

Eksperta vērtējums par sabiedriskā pasūtījuma izpildi

Recenzents: **Uldis Strautmanis**

Recenzētais elektroniskais plašsaziņas līdzeklis: **Latvijas Sabiedriskais medijs**

Recenzētā pārraide/sadaļa: **Eiropas čempionāts basketbolā, Platforma “Plusaudzis” sociālajos tīklos**

Recenzēto satura vienību skaits/ilgums: **9**

Recenzēto satura vienību pārraidīšanas/publicēšanas datums/-i: **27.08.2025.-15.09.2025.**

1.Vērtējums

1.1. Atbilstība sabiedriskā elektroniskā plašsaziņas līdzekļa stratēģiskajam mērķim atbilstoši Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu un to pārvaldības likumam un sabiedriskā pasūtījuma gada plāna uzdevumiem.

Daļēji atbilst
Neredzēju skaidru vēstījumu jauniešiem. Nebija akcentēts, ka sižeti ir saistībā ar notiekošo Eiropas čempionātu basketbolā. Principā, līdzīga rakstura video rullīšus varētu laist jebkurā laikā, nekas no tā nemainītos.

1.2. Atbilstība programmas vai pakalpojuma pozicionējumam, žanra kritērijiem.

Atbilst
Video rullīšu mērķauditorija ir jaunieši un šajā jautājumā pilnībā atbilst. Viegla saturs, izklaidējošs.

1.3. Atbilstība žurnālistikas izcilības un visaugstākajiem starptautiskajiem profesijas un kvalitātes standartiem, kas iekļauti redakcionālajās vadlīnijās, medija rīcības un ētikas kodeksā.

Daļēji atbilst
Tā kā auditorija ir jaunieši, tad arī šie kritēriji, kā vajadzētu vērtēt no žurnālistikas viedokļa, nedrīkst būt stingri. Ētiski, nav nekādu uzspiestu žargonu vai vulgaritātes.

1.4. Atbilstība principam, ka sabiedriskais elektroniskais plašsaziņas līdzeklis nodrošina savu pakalpojumu pieejamību cilvēkiem ar invaliditāti.

Nav vērtējuma
Nevaru vērtēt šādā kontekstā konkrētos sociālā tīkla “Tik Tok” video rullīšus.

1.5. Atbilstība principam, ka sabiedriskais elektroniskais plašsaziņas līdzeklis nodrošina viedokļu daudzveidību un savā darbībā ievēro objektivitāti, pienācīgu precizitāti un neitralitāti.

Atbilst (drīzāk nav vērtējuma)

Konkrētajos sociālo tīklu video rullīšos objektivitāti grūti neievērot, jo tiek uzdoti īsi, nekonkrēti jautājumi. Viedokļu daudzveidība – ļoti daudzpusīgi. Neitralitāte arī ievērota. Bet šāda veida video rullīšus grūti vērtēt no žurnālistikas aspekta, jo ar žurnālistiku tur maz saiknes. Tie ir sociālo tīklu atbilstoši video sižeti par konkrēto sabiedrisko aktualitāti – Eiropas čempionātu basketbolā.

1.6. Atbilstība principam, ka sabiedriskais elektroniskais plašsaziņas līdzeklis stiprina vispārēju cieņu pret dažādām sabiedrības grupām, veicina to savstarpējo aizspriedumu mazināšanos, dzimumu līdztiesību un vienlīdzīgu attieksmi pret visiem sabiedrības locekļiem.

Atbilst (drīzāk nav vērtējuma)

Ja raugāties strikti no redzētā, tur nav nekādu aizspriedumu un nav vērtējuma kontekstā “cieņa pret sabiedrības grupām” vai – tieši pretēji – necieņa. Tas nav izvērtējams, jo vienkārši nav ko vērtēt. Nav tādu sižeta līniju. Vienkārši runājot – neviena sabiedrības grupa netika aizvainota un neviena netika īpaši izcelta uz citu fona.

1.7. Atbilstība principam, ka sabiedriskais elektroniskais plašsaziņas līdzeklis ņem vērā Latvijas sabiedrības daudzveidību sociālajā, ekonomiskajā, reģionālajā, izglītības, kultūras un reliģijas, kā arī citādā ziņā un respektē cilvēka tiesības un pamatbrīvības.

Atbilst

Konkrētie sižeti mērķēti it kā uz vienu sabiedrības grupu – jauniešiem, bet tas ir ļoti labi, jo mūsdienās ir vairāki kanāli, kā runāt ar katru sociālo (sabiedrības) grupu, ņemot vērā specifiku. Līdz ar to jauniešiem saprotamākā veidā tiek parādīts, ka ir basketbols un mēs sekojam līdz. Bet tieši šis akcents par pašu “Eurobasket 2025” – kā rakstīju 1.1 punktā – izpaliek. To vajag izcelt šajos video rullīšos, kādēļ mēs šeit intervējam basketbolistus, līdzjutējus, utt. Ar mazu vizuālo bildīti sižeta sākumā vai beigās.

1.8. Atbilstība principam, ka sabiedriskais elektroniskais plašsaziņas līdzeklis sniedz informāciju par valstī un pasaulē aktuālām norisēm, piedāvājot to padziļinātu izpēti un analīzi.

Neatbilst

Īsti netika sniegta informācija un nevarēja just aktualitātes piegaršu, jo video sižeti ir taisīti, visticamāk, vēl pirms paša turnīra. Gribētu sagaidīt aktuālākus mazos video rullīšus jau sacensību gaitā.

1.9. Atbilstība principam, ka sabiedriskais elektroniskais plašsaziņas līdzeklis izzina Latvijas sabiedrību un rosina auditorijas līdzdalību sabiedriski politiskajos, sociālajos, kultūras, sporta pasākumos un norisēs un veicina zināšanas, radošumu un izaugsmi.

Daļēji atbilst

Jaunieši tiek iesaistīti aktuālajā jautājumā, bet – no otras puses – īsti nav par konkrēto sporta pasākumu jautājumi. Arī basketbolistiem jautājumi nebija mērķēti par konkrēto notikumu.

1.10. Satura nodrošināšana daudzveidīgās satura izplatīšanas platformās un platformu dažādības potenciāla izmantošana. (ja attiecināms)

Šis kritērijs nebūs piemērojams, jo sociālo tīklu rullīši ir diezgan specifiska lieta. Ja LTV būtu raidtiesības, tad kādā momentā, piemēram, pirmsspēles studijā ielikt kādu no šiem mazajiem video un parādīt, ko par “Eurobasket 2025” domā jaunieši.

2. Rekomendācijas

2.1. Vai sabiedriskā pasūtījuma ietvaros būtu jāturpina (jāpaplašina, jāsašaurina) šāda satura nodrošināšana arī nākotnē?

Jā, bet jāpilnveido pieeja sižetiem, jāakcentē konkrētais notikums, kam veltīti video rullīši (ne tikai ar mirklbirkām pie ierakstiem sociālajos tīklos).

2.2. Vai projekta realizēšanai būtu nepieciešami kādi profesionālie redakcionālās prakses un satura uzlabojumi? Ja jā, kādi?

Sižeti bija veidoti pirms turnīra, līdz ar to parādījās spēlētāji, kuri konkrētajā turnīrā “Eurobasket 2025” nemaz nespēlēja (nebija aktuāli). Jāprasa padoms sporta nozares kolēģiem, lai nebūtu kādi pārpratumi vai neprecizitātes.

2.3. Papildu secinājumi un rekomendācijas.

Radās priekšstats, ka konkrētie sižeti ir veidoti ķeksīša pēc. Likās, ka video rullīši ir uztaisīti, jo “tā vajag”. Nebija kreativitātes, praktiski ir intervēti vieni un tie paši cilvēki, līdz ar to daudzpusība izpaliek – sajūta, ka vienā dienā ar maziem resursiem salasīts materiāls, kas tad sadalīts septiņās daļās un pasniegts dažādos laikos, lai rastos priekšstats, ka “mēs turam roku uz pulsa”. Piebilde: sociālajā tīklā “Tik Tok” skaitliski rādās 9 sižeti, bet reāli ir 7. Tā kā neesmu šī tīkla lietotājs un nezinu specifiku, tad kā kritiķim bija vilšanās un nesapratu, kur tad vēl ir sižeti.