

Komunikācijas stratēģija Brīvības ielu stāsta atspoguļošanai un pēctecības veicināšanai

“Brīvības ielu stāsti republikas pilsētās”¹

2017. gada 30.oktobris (18.decembra redakcija)

Komunikācijas stratēģiju izstrādāja: *Gints Grūbe (22.08.2017. autoratlīdzības līgums ar Vides aizsardzības un reģionālās attīstības ministriju nr.UL/2/2017)*

1. Komunikācijas mērķi

Kopējie mērķi - panākt plašu sabiedrības iesaisti un informētību par plānotajām Brīvības ielu stāsta aktivitātēm 9 republikas pilsētās 2018.gadā gan tiešajās aktivitāšu norises teritorijās, gan arī Latvijā kopumā un ārpus Latvijas.

Mērķi Brīvības ielu stāsta īstenotājiem:

- jārada interese par aktivitāšu saturu dažādās mērķa grupās un plašākā sabiedrībā;
- jāuzsāk darbs pie mērķa auditorijas uzrunāšanas, veidošanas, iesaistes savlaicīgi – pirms Brīvības ielu stāsta koncepts tiek prezentēts publiski;
- jārada iespēja dalīties ar iespaidiem, jāuztur interese un dialogs ar iedzīvotājiem par aktivitāšu rezultātiem.

2. Plānotās mērķauditorijas

Institucionālās mērķauditorijas: valsts un pašvaldību institūcijas, t.sk. izglītības, kultūras, tūrisma un iestādes u.c.; NVO, pilsoņu iniciatīvas; masu mediji.

Informēt mērķauditorijas par aktivitātēm un aicināt iesaistīties Brīvības ielu stāstu aktivitātēs kā tiešos dalībniekus, kā organizatorus, kā vērotājus, telpu nomniekus, informācijas aģentus.

Profesionālās mērķauditorijas: uzņēmēji; dažādu jomu speciālisti (skolotāji, vēsturnieki, zinātnieki, mājamatnieki); radošo nozaru pārstāvji (mākslinieki).

Tāpat nepieciešams veicināt ieinteresētību aktivitāšu norisēs tajā sabiedrības daļā, kas līdz šim pasīvi iesaistījusies sabiedriskās aktivitātēs pilsētās, kā arī cilvēkos, kuri vairs nav saistīti tieši ar pilsētu vai reģionu, bet, kuri savas vēsturiskās piederības dēļ izjūt vai var izjust saikni ar attiecīgo pilsētu.

Specifiskās teritoriālās mērķauditorijas: citi ārpus pilsētas dzīvojošie, kurus var ieinteresēt aktivitāšu notiekošās norises un kuri izjūt reģionālo piederību; citu pašvaldību iedzīvotāji, kurus var ieinteresēt iesaiste Latvijas valsts 100gades procesos - notikumā kopumā; no Latvijas un attiecīgā reģiona izceļojušie, kurus plānotās aktivitātes var veicināt vēlmi atgriezties;

¹ Informatīvā ziņojuma "Par Latvijas valsts simtgades svinību pasākumu plānu 2017.–2021.gadam" (Ministru kabineta 2016.gada 13.decembra sēdes protokollēmums (prot. Nr.68 69.§)) noteiktā pasākuma „Reģiona dienas – īpaši Latvijas valsts simtgadei veltīts pasākumu kopums, akcentējot reģionu lomu valsts attīstībā un mudinot izzināt reģionus - Brīvības ielu stāsts 9 pilsētās, reģionu simboli un vērtības” īstenošana Latvijas valsts simtgades svinību pasākumu plāna 2017.-2021.gadam ietvaros

Ieteicams panākt:

- dažādu sociālo un interešu grupu iesaisti aktivitāšu veidošanā,
- starppaudžu sadarbību, veicinot dažāda satura pilsonisko līdzdalību,
- jaunas kultūras pieredzes iegūšanu, sniedzot ieguldījumu integrētas sabiedrības veidošanā.

Sociālās mērķauditorijas: skolēnu/jauniešu mērķauditorija; senioru auditorija; mazākumtautību auditorija; cilvēku ar īpašām vajadzībām auditorija.

3. Ieteicamie komunikācijas kanāli un sadarbības partneri aktivitāšu ieviešanai

Ieteicamie komunikācijas pasākumi īstenojami pieejamo resursu ietvaros aktivitāšu īstenošanai, izvēloties atbilstošāko aktivitāšu mērķim un attiecīgajai mērķauditorijai.

- 1) Latvijas 100gades biroja mājas lapa lv100.lv, kas var būt viens no centrālajiem medijiem, no kura tiek sasniegti citi mediji Latvijā. Papildus atbalsta interneta vietnes: www.valmiera.lv; www.varam.gov.lv; www.daugavpils.lv; www.rezekne.lv; www.riga.lv; www.jurmala.lv; www.liepaja.lv; www.venstpils.lv; www.jekabpils.lv; www.jelgava.lv.
- 2) Nacionālie un reģionālie mediji: interneta, drukātie, elektroniskie, radio.
- 3) Sabiedriskie mediji kā iespējamie partneri aktivitāšu tiešraides nodrošināšanā, piedāvājot daudzveidīgu un dažādu saturu no reģioniem.
- 4) Re-TV kā virszemes apraidē esošs kanāls ar potenciāli plašu auditoriju, kas savā reģionālo programmu saturā var piedāvāt dažādus informatīvus formātus.
- 5) Delfi.lv kā lielākais ziņu portāls Latvijā, veidojot sadarbības platformu gan Laikmetīgās vēstures muzeja komunikācijai (skat. Delfi projektu "Vaidelote"), gan arī informatīva un padziļināta satura platformu Brīvības foruma norisēm.
- 6) LMT straume kā iespējamais partneris interneta platformu tiešraižu nodrošināšanai.
- 7) Lsm.lv kā sabiedrisko mediju interneta platforma, kurā iespējama sabiedriski nozīmīgu tiešraižu nodrošināšana.
- 8) LETA – nacionālā ziņu aģentūra.
- 9) Draugiem.lv kā Latvijas lielākais sabiedriskās tīklošanas interneta portāls.
- 10) "Latvijas avīze" – kā viens no lielākajiem Latvijas nacionālajiem izdevumiem, kas regulāri raksta par vēsturi, reģionu tematiku, veidojot atsevišķus sēriju stāstus saistībā ar aktivitāšu vēstures daļu.
- 11) "Diena", "Neatkarīgā rīta avīze" – iespējamie partneri nākotnes komunikācijai, t.sk. akcijas daļai "Mana ideja Latvijai".
- 12) Izdevniecības "Santa" izdevumi (žurnāli "Ieva", "Klubs", "Santa") kā komunikācijas kanāli īpašiem stāstiem, kas aktivitāšu izveides procesā var rasties un ir orientēti uz cilvēkiem un personībām.
- 13) Regulāras komunikācijas ietvaros sadarbība tiek veidota ar komercitelevīzijām (LNT/TV3).
- 14) Latvijas Radio – sabiedriskais radio (6 kanāli ar dažādu specifiku) - ar visplašāko auditoriju, ņemot vērā aktivitāšu saturisko nozīmīgumu, var iesaistīties aktivitāšu satura līdzveidošanā. ņemot vērā, ka Latvijas radio pozicionējas kā Latvijas 100gades medijs, tad aktivitāšu satura formāti iespējami visdažādākajai auditorijai.
- 15) Facebook – izmantojami pilsētu atsevišķi facebook sociālie konti, pilsētu domju priekšsēdētāju facebook sociālie konti (ja tie tiek izmantoti komunikācijai), Latvijas Lielo pilsētu asociācijas facebook konts. Var izveidot arī jaunu aktivitāšu kontu.

- 16) Latvijas diplomātiskais dienests, jo aktivitāšu saturs var kalpot kā publiskās diplomātijas daļa.
- 17) Sabiedriskās vietas un publiskā vide.
- 18) Publiskie pasākumi, kas sniedz papildus informāciju.

4. Vizuālā identitāte

Vizuālajai komunikācijai tiek izmantots Latvijas 100gades logotips, pielāgojot to vienotam sauklim. Kopējās komunikācijas saukļa priekšlikumi: *“Brīvības ielu stāsti 9 pilsētās”* vai *“No brīvības līdz brīvībai”*.

Vienota vizuāla principa izstrāde un komunikācija (fotogrāfija – pirms 100 gadiem/pēc 100 gadiem- Brīvības iela vai kādas ar Latvijas vēsturi saistītas vietas).

Skat. piemēru kino nozarē Es redzu Latviju kopā ar Latvijas 100gades logo

<http://nkc.gov.lv>

Komunikācijas pasākumi un to elementi

- Publisko pasākumu ietvaros visdažādākajos formātos.
- Kopīgas akcijas – sociālas akcijas sadarbībā ar Latvijas 100gades biroju un Latvijas Institutu.
- Preses relīzes, preses konferences, intervijas, viedokļu publikācijas, komunikācija sociālajos medijos un drukātajā presē par aktivitātēm.
- Sabiedriskās domas aptaujas atgriezeniskās saites noskaidrošanai.
- Fokusa grupas – veidojamas ar iepriekš definētajām mērķauditorijām.
- Aktivitāšu vēstneši – reģiona, pilsētas un novada personības, kas iesaistās aktivitātēs un kļūst par atpazīstamības “aģentiem”. Tās ir izcilas novada personības - bijušie novadnieki, cilvēki, kuri ir atpazīstami reģiona un plašākā mērogā un kuri ar savu biogrāfiju vai profesionālo darbību atbilst “brīvas personības” izpratnei.

5. Komunikācijas pamatprincipi

Līdzdalības princips - komunikācijā ar mērķauditorijām uzsvars tiek likts uz auditorijām, jebkāda veida vēstījumos iesaistot atsevišķus mērķauditorijas pārstāvjus kā piemērus.

“No-mutes-mutē” (word-of mouth) princips - informācijas izplatīšanā un auditoriju iesaistīšanā ir nozīmīgi panākt, ka informācija ir aizraujoša un pārsteidzoša un informācija mērķauditorijās izplatās no mutes mutē. Šis princips ļautu uzbūvēt notikuma sajūtu.

Starpdisciplinārais princips – izcelt publiskās un privātās partnerības principa ievērošanu, labās prakses piemēru izcelšanu.

Komunikācijā tiek uzsvērta ideja par Brīvības ielu stāstu kopumā. Iela ir tikai viena no norises platformām. Brīvības jēdziens komunikācijā tiek izmantots atbilstoši koncepcijā ietvertajam teorētiskajam pamatojumam, ievērojot brīvības sadalījumu komunikācijā: “brīvība no/brīvība uz”.

6. Informācijas un publicitātes pasākumu plāns

2018. gada janvāris

- Vienota preses konference par “Brīvības ielu stāstu” uzsākšanu, kas paredz pamatinformācijas sniegšanu par “Brīvības ielu stāstu”, organizatoriem un dalībniekiem, piemēriem un aicinājumu citiem novadiem iesaistīties “Brīvības ielu stāsta” tapšanā. *Īsteno Latvijas Lielo pilsētu asociācija sadarbībā ar Vides aizsardzības un reģionālās attīstības ministriju (turpmāk – VARAM) un 9 republikas pilsētu pašvaldībām.*
- Divas preses relīzes: 1) par kopējo ideju un konceptu; 2) par aicinājumu Latvijas iedzīvotājiem iesaistīties savas pilsētas Brīvības ielas stāsta aktivitātēs. Komunikācijā tiek akcentēti piemēri par pirmajiem iesniegtajiem priekšmetiem, lietām, fotogrāfijām Laikmetīgās vēstures muzejam. *Īsteno Latvijas Lielo pilsētu asociācija sadarbībā ar 9 republikas pilsētām.*
- Publikācijas reģionālajā presē un interneta medijos par iniciatīvu “Brīvības ielu stāsts”. *Īsteno 9 republikas pilsētas.*
- Intervijas ar organizatoriem, īstenotājiem un vēstnešiem. *Īsteno pašvaldību sabiedrisko attiecību speciālisti.*
- Sociālā reklāma medijos ar aicinājumu iesaistīties Brīvības ielu stāsta veidošanā. Pasta vēstuļu nosūtīšana potenciālajiem sadarbības partneriem. *Īsteno pašvaldību sabiedrisko attiecību speciālisti, atbildīgie par pasākumiem.*
- Sabiedriskās apspriešanas izziņošana par jaunu nosaukumu pilsētas infrastruktūras objektiem, piemiņas zīmju izvietojumu. *Īsteno atbildīgie par pasākumiem, pašvaldību sabiedrisko attiecību speciālisti.*
- Sadarbības veidošana un komunikācija starp Brīvības foruma organizācijā iesaistītajām pusēm – augstskolām, vispārizglītojošām iestādēm, uzņēmējiem. *Īsteno atbildīgie par pasākumiem, pašvaldību sabiedrisko attiecību speciālisti.*

2018. gada februāris- marts

- Februārī tiek izsūtīta informācija medijiem par 2018.gada norišu plāniem. *Īsteno Latvijas Lielo pilsētu asociācija, VARAM, pašvaldību sabiedrisko attiecību speciālisti.*
- Aktivitātes reģionālajos medijos (intervijas laikrakstos, radio, TV par iniciatīvu katrā reģionā), kur iespējams īss viedokļu apkopojums no potenciālajiem Brīvības foruma dalībniekiem. *Īsteno 9 republikas pilsētu sabiedrisko attiecību speciālisti.*
- Konkursa “Mana ideja Latvijai” izsludināšana kā pirmais Brīvības foruma pasākums. Konkurss var tikt rīkots plašai sabiedrībai ar aicinājumu iesūtīt idejas Latvijas attīstībai un uzplaukumam nākotnē. *Īsteno 9 republikas pilsētu atbildīgie pārstāvji par aktivitāšu īstenošanu.*
- Komunikācija par Brīvības ielu stāsta īstenošanu vietējos medijos. *Īsteno 9 republikas pilsētu atbildīgie pārstāvji par aktivitāšu īstenošanu.*
- 9 republikas pilsētu atbildīgo pārstāvju par Brīvības ielu stāsta īstenošanu apmācība komunikācijai par Brīvības ielu stāsta un tā aktivitātēm. *Īsteno Latvijas Lielo pilsētu asociācija, koncepcijas autors Gints Grūbe.*
- Martā tiek turpināts aicinājums novadu pašvaldībās rīkot savu Brīvības ielu stāstu programmu.

Īsteno 9 republikas pilsētu atbildīgie pārstāvji par aktivitāšu īstenošanu.

- Publikācijas un diskusijas reģionālajos medijos u.c. formātos par piemiņas zīmju došanas faktu.

Īsteno 9 republikas pilsētu sabiedrisko attiecību speciālisti.

- Intervijas ar izcilajiem novadniekiem kā sava veida reklāma Brīvības forumam.
Īsteno 9 republikas pilsētu atbildīgie pārstāvji par aktivitāšu īstenošanu, sabiedrisko attiecību speciālisti.

2018. gada aprīlis

- Starptautiska komunikācija – aktivitātes caur Latvijas vēstniecībām, sadarbība ar ārvalstīs dzīvojošajiem latviešiem, publikācijas facebook, ieteicama sadarbība ar Latvijas institūtu, atgriežoties pie viņu idejas “Latvija vieta, kur atgreizties”
Īsteno 9 republikas pilsētu atbildīgie pārstāvji par aktivitāšu īstenošanu, sabiedrisko attiecību speciālisti.

- Komunikācija par Brīvības ielu stāstu kopumā un tā atsevišķām aktivitātēm – vides reklāmas izvietošana (ja iespējams), preses relīzes izsūtīšana par 4.maija pasākumiem saistībā ar Brīvības ielu stāsta uzsākšanu (vēlama atsevišķu “pilotobjektu” – izstādes priekšmetu izvietošana pilsētvidē (gaismas stends, skatlogs u.tml.dz.)).

Īsteno 9 republikas pilsētu atbildīgie pārstāvji par aktivitāšu īstenošanu, sabiedrisko attiecību speciālisti atbilstoši pieejamam finansējumam.

- 2018. gada maijā komunikācijā tiek sagatavots 9 republikas pilsētu paziņojums ar aicinājumu “atgriezties” savos novados ar idejām, priekšlikumiem, savu pieredzi, lai saglabātu brīvības sapni. Brīvības ielu stāstu atklāšana pilsētās 4. maija pasākuma ietvaros (ja attiecināms), sadalot komunikāciju par šādiem notikumiem:
 - jaunu nosaukumu došana vietām, piemiņas plāksņu atklāšana – īpašs pasākums ar goda pilsoņu dalību, ar nosaukuma iesvētīšanas rituālu un pavadošu muzikālu programmu vai kādu atsevišķu Brīvības foruma aktivitāti. Aicinājums veidot iedzīvotāju pašportretu un video galeriju no atklāšanas notikumiem.

Īsteno 9 republikas pilsētu atbildīgie pārstāvji par aktivitāšu īstenošanu

- video filmas “9 pilsētas – iela viena” veidošana par Brīvības ielu stāsta norisi un atklāšanu visās 9 republikas pilsētās.

Īsteno VARAM piesaistītais izpildītājs sadarbībā ar 9 republikas pilsētu atbildīgajiem pārstāvjiem par aktivitāšu īstenošanu.

Pilsētās un citās vietās, kurās notiek Brīvības forums, tiek nodrošināts pasākuma ieraksts vai tiešraide (iespēju robežās).

2018. gada maijs – septembris

Vispatveroša komunikācija par Brīvības ielu stāsta norisi (*īsteno 9 republikas pilsētu atbildīgie pārstāvji par aktivitāšu īstenošanu*), ko veido:

- mediju informēšana par izstāžu atklāšanu, Brīvības foruma pasākumiem;
- Brīvības ielu stāsta izstādes apraksti par priekšmetiem – katru nedēļu viens apraksts tiek publicēts sociālajos medijos;
- piemēri par notikušajām Brīvības foruma aktivitātēm tiek publicēti sociālajos medijos (sociālajai reklāmai facebook maksimāli izmanto video saturu);

- iedzīvotāju aptauja “Kurus bijušos novadniekus un izcilības Jūs personiski vēlaties satikt” notiek caur reģionālo presi vai katrai pilsētai atbilstošākajiem komunikācijas kanāliem;
- īpaša publicitāte, kas ietver preses relīzes izsūtīšanu, mediju brīfingu organizēšanu, individuālu aktivitāšu plānošanu (ja laika periodā no maija līdz septembrim pilsētas svētku ietvaros vai kā atsevišķi notikumi tiek atklātas atsevišķas Brīvības ielu stāsta aktivitātes);
- notikuma izveide sociālajos medijos (facebook, draugiem.lv) – ieteicams izmantot tos sociālo kontu turētājus komunikācijai, kuriem ir lielākais sekotāju skaits; Attiecībā uz Laikmetīgās vēstures muzeju un Brīvības forumu visu aktivitāšu norises laiku iespējamās paralēlas un papildinošas aktivitātes medijos, piemēram, “Mana ideja Latvijai” video iesūtīšana vai atsevišķu filmēšanas dienu organizēšana, kur jebkurš iedzīvotājs var izteikt savu ideju Latvijai. Tāpat var organizēt sarunas ar izciliem novadniekiem, kas tiek publicētas visa gada garumā. Laikmetīgā mākslas muzeja apkopoto objektu daļa (kas netiek izvietota izstādē) var tikt izvietota arī virtuālā vidē- pilsētas mājas lapā, pārpublicējot sociālajos medijos. Tāpat iedzīvotāji savos sociālajos kontos paši var turpināt Latvijas laikmetīgā muzeja ideju, publicējot savas dzimtas foto, stāstus zem kopīga vienota nosaukuma, piem., Brīvības stāsti/Jekabpils/LV100;
- LTV, Latvijas Radio, LSM tiešraides vai ieraksti no republikas pilsētām, kur notiek Brīvības forums;
- 2018. gada oktobrī konkurss skolās “Mana ideja Latvijai”, kur projektu nedēļas ietvaros skolēni izstrādā savas idejas Latvijai, aicinot konkursā piedalīties arī citu paaudžu iedzīvotājus. Konkursa apkopojumu iespējams publicēt kādā no centrālajiem komunikācijas kanāliem internetā, paredzot iedzīvotāju balsojumu par, viņuprāt, labāko ideju;
- komunikācija par Brīvības ielu stāsta aktivitātēm tūrisma maršrutos – publikācijas, paziņojumi, reklāmas (sadarbībā ar tūrisma speciālistiem, pašvaldības sabiedrisko attiecību speciālistiem).

2018. novembris

Komunikācija novembrī tiek veidota saistībā ar Latvijas valsts 100gades pasākumiem – tajās pilsētās, kur notiek Brīvības ielu stāsta galvenie pasākumi, tiek veidota kā notikumu atklāšana (izstādes atklāšana, Brīvības foruma gala pasākumi) ar LMT straumes vai www.lsm.lv uzaicinātiem mediju pārstāvjiem.

Ārpus Latvijas dzīvojošo izcilību, kuras tiek uzaicinātas piedalīties Brīvības forumā, ierašanās, lekcijas vai uzstāšanās citos formātos tiek veidotas kā Latvijas mēroga notikums, organizējot intervijas TV, radio, presē.

Var tikt organizēti šādi komunikācijas pasākumi (*īsteno 9 republikas pilsētu atbildīgie pārstāvji par aktivitāšu īstenošanu, sabiedrisko attiecību speciālisti*):

- rezultātu apkopošana un sabiedriskās apspriešanas rezultātu izziņošana (ielas, piemiņas vietas nākamjiem 100gadiem), konkursa “Mana ideja Latvijai” fināls;
- noslēguma preses konference, Brīvības ielu stāsta kopējā prezentācija, publikāciju sagatavošana par Brīvības foruma idejām, t.sk. 9 republikas pilsētu priekšlikumiem Latvijai nākamajiem 100gadiem, un to izziņošana publicēšanai Latvijas medijiem;
- īpaši mediju paziņojumi, ja kāds no iedzīvotājiem vēlas nodot savu izstādes priekšmetu muzejam;

- vairāki raidījumi par Brīvības ielu kādā no pilsētām (sadarbībā ar LTV1 raidījumu Ielas garumā);
- preses relīze par rezultātiem, filmas “9 pilsētas – viena iela” prezentācija kinoteātros.

7. Komunikācijas procesu vadība

Komunikācijas procesi tiek veidoti katrā republikas pilsētā atsevišķi, ko veic atbildīgie par atbildīgie par Brīvības ielu stāsta aktivitāšu īstenošanu un sabiedrisko attiecību speciālisti pieejamā budžeta ietvaros. Koordinācija iespējama ar Latvijas 100gades biroju, organizējot papildus konsultācijas.

8. Apmācību materiāls un priekšlikumi Brīvības ielu stāsta komunikācijai pašvaldību sabiedrisko attiecību speciālistiem

Būtiska ir Laikmetīgās vēstures muzeja izstādes apmeklējumu nosacījumi, t.sk. vai un kādi būs īpašie piedāvājumi. Ja iespējams, vēlams nodrošināt bezmaksas izstādes apskati. Ja nav iespējams, jāveido atlaižu politika īpašām iedzīvotāju grupām – skolēniem, studentiem, pensionāriem, invalīdiem.

Ir veidojama sabiedriskā apspriešana par nosaukumu došanu vai priekšlikumu apkopošanu par ielu nosaukumiem. Tāpat sabiedriskā apspriešana ir veidojama attiecībā uz piemiņas zīmju izvietojumu pilsētā saistībā ar Latvijas 100gades stāstiem un ar tiem saistītām personībām. Mārketingam izmantojams instruments – priekšlikumu iesniegšanas laiks kā kopīgs pasākums, kurā šie priekšlikumi tiek diskutēti, apspriesti, aizstāvēti, un tas var tikt piemērots sociālo mediju vidē līdz 2018.gada 18.novembrim.

Mārketingu Brīvības forumam tiek veidots ar iedzīvotāju iesaisti par novada izcilajiem cilvēkiem, kuri te dzīvojuši un kurus pilsētas iedzīvotāji vēlas redzēt atgriežamies. Tāpat tas tiek veidots, lai veicinātu atgriezeniskās saites nodrošināšanu un orientēšanos uz personībām, izciliem pieredzes stāstiem.

Stipendijas iedibināšana saistībā ar kādu novada izcilību veicinās sasaisti ar novada izcilībām nakamo paaudžu līmenī.

Foruma daļu nosaukšana pilsētas vēsturisko personu vārdā var iedibināt forumu kā tradīciju (piem., Jāņa Čakstes forums, Marko Rotko forums un tml.dz.)

Mārketinga elementi forumā ir konkurss “Mana ideja Latvijai” kā formāts, kurā iesaistās iedzīvotāji un tas var kļūt par visas Latvijas akciju.

Kā papildus aktivitāte var būt īpaša viesu uzņemšanas akcija – konkurss “Kurš uzņems izcilos novadniekus pie sevis mājās pusdienās vai vakariņās”, tādējādi īstenojot “atgriešanās mājās” ideju.

Medijiem var tikt piedāvāts veidot savu saturu, balstoties uz foruma atsevišķām aktivitātēm – piem., profesionāla saruna ar mūziķiem par mūzikas izglītību Liepājas Brīvības foruma ietvaros vai Jelgavā - politiska saruna par Zemgali kā prezidentu kalvi un politiku kā profesiju. Var būt īpašas pārraides radio “Krustupunktā” vai LTV programmās

“Liels jautājums” 2018.gada beigās, kas aptvertu visu 9 republikas pilsētu priekšlikumus par nākotnes stratēģiju.

Brīvības forums komunikācijā tiek veidots kā atgriešanās kustība, kā veicināt izcilību atgriešanos ar pieredzes un iedvesmas stāstiem mājās. Tā var kļūt par kustību visā Latvijā.

Laikmetīgās vēstures muzeja izstādes nosaukums katrā no pilsētām var atšķirties. Būtiski, ka tas tiek komunicēts kā Brīvības ielu stāsta daļa.

Ir būtiski sasniegt lielāku iedzīvotāju iesaisti izstādes veidošanā, pozicionējot izstādi komunikācijā kā Latvijas 100gades kopprojektu, ko iedzīvotāji kopā ar vēsturniekiem, un māksliniekiem veido savā pilsētā.

Būtiski, ka regulāri tiek apzināts izstādes apmeklētāju skaits, apkopojot to atsauksmes, viedokļus par izstādi. Būtiski jau sākotnēji noteikt, kādu izstādes apmeklētāju skaitu plānots sasniegt.

Izstādē var aicināt gan nodot priekšmetus muzeju rīcībā, gan to fotografēt un iesūtīt. Tādā veidā “mans stāsts Latvijas simtgadei” kļūst plašāks par pašas izstādes stāstu.

Iespējams izstādes rezultātus izdot grāmatā, katalogā, tādējādi to veidojot kā Latvijas iedzīvotāju vēstures grāmatu.

Replikas par priekšmetiem un atsevišķu stāstu piemērus iespējams izdod kā suvenīrus. Var tikt izdota vēsturiskās Brīvības ielas pastkaršu sērija.

Kā Laikmetīgās vēstures muzeja izstādes mārketinga instruments var kalpot lielformāta plakātu izvietošana, kas vēsta par izstādi un tās objektiem.

9. Priekšlikums darba uzdevumam par apkopojošo video filmu

Dokumentālas filmas “9 pilsētas viena iela” izveides mērķis ir apkopot Latvijas cilvēku stāstus, viedokļus, redzējumu par Latviju nākamajiem 100gadiem un fiksēt hronikas veidā Latvijas vietas un to izskatu šodien.

Filma būtu laba laikmeta liecība par šodienas cilvēkiem un iezīmētu cilvēku idejas, priekšlikumus Latvijas nākotnes attīstībai.

Filmas sižetiskais stāsts varētu tikt būvēts kā vienas dienas stāsts Latvijā 2018.gadā, ietverot paralēlas norises visās 9 republikas pilsētās – pilsēta mostas, sākas ikdienas dzīve ar tās atšķirīgajām un līdzīgajām iezīmēm, iezīmējas atsevišķi varoņi, kuri arī piedalās filmas kopējā stāstā ar savām idejām Latvijai.

Katrā no pilsētām tiek izvēlēts tāds varonis, kura gaitas tiek “izsekotas” vienas dienas laikā. Tas var būt taksists, sētnieks, skolēns, biroja darbinieks, pilsētas mērs, pensionārs, skolotājs - sava veida sociālais modelis. Tie var būt arī ir cilvēki, kuru darba diena paiet Brīvības ielā. Kamera izseko viņus visas dienas ciklā un viņi it kā ir tie, kuri vēro satiktos cilvēkus 9 pilsētās un klausās viņu stāstus par idejām Latvijai. Pašu varoņu filmēti stāsti /idejas Latvijai seko filmas beigās.

Ideja/priekšlikums augstāk minēto varoņu izvēlei – stāsts par 9 cilvēkiem republikas pilsētās, kuriem ir vienādi vārdi un uzvārdi, ņemot populārākos vārdu savienojumus, piemēram, Jānis Kalniņš. Tas ļautu kā saistelementu filmā apkopot un ietvert dažādus 2018.gadu raksturojošus attiecīgās pilsētas socioloģiskus datus – cik cilvēku, kur un kā dzīvo – savā veidā sniedzot statistisko stāstu - vēsturisko fotogrāfiju 2018.gadam. Filmas sākums vēsta, ka visā Latvijā dzīvo “x” Jāņi Kalniņi, katrā republikas pilsētā tik un tik Jāņi Kalniņi. Tālākā filma gaita vēsta par viņiem personīgi. Statistiski caur šo stāstu tiek stāstīts par katru pilsētu, bet reizē tiek veidots Latvijas sociālantropoloģisks portrets. Kā filmas centrāle ir pilsētas dome vai Pilsonības migrācijas lietu pārvalde sniedz šādu informāciju, cik pilsētā ir šādu cilvēku un filmā tiek stāstīts par šiem cilvēkiem. Viņi ir tā brīža tipiskais, vidējais attiecīgās pilsētas iedzīvotājs, caur kuriem iezīmējas laikmets, identitātes, valodas īpatnības.

Otra paralēlā līnija ir stāsts par nākotni un tiem cilvēkiem, kuri piedalās Brīvības forumā visdažādākajos formātos. Kopējais filmas mērķis vai virsuzdevums ir apkopot video formātā Brīvības foruma idejas, veidojot Brīvības foruma vienotu stāstu - foruma dalībnieku idejas par Latvijas attīstību, vīziju, redzējumu nākamajam gadsimtam, saviem bērniem, mazbērniem. 9 republikas pilsētas visi Brīvības foruma dalībnieki tiek fiksēti/ierakstīti līdzīgā vizuālā formātā kā intervijas vai sarunas.

Katras pilsētas vizuālais stāsts tiek filmēts atsevišķi kā sava veida ceļa filma 9 republikas pilsētu Brīvības ielās, kas veido savstarpēju savietojumu ar citām pilsētām. Tas var būt arī filmas varoņu stāsts par Latvijas brīvību, par sapni, kas nosargāts.

Iekļūt filmā būs iespēja ikvienam, kad noteiktā reizē, laikā un vietā ikviens Latvijas iedzīvotājs varēs piedāvāt savu ideju Latvijai. Pilsētas laukumā vai Brīvības ielā varētu būt kamera, lai varētu nofilmēties un atsūtīt savu ideju par Latvija attīstību.

Filmā kā saistelements varētu būt žurnālists, kurš brauc pa 9 republikas pilsētām, un viņam uztic stāstus. Tam jābūt visā Latvijā pietiekami populāram žurnālistam (piemēram, Toms Bricis, Ingus Ulmanis u.c.). Viņš ir tas, kurš dodas ceļā un kuram tiek stāstītas šīs idejas par Latvijas attīstības iespējām, kuras stāsta uzrunāti un nejauši sastapti cilvēki. Kā ceļa filmas elements no pilsētas uz pilsētu, tiek izmantotas radio ziņu skaņas, kas vēsta par notikumiem tajā dienā.

Filmas mērķis ir dokumentēt katru republikas pilsētu, vizuāli stāstu veidojot kā ceļa filmas un kinohronikas apkopojumu un mūsdienu statistiskās informācijas apkopojumu. Katras pilsētas stāsts ienāk ar filmas kadriem, kas raksturīgi katras pilsētas šodienai, ēkām, skvēriem, cilvēkiem, mašīnām (tiek filmēts ar domu, kā šīs vietas izskatīsies pēc 100 gadiem).

Kopējais stāsts ietver vienas dienas ciklu visās 9 republikas pilsētās – pilsēta mostas, pilsētas dzīve un pilsētas ritms pāriet nakts režīmā. Viss šis cikls tiek parādīts caur filmas galvenajiem varoņiem.

Kopējais filmas garums ieteicams 52 minūtes (TV klasiskais formāts). Katrai pilsētai savā komunikācijā būtu iespējams izmantot atsevišķas epizodes no filmas. Stilistiski filma ir veidota kā sociālantropoloģisks stāsts, kurā ar subjektīvas kameras vērojumu iezīmējas šodienas Latvija un tiek ietverti kinohronikas elementi.

Filmas izveides periods no 2018.gada maija līdz 2018.gada novembrim.