

Eksperta vērtējums par sabiedriskā pasūtījuma izpildi

Recenzents: **Uldis Strautmanis**

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

Recenzētā pārraide/sadaļa: **LSM jauniešu auditorijas sadaļa "16+", sociālie tīkli**

Recenzēto satura vienību skaits/ilgums: **10**

https://www.instagram.com/ltv_16plus/ ; https://www.tiktok.com/@ltv_16plus

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
Jauniešu uzmanība sabiedriski nozīmīgam notikumam tiek piesaistīta ar specifisku jauniešu sociālo tīklu. Domāju, ka jauniešu auditorijas piesaistīšana un izglītošana, izmantojot nozīmīgu notikumu, ir viens no sabiedriskā medija uzdevumiem.

1.2. Atbilstība programmas vai pakalpojuma pozicionējumam, žanra kritērijiem.

Atbilst
Atbilstošs sociālo tīklu modei. Saistošs pusaudžu grupām. Latvijas vadošie sportisti tiek iesaistīti, lai raisītu uzmanību konkrētam notikumam.

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

Daļēji atbilst
Atbilst izvēlētai metodei un konkrētajiem mērķiem. Ētikas normas netiek pārkāptas, tomēr šajā gadījumā (jauniešiem domātie sociālie tīkli) nevar runāt par kaut kādiem žurnālistikas standartiem, jo diezgan specifisks žanrs. Konkrētajam žanram atbilstoša LSM medija pārstāvošās personas rīcība (atvainojiet, par žurnālistu nevēlējos saukt).

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

Atbilst (bet bez vērtējuma)
Nevaru spriest par šo kritēriju, jo īsti tas nav apskatāms šajā žanrā. Kā sociālos tīklos mūsdienās pierasts, ir titri, līdz ar to pieejams cilvēkiem ar dzirdes traucējumiem.

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

Atbilst
Diezgan objektīvi, neitrāli. Viedokļu daudzpusību nevar vērtēt, jo īsie video rullīši ir izklaidējoša rakstura.

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.
Video rullīšos netika izcelta kāda sabiedrības grupa. Šis kritērijs īsti nav vērtējams konkrētajā žanrā – sociālo tīklu ieraksti, kas domāti jauniešiem.

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
Iesaistīti basketbolisti, kuri ir jau ar vārdu lielajā sportā, gan vēl tikai sāk profesionālās gaitas. Jauniešu iesaiste šajos rullīšos varēja būt vairāk, ja jau jauniešu sociālais tīkls. Tādā veidā parādītu, ka jaunieši tiek iesaistīti pašā pasākumā.

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
Šajā žanrā nevar domāt par kaut kādu padziļinātu analīzi. Tiek parādīts jauniešiem, ka valstī ir nozīmīgs sabiedrisks notikums, tomēr par maz satura. Turklāt saturs veidots krietni pirms paša pasākuma un īsti nevar saistīt ar turnīra norisi. Pašos video rullīšos nav nekādas informācijas par pasākumu – kur notiek, ar ko spēlē Latvija, kā veicas Latvijai, kas notiek apkārt turnīram, utt.

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
Sabiedriskais medijs ar šo platformu centās iesaistīt jauniešus notikumā. Kā minēju 1.8. punktā, video rullīši veidoti pirms turnīra un čempionāta gaitā netiek uzturēta interese par sacensībām ar aktuāliem mazajiem sižetiem.

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

Konkrēto platformu varēja izmantot daudz lietderīgāk, spēcīgāk, lai ar jauniešiem runātu par “Eurobasket 2025”. Palika iespaids, ka platforma ir kā neizmantots potenciāls.

2. Rekomendācijas

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

Līdzīgos gadījumos ir jāizdomā – darīt vai nedarīt. Krietni jāuzlabo konkrētās platformas darbība lielajos notikumos.

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

Trūkst kreativitātes, lai gan tieši jauniešu auditorijai domātos sižetos prasītos daudzpusība. Sarunās vieni un tie paši basketbolisti, tas arī zināmā mērā nerada kreativitātes sajūtu. Nebija sajūtas, ka nopietni bija piestrādāts pie esošās sadaļas iesaisti pasākuma atspoguļošanā. Biju gaidījis daudz vairāk, jo turnīra vietā, fanu zonā un vispār pilsētā jaunieši ļoti daudz juta līdzī un skatījās. Līdz ar to bija iespējas veidot interesantākus mazos video rullīšus. Jāmeklē interesantāki veidi, jācenšas domāt “ārpus kastes”, jo konkrētajos video rullīšos piekoptās idejas bija sen zināmas un nebija manāms kaut kas jauns.

2.3.Papildu secinājumi un rekomendācijas.

Daudz rūpīgāk jāgatavojas līdzīgu pasākumu atspoguļošana jauniešiem domātajā platformā. Nepameta sajūta, ka kaut kā “haltūrēts” - parādīsim jauniešiem dažus viņu elkus (basketbolistus), šos video rullīšus tāpat jaunieši skatīsies un darbs būs padarīts. Esošie klipīni labi pasniegti, tomēr gaidīju daudzpusīgāku pieeju. Par maz izdomas.