

Eksperta vērtējums par sabiedriskā pasūtījuma izpildi

Recenzents: **Uldis Strautmanis**

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

Recenzētā pārraide/sadaļa: **LSM.LV sociālie tīkli**

Recenzēto satura vienību skaits/ilgums: **10 (un sociālie tīkli kopumā)**

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.

Atbilst
Mūsdienu straujajā dzīves ritmā sociālie tīkli ir ļoti svarīgi, lai informāciju piegādātu lietotājam par dažādiem avotiem. Sociālo tīklu lietošanas ieradumi mainās arī ļoti bieži, tādēļ ir svarīgi turēt roku uz pulsa sociālo tīklu jomā. Stratēģiski tas ir vitāli svarīgs mehānisms, kā informācija nonāk pie patērētāja. Šobrīd sociālos tīklus noteikti var likt pirmajā vietā informācijas piegādes veidu rangā, jo mājas lapas vai “google” meklētāji šobrīd pat nav ar tādu ietekmi kopējā “pīrāgā”. Bet jāņem vērā, ka informācijas galvenā pamatvietne ir LSM.LV – ja tur nebūs informācijas, tad nebūs ko likt sociālajos tīklos.

1.2. Atbilstība programmas vai pakalpojuma pozicionējumam, žanra kritērijiem.

Atbilst
Pilnībā atbilst, jo pozicionējums ir tiešs, skaidrs. Informācija korekti nonāk pie patērētāja (gala lietotāja). Pieejamos sociālos tīklos informācija tiek pasniegta, atbilstoši katra sociālā tīkla specifikai.

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

Atbilst
Informācijas pasniegšanas veids korekts, tiešs, precīzs. Viss, kā ir nepieciešams un pat īsti nav ko piebilst. Atbilstība ētikas kodeksam pat nav apspriežama.

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

Daļēji atbilst (vai nav vērtējuma)

Līdzīgi kā citos gadījumos, šeit grūti spriest. Varbūt sociālajos tīklos svarīgākajām ziņām prasītos titri, lai, piemēram, vārdzirdīgi un nedzirdīgi cilvēki varētu uztvert informāciju, kas pārsvarā ir kā audio.
--

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

Atbilst

Dažādi viedokļi, precizitāte – jā. Objektivitāte un neitralitāte – tas vairāk attiecas uz informācijas pamatavotu, jo sociālajos tīklos jau tiek pārraidīta informācija, kas ir pamatkanālos Latvijas Radio, Latvijas televīzija vai LSM.LV. Līdz ar to, piemēram, LTV sižeti, kuros iztrūkst kritikas un tiek “glaudīts pa spalvai”, arī sociālajos tīklos aiziet tādā pašā veidā. Sociālo tīklu cilvēkiem ir jāoperē ar to produktu, kas tiek nodrošināts pamatavotā.

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

Informācija pasniegta tolerantī, netiek izcelta no noniecināta kāda sabiedrības grupa. Vienlīdzības princips tiek ievērots korekti.

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.

Konkrētajos sižetos nebija manāma kāda diskriminācija. Korekti.

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

Daļēji atbilst.

Kopumā var sadalīt divos posmos – ar un bez Latvijas līdzdalības. Daudzos informācijas kanālos sociālajos tīklos informācijas plūsma mazinājās pēc Latvijas izlases izstāšanās no sacensībām (pēc zaudējuma Lietuvai). Ja tas notiktu citā valstī, tad es to saprastu, jo žurnālistu fokuss ir Latvijas izlasei. Tomēr šoreiz pasākums notiek Latvijā un būtu jānodrošina informācijas apjoms visa turnīra laikā. Turnīrs bija 2,5 nedēļas un pēdējā nedēļā informācija praktiski bija tikai uz izšķirošajām spēlēm. Detalizēti neskaitīju, bet visa turnīra laikā sanāk kādas 5-6 dienas, kad
--

informācijas plūsma ir minimāla vai ļoti maza. Līdz ar to tajā brīdī nerodas priekšstats, ka Latvijas galvaspilsētā notiek kāds Eiropas līmeņa pasākums. Ja vērtējam padziļinātu izpēti, tad atkal var runāt šādā kontekstā – detalizētāk ir par Latvijas izlases sniegumu, vēl par fanu zonu daži sižeti, bet pasākums kā tāds tiek atstāts novārtā, ja tur nav saiknes ar Latvijas izlasi.

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.

Atbilst

Pietiekami daudzpusīgi pasniegta informācija, rodas priekšstats, ka notiek kaut kas un tiek ieinteresēta sabiedrība. Bet atkal to var sadalīt divos posmos – ar Latvijas un bez Latvijas līdzdalības.

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

Pie dažādu sociālo tīklu platformu izmantošanas ir jāpiestrādā, lai informācijas pasniegšanas veids nepārklātos. Dažreiz radās priekšstats, ka tiek veikts “copy/paste” no viena sociālā tīkla uz otru. Tomēr būtu nepieciešams kreatīvāk pieeīt katram sociālajam tīklam, kas varētu veicināt lielākas auditorijas iesaisti un piesaisti. Man liekas, ka līdz galam netiek izmantots sociālo tīklu potenciāls, lai gan pasniegšanas veids un apjoms ir cienījams. Tas ir resursu jautājums.

2. Rekomendācijas

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

Kā norādīju pie 1.1 punkta, sociālie tīkli ir vitāli svarīgi mūsdienās. Tāpēc jāliek lielāks akcents uz koncentrētas informācijas ievietošanu sociālajos tīklos. Daudzpusīgas informācijas. Tāpēc teiktu, ka ir jāpalielina akcents uz sociālajiem tīkliem šādos notikumos (ne tikai sporta gadījumā).

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

Sociālo tīklu pasniegšanas metodēs neesmu eksperts. Laicīgi apspriesties ar sociālo tīklu ekspertiem, kādas ir jaunākās tendences, kas jāpamaina, kas varbūt jāizslēdz no sociālajiem tīkliem un kas jāiekļauj no jauna.

2.3. Papildu secinājumi un rekomendācijas.

Kā norādīju dažos punktos augstāk, informācijas pasniegšana galvenokārt bija par un ap Latvijas izlasi. Kas nav nepareizi, bet Latvijā notiekošajā pasākumā prasītos vairāk tieši par pasākumu. Bija daži īsie rullīši ar Igaunijas faniem pie Igaunijas fanu telts Esplanādē, bet kopumā šī vieta netika pienācīgi izmantota. Nebija informācijas, kā pasākumu izjūt ārpus Arēnas Rīga teritorijas, koncentrēšanās bija tikai par un ap Arēnu Rīga.

Saturs kvalitatīvs, bet – atkārtojos – pazūd informācija pēc Latvijas izstāšanās.

Maza piebilde par “YouTube” kanālu. Nav saprotams, kas notiek ar šo informācijas platformu konkrēti LSM.LV kontekstā (piemēram, Sporta Studijas konts “YouTube” ir daudzpusīgs un ok). Tieši LSM.LV “YouTube” konts ir būtiski jāmaina. Vai jāslēdz. Jo šobrīd ne šis, ne tas (www.youtube.com/c/LSMPortāls/videos)