial board activities, newspapers' content, authors and genres are inspected.

The practice of local journalism varies in different places; there are some common trends but specific characteristics are noticed in each local community. They are being affected by social context, which is characterized by regional values and culture, since they correspond to the community and individual interaction as well. It is possible to see differences both in community structure, spread and in expressions of local newspapers within the region.

Keywords: *community, newspapers, community journalism, communicative integration.*

Ievads

Raksta mērķis ir noteikt, kā Latgales reģiona laikraksti reprezentē vietējās kopienas un kā tiek sekmēta to komunikatīvā integrācija. Par vietējām kopienām tiek uzlūktas iedzīvotāju grupas, kuras raksturo piesaiste lokālajai vietai.

Masu komunikācijas sistēmā kopienas komunikācija aplūkojama kā publiskās komunikācijas forma, veidojot to aktuālu kādas specifiskas kopienas jeb cilvēku grupas (ģeogrāfiskas vai interešu) ietvaros. Masu mediji, veidojot kopienas apziņu par tās esamību, iesaistīšanos kopienā, identificēšanos un piederību tai, reprezentē ideālo mijiedarbības modeli starp kopienu un komunikāciju. Komunikācijas uzdevums un spēja uzrunāt daudzus indivīdus ļauj konstatēt un izcelt arī kopienas iekšējo daudzveidību, kas arī ir viens no faktoriem, lai veicinātu piederības izjūtu. Savukārt vietējie mediji ir tie, kas reprezentē vietējos notikumus un kuriem ir iespēja uzzināt un izstāstīt pirmajiem. Tie veic masu komunikāciju vienotā telpā – publikācijās aptverot daudzveidīgu tematiku un reprezentējot dalībniekus, kas pārstāv dažādus sociālos slāņus, tiek akcentēta to piederība lokālajai vietai un konkrētajai kopienai. Kopienas klātbūtne un atrašanās administratīvi noteiktā teritorijā nodrošina tās vēlmi pēc lokālajām ziņām.

Komunikācijas norises reģionā ietekmē sociālais konteksts, ko raksturo reģiona vērtības un kultūra, jo tās attiecas uz kopienu, kā arī uz individuālo mijiedarbību. Mediju sociologs Džons Tompsons apgalvo, ka „mediju klātbūtne vienmēr ir noteikta aktivitāte, mediju produkti tiek adresēti personām, kas vienmēr ir izvietotas specifiskā sociālvēsturiskajā kontekstā” (Thompson, 1995: 39). Tādējādi reģiona ietvaros lokālo kopienu vidū ir iespējams saskatīt atšķirības gan kopienas struktūrā, izplatībā, gan arī komunikācijas izpausmēs. Tas nozīmē, ka komunikācija ir viens no līmeņiem, kas spēj veidot kopienas iekšējo mijiedarbību un uzturēt piederības sajūtu. Kā redzams, masu medijiem pašlaik tiek piedēvēta nozīmīga loma dažādu sociālo procesu veicināšanā, jau kopš žestu un valodas rašanās „informācijas un simboliskā satura nodošana ir bijis centrālais sociālās dzīves aspekts” (Thompson, 1995: 10). Var apgalvot, ka mediji ir viens no būtiskiem sociālās dzīves virzītājspēkiem, jo tie ne tikai reprezentē sociālo realitāti, bet arī to konstruē, tādējādi piedāvājot jau gatavus rīcības

modeļus, paredzot iespējamus scenārijus utt., kas īpaši ir pamanāms mūsdienās, masu komunikācijas līdzekļu daudzveidības apstākļos, kad informācijas nodošanai nav nepieciešamas telpiskas robežas.

Taču eksistē vides, kuras raksturo kopīgas vērtības vai administratīvās robežas, un informācijai ir monopola raksturs, proti, tā ir lokālā informācija, kas ir aktuāla un interesē galvenokārt vietējiem iedzīvotājiem un rod refleksiju vietējā presē, televīzijā un radio. Minētā mediju kategorija komunikācijas praksē nav novatora, nereti publiskajā telpā tā tiek uzlūkota kā margināla parādība, taču šī prakse veido valsts kopainu. Lokālie mediji tiek uztverti ne tikai kā reģiona kultūrvides veidotāji (reģiona, kultūras un lingvistiskās identitātes apzināšanās), bet arī kā nozīmīga ekonomiskās vides sastāvdaļa (vietējā tirgus uzlabošana, nodarbinātības nodrošināšana u.c.) (Crookes, Vittet-Philippe, 1986: 4, citēts no Morley, Robins, 1995: 35-36). Pašlaik gan lokālo mediju uzdevums nodrošināt darbavietas nespēj funkcionēt, jo būtisks aspekts vietējo mediju darbībā ir reklāmdevēji un kvalitatīvs cilvēkresursu loks. Taču reklāmas apjoms reģiona sociālekonomiskajos apstākļos nenodrošina pietiekamu atbalstu, un darbinieku sastāvs, piemēram, vietējos laikrakstos ir nemainīgs. Kā redzams, lokālie mediji uzlūkojami kā nozīmīgi līdzekļi vietējo kopienu komunikācijā, taču, lai tie spētu pastāvēt, ir nepieciešams veidot ilglaicīgu un stabilu saikni ar auditoriju jeb lokālo kopienu.

Kopienas jēdziena izpratne

Nozīmīga komunikācijas procesa sastāvdaļa ir ziņojuma saņēmējs. Lai gan masu komunikācijas adresāts galvenokārt ir anonīma auditorija, tomēr ir komunikācijas veidi, kas paredzēti noteiktai cilvēku grupai jeb kopienai.

Kopieņu veidošanos nosaka kopīgas vērtības, intereses un citi apstākļi, kas rada saikni starp tās pārstāvjiem. Tā var izpausties gan kā kopīga profesionālā, intelektuālā, reliģiskā, etniskā un cita veida piederība. Teorētiskajā literatūrā kopienas tiek strukturētas pēc trīs veidu konceptuālajām izpausmēm: „attiecību kopienas, interešu kopienas un vietas kopienas” (Morse, 2004: 2). Lai gan tiek mēģināts izdalīt pazīmes, pēc kurām iespējams definēt kopieņu, tomēr nav iespējams veikt nodalīšanu, jo kopienas struktūrā un darbībā nereti minētās izpausmes ir savstarpēji saistītas, kas ir arī galvenā kopienas būtība: „kopiena kā cieša un konkrēta cilvēku saikne, kā kolektīvā identitāte, kas identificē cilvēku grupas attiecības” (Carpentier, Lie, Servaes, 2008: 350).

Mediju pētnieks Jans van Daiks (*Jan van Dijk*) apgalvo, ka ir izdalāmas četras pazīmes, kas ir kopīgas visām kopienām: tās locekļu esamība, sociālā organizācija, valoda un mijiedarbības modeļi, kultūra un kopīga identitāte. Autors šīs izpausmes izmantojis, lai salīdzinātu „dabiskās” jeb reālās kopienas un virtuālās kopienas (skat. 1. tabulu). „Dabiskās kopienas veido relatīvi maza apjoma, cieši saistītas sociālās vienības, piemēram, ģimenes, kaimiņi, ciematu iedzīvotāji utt., savukārt virtuālās kopienas raksturo brīvprātīga piederība specifisku interešu, mērķu vai diskusiju kopām. Sociālās organizācijas līmenī dabiskās kopienas ir piesaistītas noteiktai ģeogrāfiskajai vietai un hronoloģiskajam un bioloģiskajam laikam. Redzamākā virtuālo kopieņu pazīme ir to darbība, nepieprasot šo piesaisti” (van Dijk, 1997: 45-49). Tādējādi ir iespējams konstatēt arī atšķirības valodas un kultūras līmenī. Dabiskās kopienas balstās uz verbāliem un neverbāliem komunikācijas veidiem, savukārt virtuālās kopienas raksturo izpausmes vizuālajā vidē, tas ir, teksti, dati un grafiki ekrānā.

Dabisko un virtuālo kopienu veidi (van Dijk, 1997: 45)

Raksturojums	Dabiskā	Virtuālā
Būtība un aktivitāte	Vairākas aktivitātes	Specifiskas aktivitātes
Sociālā organizācija	Piesaiste vietai un laikam	Nav piesaistes vietai un laikam
Valoda un mijiedarbība	Verbālā un neverbālā	Verbālā un paravaloda
Kultūra un identitāte	Homogēna	Heterogēna

Jana van Daika iedalījumā spilgti saskatāmas mūsdienu, 21. gadsimta, kopienas jēdziena tendences, kas nodala dabiskās kopienas no virtuālajām. Tomēr dabisko jeb tradicionālo kopienu izpratni pašlaik sarežģī iedzīvotāju pārvietošanās un globalizācija, jo tā maina fizisko atrašanās vietu un uzskatu par kopienas kā stabilu, nemainīgu vienību. Pārveidojoties dzīvesveida modeļiem, politiskajām sistēmām u.c. apstākļiem, izmainās arī kopienas. Tiek uzskatīts, ka „globalizācija ir tā, kas maina kopienas jēdzienu un to, kā indivīdi sevi definē” (Carnoy, 2002: 152). Tas nozīmē, ka arī kopienas mediju definējumā notikusi pāreja no ģeogrāfiskā uz citiem kritērijiem. „Kopiena apzīmē vairāk nekā tikai atrašanās vietu, šobrīd to var attiecināt uz virtuālo un jebkāda veida kolektīvās kultūras apziņu” (Amit, 2002: 6). Tādēļ strauji mainīgā kopienas struktūra ir faktors, kas kavē noteiktas kopienas definīcijas izvirzīšanu. Fakts, ka kopienas subjektīvie un objektīvie komponenti reti ir saskaņoti un attiecības starp valodu, reliģiju un vietu kļūst patvaļīgas un kosmopolītiskas, norāda uz to, ka būtiskas var kļūt citas kopienas pazīmes, jo cilvēkam ir nepieciešams sociāli integrēties vienā vai otrā veidā. „Šis process var būt dažāds, atkarīgs no vietas, kur cilvēki atrodas, iekļaujot arī tā sauktās „jaunās” vietas, piemēram, kibertelpu” (Holmes, 2005: 175). Tādēļ ir iespējams izdalīt jauna veida kopienas, kas „maina ideju par kopīgu vietu, parādot, ka ģeogrāfiskais attālums ne vienmēr noteic kopienas kvalitāti” (Carpentier, Lie, Servaes, 2012: 223). Var secināt, ka raksturīgākā kopienas iezīme ir tiešs un regulārs kontakts starp tās locekļiem, kas rada piederības un līdzdalības sajūtu, kas var izpausties tā sauktajās tradicionālajās un virtuālajās kopienās.

Jāteic, ka mūsdienās straujo komunikācijas tehnoloģiju izplatības dēļ kopienas nereti zaudē noteiktās fiziskās robežas. Tomēr reģionālie un vietējie mediji ir viens no piemēriem, kas spilgti ataino saistību ar konkrētu teritoriju. Šo nepieciešamību atklāj komunikācijas loma kopienā, kas ir vērsta uz kopienas ideju, vērtību reprezentāciju un savstarpējās saiknes veicināšanu, jo viena no lokālo mediju pazīmēm ir ģeogrāfiskais un administratīvais iedalījums.

Rakstā aplūkotās kopienas saista kopīga piederība vietai, un tiek izvirzītas divas kopienas jēdziena būtiskākās pazīmes. Pirmkārt, *vieta*, jo tā nosaka kopienas apjomu un veidu, otrkārt, *kopienas prakse*. Pēdējo reprezentē kopienas žurnālistikas darbība, kuras determinējošais faktors arī ir vieta un tajā realizētā komunikācija, ko reprezentē attiecības starp vietējiem medijiem un kopienas. Šīs abas pazīmes nav nodalāmas, bet uztveramas kā blakus esoši apstākļi, kas mijiedarbojas kopienas ietvaros.

Komunikatīvi integrēta kopiena

Komunikācijas nozīmi kopienā nosaka tās spēja veidot, uzturēt un reprezentēt kopienas identitāti. Masu mediji komunikācijas procesā rada noteiktu realitāti. Ar tekstu, attēlu un citu līdzekļu palīdzību tiek izveidots kopienas tēls, atainota tās struktūra, vide, organizācija telpā un loma plašākā komunikācijas kontekstā.

Teorētiskajā literatūrā ir apkopoti pētījumi, kas liecina par pastāvošo mijiedarbību starp lokālajiem medijiem un kopienas integrāciju jeb piederības veidošanas procesiem. Kā jau kopienas jēdziena skaidrojumā tika konstatēts, piederība kopienai var izpausties dažādos

veidos un līmeņos. Tā var izpausties gan ar kopīgas vietas starpniecību, nozīmēm, gan ar procesiem, kas veicina kopienas iekļaušanu, apvienošanu jeb integrāciju. Kopienas integrācijas koncepts iekļauj tādus jēdzienus kā saikne, piederība un iesaistīšanās, katru no šiem jēdzieniem raksturo tai attiecīgās izpausmes. Lai izprastu kopienas rīcību komunikācijas vidē, tiek lietots jēdziens *komunikatīvi integrēta kopiena*, kas ļauj apjaust komunikācijas lomu kopienas veidošanā (Friedland, 2001: 358-360). Piederība kopienai ir viens no pētījumu virzieniem, kas tiek izvērsti kopienas žurnālistikas jomā. Nozīmīgu ieguldījumu šajā nozarē ir veicis komunikācijas procesu pētnieks Moriss Janovičs (*Morris Janowitz*), kurš ir izveidojis teorētisko pamatojumu kopienas un vietējo mediju mijiedarbības pētniecībā, analizējot vietējo laikrakstu darbību, ko vēlāk ir papildinājuši un izvērsuši vairāki citi kopienas komunikācijas procesu pētnieki (Stamm, Emig, Hesse, 1997; Stamm, Guest, 1991 u.c.). Tādēļ tiek izdalītas divas pieejas: pirmā aplūko ieguldījumu, ko sniedz lokālie mediji indivīda integrācijai (iesaistei) kopienā, savukārt otrā paredz, ka piederība kopienai veicina vietējo mediju lietojumu. Teorētiskajā literatūrā kopienas integrācija tiek aplūkota kā „attiecību un procesu kopums, kas saista kopienu un virza tās mainīšanos” (Friedland, McLeod, 1999: 203). Viens no līdzekļiem, kas var sekmēt kopienas integrāciju, ir arī masu mediji, tādējādi būtiskākais kopienas integrācijas uzdevums ir noskaidrot, kāda ir vietējo mediju loma kopienas atbalstīšanā un kā tie var veicināt kopienas iesaisti sociālajos procesos, piemēram, vietējās politiskajās, kultūras, izglītības aktivitātēs, zināšanu apgūvē, kā arī emocionālās atpazīšanas izpausmēs.

Masu komunikācijas pētījumos tiek izcelta šāda kopienas jēdziena izpratne. Kopiena ir a) process, kas veido – nozīmju procesos – simboliskās nozīmes un b) struktūras pakāpe – vai pakāpe, kas veicina sarunu un dalīšanās procesus. Citiem vārdiem, struktūra un izvietojums nav kopiena pati par sevi, bet tā iedrošina un veicina kopienas procesu. Tādēļ dažādās vietās, kur tiek realizēta kopienas darbība, tiek raksturotas kā struktūras un masu mediji – kā līdzekļi, kas var veicināt šo procesu. Kopienas žurnālistikas spēja veidot kopienas apziņu liecina par būtisku izpausmi, kas spēj iesaistīt kādā kopumā vai veselumā. Savukārt tas, cik daudz un kādā veidā notiek kopienas veidošana, liecina par kopienas komunikatīvo integrāciju, proti, „kopienas mediji darbojas kā sociālā saite, kas izceļ kopīgās lietas un vērtības, nevis atšķirības” (Brozana, Lowrey, Mackay, 2008: 284). Proti, kopienas žurnālistikas praksē tiek realizēti divi kopienas apziņas konstruēšanas veidi, pirmkārt, reprezentējot vietas, institūcijas, avotus, notikumus un idejas, kas tiek pozicionētas kā kopīgas indivīdiem, un, otrkārt, nozīmju par kopienu veidošanas process (Brozana, Lowrey, Mackay, 2008: 287-289). Tādējādi žurnālistikas būtību raksturo kopienas veidošana, veicinot tās integrāciju, un kopienas integrācija savukārt attiecas uz visu, kas kalpo kā līdzeklis, lai attīstītu un virzītu kopienu.

Kopiena un kopienas žurnālistika veido darbības praksi, kas sastāv no vairākiem līmeņiem. Jo vairāk ir pārstāvēts konkrētais līmenis, jo vairāk tiek praktizēta kopienas žurnālistika. Šādu ietekmes noteikšanas pieeju dēvē par kopienas žurnālistikas indeksu (Lowrey, 2012: 98), tas ļauj noteikt, kas veido un ietekmē kopienas žurnālistikas aktivitāti. Veicot empīriskus pētījumus, ir iespējams konstatēt, kādā veidā kopiena tiek integrēta. Indeksa apjomu atklāj gan mediju saturs, gan organizatoriskā prakse. Lai noteiktu, kā un cik aktīvi žurnālistika veicina kopienas savstarpējo saikni un aktivitāti, ir iespējams izdalīt trīs dimensijas, pēc kurām var noteikt kopienas iesaisti. Piemēram,

- 1) kopienas uzklaušanās dimensija (diskusiju forumi, kopienas vietnes, emuāri, vēstules redaktoram);
- 2) kopienas vienotības un mijiedarbības dimensija (speciālie izdevumi par lokālajiem notikumiem, žurnālistu veidotie raksti);
- 3) kopienas struktūras dimensija (notikumu kalendārs, ikdienas publiskā informācija, stāsti, kas izskaidro pieeju kopienas iespējām, organizācijām un notikumiem) (Lowrey, 2012: 97). Līmeņi savukārt satur vairākus apakšlīmeņus jeb kategorijas,

pēc kurām var tikt analizēta kopienas žurnālistikas prakse un konkrēti mediji. Rakstā analizēti un izvērtēti kopienas žurnālistikas praksē redzamākie, iecienītākie un efektīvākie komunikatīvās integrācijas paņēmieni. Izmantojot minēto kopienas žurnālistikas indeksa pieeju, komunikatīvās integrācijas noteikšanai tika izdalītas šādas analīzes kategorijas – žanrs, autors un tematika.

Komunikatīvās integrācijas prakse lokālajos laikrakstos

Latgales reģionā kopienas reprezentācija tiek uzticēta vietējiem komunikācijas līdzekļiem – televīzijai, radio, laikrakstiem, taču pašlaik šeit plaši pārstāvēti ir tieši drukātie mediji. Elektronisko mediju, piemēram, televīzijas, pieejamību ierobežo lielāks līdzekļu ieguldījums, kas saistīts ar pārraidīšanas iespējām, taču lokālie laikraksti tiek izdoti gan republikas nozīmes pilsētās, gan mazpilsētās.

Izanalizējot Latgales reģiona laikrakstu latviešu valodā („Ludzas Zeme”, „Latgales Laiks”, „Ezerzeme”, „Rēzeknes Vēstis”, „Vaduguns”, „Vietējā Latgales Avīze”) saturu laika posmā no 2000.-2014. gadam, redzamas tās dimensijas, kurās notiek intensīvākā darbība kopienas komunikatīvās integrācijas labā: *kopienas struktūras reprezentācija, kopienas viedokļa uzklauššana un kopienas savstarpējās mijiedarbības veidošana.*

Kopienas struktūras reprezentācija ir visredzamākā laikrakstu darbības prakse, jo sniedz ne tikai vispārīgu informāciju par sistēmu, kādā darbojas kopiena un kādi ir aktuālie lēmumi un darbības, bet būtiski, ka minēto pakalpojumu un institūciju loma tiek arī izskaidrota. Šo darbības praksi efektīvi realizēt spēj laikraksti, kuru darbības teritorija ir koncentrēta mazākā kopienā (piemēram, pilsēta, viens vai divi novadi), jo nodrošina nepieciešamo informācijas apjomu, regularitāti un operativitāti (piemēram, „Vaduguns”, „Rēzeknes Vēstis” u.c.). Reģionālajiem laikrakstiem vai arī laikrakstiem, kas aptver plašu teritoriju (piemēram, „Vietējā Latgales Avīze”) šādu informācijas apriti nodrošināt ir gandrīz neiespējami, ņemot vērā iznākšanas biežumu, cilvēkresursus un ar to saistītos finanšu izdevumus. Tādējādi šādi izdevumi neveicina izpratni par kopienas struktūru un iespējamajiem iesaistīšanās veidiem.

Zināšanas par kopienas struktūru tiek sniegtas, izvērtējot lokālās vides iespējas, jo viens no vietējās preses pamatmērķiem ir darboties kā sociālajam un kultūras institūtam dialoga veidošanā par dažādām tēmām. Kopienas apziņā tiek radīts reģiona tēls un realizēts arī izpratnes veidošanas process. Tādējādi tiek pausts skaidrojums un centieni, kā iesaistīties vietējās aktivitātēs, piemēram, politiskajos procesos. Vietējie laikraksti pievēršas noteiktiem politiskiem notikumiem, tiek izcelta noteiktu politiķu rīcība, arī konkrētas personas. Tā tiek pausta avīzes nostāja – principi un galvenais vadmotīvs –, nosakot, kuri ir reģionam nozīmīgie notikumi, un atainota politisko aprindu iekšējā vide, kas lasītājam nereti ir nezināma un neredzama, piemēram, raksturojot varas institūciju un līderu pieejamību, īpaši priekšvēlēšanu laikā: ””Ludzas Zeme” palīdzēs lasītājiem izdarīt izvēli šajā priekšvēlēšanu periodā, kas sācies jau 5. jūnijā, šādā veidā: publicēsim patiesu un pārbaudītu informāciju, faktus atspoguļosim iespējami vispusīgi, īpaši vērtēsim to politisko spēku darbus un solījumus, kas izvirzījuši kandidātus Latgales vēlēšanu apgabalā un kuru iekļūšana 10. Saeimā ir ticama, skaidri nošķirsim ziņas no komentāriem, reklāmu – no redakcijas materiāliem, npublicēsim slēpto politisko reklāmu, redakcijas darbinieki neiesaistīsies neviena politiskā spēka priekšvēlēšanu kampaņā (Bondarenko, 2010).” Kā redzams, žurnālisti kā primāro izvirza ne tikai informēšanas, bet arī pārbaudes jeb kontroles funkciju, piesakot un formulējot savu attieksmi un darbību vēlēšanu laikā. Tāpat tiek akcentēta žurnālistu neitralitāte un objektivitāte, atspoguļojot konkrētas personības vai partijas. Šāda prakse tiek uzskatīta par nozīmīgu komunikatīvās integrācijas veicināšanā, jo tiecas skaidrot un atspoguļo cilvēku darbu, kuri pārstāv kopieni, kas reprezentē ideālo kopienas un mediju sadarbības ideālo modeli. Tas nozīmē, ka kopienai interesē citu kopienas pārstāvju dzīvesveids un arī

viņu ieguldījums tās labā. Var teikt, kā ar vietējo laikrakstu starpniecību kopiena var pārraudzīt kopienas struktūru. Jo jau piemērā minētās politiskās aktualitātes ir viena no visbiežāk sastopamajām kategorijām vietējos laikrakstos.

Līdztekus sociālās un politiskās jomas interpretācijai nozīmīga ir apkalpojošās sfēras reprezentācija. Piemēram, detalizēti skaidrojot par pieejamajiem pakalpojumiem Balvu un Gulbenes renovētajās slimnīcās: (..) abās slimnīcās ir izveidotas mūsdienu prasībām atbilstošas palātas, moderni sanitārie mezgli, jauna, efektīva ventilācijas sistēma, turklāt visas telpas piemērotas arī pacientiem ar funkcionāliem kustību traucējumiem (Gabranovs, 2013: 4)”. Lai gan tas ir tikai viens no piemēriem, šāds skaidrojošs pakalpojumu pieejamības atainojums ir regulāra prakse vietējos laikrakstos, jo informē par aktuālajiem notikumiem un izceļ vides potenciālu.

Kopienas viedokļa uzklauššana ir viens no būtiskiem komunikatīvās integrācijas veidiem, jo paredz lasītāju līdzdalību un viedokļa paušanu. Nozīmīgi, ka šī prakse atklāj to, kā notiek sadarbība ar dažādiem kopienas pārstāvjiem, piemēram, minoritāšu vai kādām marginālām grupām. Mijiedarbība var notikt gan tiešā veidā, tas ir, organizējot klātienes tikšanās, gan piedāvājot saskarsmi, izmantojot dažādus komunikācijas līdzekļu veidus. Vietējo laikrakstu lasītāji tiek aicināti tikties ar laikrakstu pārstāvjiem, lai uzzinātu par kopienai aktuālo: „kas „Vadugunij” noteikti jāuzraksta par Vecumu pagastu. Atnāciet uz tikšanos ar žurnālistiem, žurnālisti uzklaušīs labās un sliktās ziņas par Jūsu pagastu” (Vaduguns, 2000: 1). Laikraksts „Latgales Laiks” ir iedibinājis tradīciju savā dzimšanas dienā kādam no lasītājiem dāvināt avīzes abonementu. Savukārt „Ludzas Zeme” ir organizējusi tikšanos ar lasītājiem citu svētku ietvaros – Grāmatu svētkos rīkojusi interaktīvas sarunas par laikraksta tapšanu, vēsturi, darba aizkulisēm (Ludzas zemes veidotāji runā ar lasītājiem. Ludzas Zeme). Kā redzams, vietējie laikraksti dažādos veidos tiecas uzklaušīt auditorijas vēlmes, šādi tiek noskaidroti arī tai svarīgi jautājumi. Lasītāju viedokli iespējams uzklaušīt arī pastarpināti – pasta vēstuļu, elektronisko vēstuļu, kā arī telefoniski. Lasītāju vēstuļu sadaļas ir iecienītas laikrakstos „Ludzas Zeme”, „Rēzeknes Vēstis”, „Vaduguns”. Vēstules ir redzamākā sadaļa, kurā tiek pausts kopienas viedoklis. Tika novērots, ka vēstulēm ir dažādas formas (viedoklis, sūdzība u.tml.), tādēļ komunikācijas mērķi var būt atšķirīgi un katrā laikrakstā tiek veidota citāda sociālās kontroles forma. Pašlaik tiek praktizēta arī tūlītēja elektronisko vēstuļu sūtīšana, ko nodrošina attiecīgās mājaslapas sadaļa. Elektroniskajā versijā tiek uzdoti arī dažādi aktuālie jautājumi, kas nereti tiek izmantota kā ierosme vai ideja publikācijai („Vaduguns”, „Vietējā Latgales Avīze”), lai gan to nozīmīgums noteiktā laika posmā vai atbilstība pašreizējam brīdim netiek kontrolēta. Vietējie laikraksti praktizē arī telefonzvanu uzklauššanu („Rēzeknes Vēstis”, „Vaduguns” u.c.), tas nozīmē, ka kopienai tiek sniegta iespēja iesaistīties tās komunikatīvajos procesos dažādos veidos. Būtiskākie faktori, kas to kavē vai tieši veicina, ir laikrakstu spēja mudināt lasītājus būt aktīviem, ieinteresēt ar saturu, un galvenais – atainot, vai situācija tiek ietekmēta un risināta. Šādi apstākļi sniedz atbalstu kopienas identifikācijai, apliecinot gan praktisko, gan emocionālo piederību.

Patērējot vietējos laikrakstus, kopiena saņem dažādas zināšanas par kopienu. Lokālās informācijas apjoms reprezentē kopienas mijiedarbības procesu. Proti, mediju saturs reprezentē galvenokārt vietējos notikumus. Vietējo laikrakstu tēmu loks ir samērā plašs, tādēļ arī pieņemams vidusmēra lasītājam. Saturu veido pilsētas vai ciemata ikdienas dzīves atainojums, kā arī praktiska informācija, kas nodrošina informācijas apriti, t.i. – laulību paziņojumi, informācija par jaundzimušajiem, mirušajiem, sludinājumi, apsveikumi, līdzjūtības, kā arī iepazīšanās sludinājumi, kultūras pasākumu afiša u.c. Ļoti aktuāla vietējos laikrakstos ir sadzīves jautājumu problemātika, tāpat kultūras dzīves jaunumi – mākslas, mūzikas atspoguļojums, radošās izpausmes, vietējo iedzīvotāju sasniegumi darbā, intereses, hobiji, skolēnu aktivitātes, intervijas ar novados ievērojamām personām, kā arī izklaidējoša satura raksti u.c. Atsevišķas avīzes („Rēzeknes Vēstis”, „Vaduguns”) cenšas aptvert visu

paudžu lasītāju intereses – vidēja un vecāka gadagājuma cilvēkus, kā arī jaunākus lasītājus – bērnus un jauniešus, aicinot līdzdarboties – sūtīt dzejoļus, zīmējumus, esejas u.c., tādējādi veicinot radošo aktivitāti. Tiek praktizēta arī tematisko publikāciju ieviešana, ko demonstrē lappušu daudzveidība: „Kultūra“, „Vietējā Virtuvē“ „Trīspadsmitā“ „Veselība“, „Regīnas kundzes rubrika” u.c.

Nenoliedzami, tikai ģeogrāfiskais aspekts nespēj nodrošināt komunikatīvo saikni, būtiska ir attieksme, saturs, kas rada piederību kopienai, piemēram, vietējo vērtību jeb kodu, kas raksturīgi konkrētai kopienai, izmantojums praksē. Spilgts paraugs ir latgaliešu valodas izmantojums presē („Rēzeknes Vēstis”, „Vietējā Latgales Avīze”, „Latgales Laiks”). Latgaliešu valodas lietojums minētajos laikrakstos skatāms ilgtermiņā un regulāri. Šādu vērtību atspoguļojums reprezentē arī piederību reģionam un sekmē reģionālās identitātes apziņu. Tādējādi kopienas saikne tiek veidota, konstruējot identifikācijas procesu dažādām reģiona grupām, jo viena no primārajām piederības izpausmēm ir piederība ģimenei, tad seko piederība kopienai, kādai sociālajai grupai u.tml. Šajā jomā vispilgtāk pamanāmas ir satura tendences, kas atspoguļo sociālos notikumus un ataino saikni ar ģimeni, izceļ ģimeniskās vērtības utt. Piemēram, laikrakstā „Vaduguns” ieviestā tradīcija publicēt jaundzimušo vārdus, fotogrāfijas kopā ar vecākiem, kā arī nelielu aprakstu. Piederības apziņu veicina arī publikācijas par vietējiem cilvēkiem, to panākumu un veiksmes stāstu atainojums.

Analizējot reģiona kopienu komunikatīvo vidi, var redzēt, ka tā ir daudzveidīga, tādēļ, vērtējot kopienas komunikatīvo integrāciju, nākas sastapties ar vairākām atšķirībām, kas galvenokārt vērojama sadarbībā ar vietējo kopienu, piemēram, tās viedokļa uzklauššana. Svarīgākais faktors ir komunikācijas iespējas un līdzdalība mediju satura veidošanas procesā, jo viena no komunikatīvi integrētās kopienas pazīmēm ir sazināšanās un informācijas apmaiņa.

Secinājumi

Kopienas komunikatīvās integrācijas noteikšana ir nozīmīgs paņēmieni, kas ļauj noskaidrot, kā tiek uztverta un raksturota reģiona telpa, tās ģeogrāfiskais ierobežojums u.c. Tā ir ne tikai savas telpas izziņa, bet arī apzināšanās, kas liecina par masu mediju psiholoģisko un kognitīvo ietekmi. Īpaši aktuāla tā kļūst identitātes meklējumu un noteikšanas procesā.

Latgales reģionā ir vairāki novadi, kuros netiek izdoti laikraksti, tādēļ iedzīvotājiem nākas lasīt tuvāko pagastu vai pilsētu avīzes. Tas nozīmē, ka kopiena iegūst informāciju par citu Latgales vietu. Šāda situācija var radīt nepilnības telpas apgūšanā, tādējādi arī komunikatīvā integrācija ir zemāka. Kopienās, kurās jau ilglaicīgi tiek izdoti vietējie laikraksti, (galvenokārt republikas nozīmes pilsētās un novadu centros), tiek nodrošināts efektīvāks kopienas pieejas un līdzdalības process. Laikraksti var balstīties uz ilgo darbības laiku, lasītāju skaitu dažādos vecumposmos un tradīciju stabilitāti, taču rodas jautājums par to kvalitāti un pagātnes kultūras un sociālo apstākļu ietekmi darbības procesā.

Latgales reģiona kopienu komunikatīvo integrāciju nosaka komunikatīvās vides specifika: etniskā, valodu un reliģisko konfesiju aina un daudzveidīgākā lokālajā kopienas vidē tiem ir nozīmīga loma identitātes konstruēšanā. Pētot Latgales reģiona vietējos laikrakstus, tika konstatēts, ka vietējos laikrakstos ir atšķirīgas komunikatīvās integrācijas pakāpes un izpausmes veidi, taču visintensīvāk kopienas identifikācija tiek veicināta kopienas struktūras un savstarpējās saiknes reprezentācijas līmenī.

Summary

Local residents mainly use local newspapers for acquisition of local information. They perform mass communication in unified space – cover diverse issues; persons in a focus represent different social layers, but come from the same community, thus keeping in touch with groups of different age and interests. Presence of the community and its location in an administratively determined area ensures its desire after local news.

Community journalism creates operating practice that consists of several levels. The more a given level is presented, the more community journalism is practiced. Such an approach for identifying the impact is called community journalism index. This index allows to determine what forms and influences the activity of community journalism. It is possible to determine in what way the community is integrated by conducting the empirical research. Both media content and organizational practice reveals the volume of the index. In order to determine in what way and how actively journalism contributes to community's mutual relationship and activity, it is possible to distinguish three dimensions for making it possible to identify community's involvement. These dimensions are the following:

- 1) the dimension of community hearing (discussion forums, community sites, blogs, letters to the editor);
- 2) the dimension of community's unity or interconnectedness (publications about local events, articles created by journalists);
- 3) the dimension of community structure (a calendar of events, public information of everyday life, stories that explain the approach to community possibilities, organizations and events) (Lowrey, 2012: 97).

Determination of communicative integration of community is a significant technique that allows to clarify how the region's space, its geographical restriction and other features are described. Community integration in the local press can take place at different levels. Press journalistic trends are assessed by taking into consideration publication making techniques: author, theme, genre selection, geography, range of material source, linguistic landscape, etc.

Hearing of community views is one of the most important forms of communicative integration because it foresees readers' participation and expression of opinions. This practice reveals how a cooperation between various representatives of community takes place, for example, minorities or any marginalized groups. Interactions can occur both directly, that is, organizing face to face meetings, and through a contact by using various types of communication means.

The representation of a community structure is the most visible practice of newspapers operation, as it provides not only general information about a framework within which community operates and about its current decisions and actions, but also the role of mentioned services and institutions is also explained. This operating practice can be effectively implemented by newspapers whose operating area is concentrated in a smaller community (for example, one or two districts) as they provide amount and timeliness of information on a regular basis (for example, "Vaduguns", "Rēzeknes Vēstis", "Миллион", etc.). It is almost impossible to ensure the flow of information for regional newspapers or newspapers that cover a vast area (for example, "Vietējā Latgales Avīze"), taking into account the frequency of publication, human resources and related financial expenses. Such expenses do not contribute to the understanding of a community structure and possible ways of involvement.

It means that local newspapers understand their role and functions in the region's communities differently, thus forming a certain communicative space. First of all, by offering an extent of how much to inform about community; second of all, how much community is involved in communicative action, thus contributing to the understanding of a newspaper's role in community, the opportunities to express opinions and get involved.

Literatūra un avoti

1. Amit, V. (2002). Reconceptualizing community. In V. Amit (ed., 2002), *Realizing community: Concepts, social relationships and sentiments* (p. 1-20). London: Routledge.
2. Bondarenko, Ē. (2010). „Ludzas Zeme” strādā lasītāju, nevis politiķu interesēs. Ludzas Zeme. Skatīts 15.06.2014. <http://www.ludzaszeme.lv/news/LZpirmsvelesanam>.
3. Brozana, A., Lowrey, W., Mackay, J. (2008). Toward a measure of community journalism. *Mass Communication and Society*, 11 (p. 275-299). London and New York: Routledge, Taylor & Francis Group.
4. Carnoy, M. (2002). *Sustaining the new economy: work, family, and community in the information age*. New York: Harvard University Press.
5. Carpentier, N., Lie, R., Servaes, J. (2012). Multitheoretical approaches to community media: capturing specificity and diversity. In Fuller, L. K. (ed., 2012). *The Power of Global Community Media* (p. 219-235). New York: Palgrave MacMillan.
6. Emig, A. G., Hesse, M. B., Stamm, K. R. (1997). The contribution of local media to community involvement. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 74 (p. 97-107). Thousand Oaks, CA: Sage.
7. Friedland, L. A. (2001). Communication, Community and Democracy. Toward a Theory of the Communicatively Integrated Community. *Communication Research*, 28 (4), 358-391.
8. Friedland, L. A., McLeod, J. M. (1999). Community integration and mass media: A reconsideration. In D. Demers & K. Viswanath (ed., 1999). *Mass media, social control, and social change* (p. 197-226). Ames: Iowa State University Press.
9. Gabranovs, E. (2013, 9.aug.). *Loģisks deviņu mēnešu rezultāts*. Vaduguns. Nr. 61.4.
10. Holmes, D. (2005). *Communication Theory: Media, Technology, Society*. London: Sage.

11. Janowitz, M. (1967). *The community press in an urban setting*. Chicago: University of Chicago Press.
12. Lowrey, W. (2012). The challenge of measuring community journalism. In Reader, B., Hatcher, J. (eds., 2012). *Foundations of community journalism* (p. 87-105). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
13. *Ludzas zemes veidotāji runā ar lasītājiem*. Ludzas Zeme. Skatīts 08.05.2014. <http://www.ludzaszeme.lv/news/ludzas-zemes-veidotaji-runa-ar-lasitajiem>.
14. Morley, D., Robins, K. (1995). *Spaces of Identity. Global Media, Electronic Landscapes and Cultural Boundaries*. London: Routledge.
15. Morse, S. W. (2004). *Smart communities: how citizens and local leaders can use strategic thinking to build a brighter future*. San Francisco, Calif.: Jossey-Bass.
16. Stamm, K. R., Guest, A. M. (1991). Communication and community integration: An analysis of the communication behavior of newcomers. *Journalism Quarterly*, 68 (p. 644-656). Thousand Oaks, CA: Sage.
17. Thompson, J. (1995). *The media and modernity: A social theory of media*. Cambridge: Polity Press.
18. Vaduguns. (2000). *Vecumu pagasta iedzīvotāji!* Nr. 70. 1.
19. Van Dijk, J. (1997). The Reality of Virtual Community. In: *Trends in Communication*, 1(1) (p. 39-63). Amsterdam: Boom Publishers.