

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

Recenzēto satura vienību pārraidīšanas/publicēšanas datums/-i: 06.02.2026.-22.02.2026.

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.

Recenzenta vērtējums:

Atbilst

Atbilst, jo sociālie tīkli ir viena no platformām, kas ir svarīga sabiedrības informēšanai.

1.2. Atbilstība programmas vai pakalpojuma pozicionējumam, žanra kritērijiem.

Recenzenta vērtējums:

Atbilst

Atbilst, jo sociālie tīkli ir viena no platformām, kas ir svarīga sabiedrības informēšanai.

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

Recenzenta vērtējums:

Atbilst

Sabiedriskais medijs konkrētajos ierakstos uztur un ciena ētikas kodeksu, kā jebkurā publikācijā vai raidījumā. Var redzēt, ka redakcionālās vadlīnijas tiek ievērotas arī sociālajos tīklos, lai gan brīžiem sajūta, ka ar sociālo tīklu sabiedrību vajag runāt viņiem saprotamā valodā. Tāpēc patīkami, ka šo ētiku un etiķeti medijs uztur visaugstākajā līmenī arī sociālajos tīklos.

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

Recenzenta vērtējums:

Atbilst

Drīzāk "nav vērtējuma", jo nevar vērtēt konkrētos ierakstus pēc šī kritērija.

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

Recenzenta vērtējums: Atbilst
Pilnībā atbilst pēc šī kritērija, jo objektivitāte, precizitāte un objektīvā neitralitāte olimpisko spēļu laikā tika ievērota visās platformās un visos informācijas kanālos.

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.

Recenzenta vērtējums: Atbilst
Drīzāk “nav vērtējuma”, jo nemanīju kādus faktus, kas liktu apšaubīt šajā kritērijā minēto.

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.

Recenzenta vērtējums: Atbilst
Arī šajā kritērijā drīzāk “nav vērtējuma”, jo sociālo tīklu kontekstā grūti runāt par kādu atsevišķu grupu sociālajā, ekonomiskajā, reģionālajā, izglītības, kultūras un reliģijas vai kādā citā ziņā. Nemanīju, ka kaut kā tiktu ierobežotas kādas grupas vai vispār cilvēku tiesības.

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

Recenzenta vērtējums: Atbilst
Šajās konkrētajās platformās grūti izpausties ar padziļinātu izpēti vai detalizētu analīzi.

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.

Recenzenta vērtējums:

Atbilst

Pilnībā atbilst. Ar ierakstiem sociālajos tīklos sabiedrībai tika norādīts uz pasākuma nozīmīgumu (diena sākas ar gaidāmo sporta notikumu kalendāru), tādējādi Latvijas iedzīvotājam tiek iedota “dienas kārtība” olimpisko spēļu kontekstā.

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

Nav īsti attiecināms, jo sociālie tīkli ir tā platforma, ar kuru palīdzību informācija tiek nogādāta līdz Latvijas iedzīvotājam. Var vēlēties specifiski sociālos tīklos publicētā satura integrēšanu klasiskajās informācijas izplatīšanas platformās (ziņās, TV sižetos).

2.Rekomendācijas

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

Jāturpina. Iekšēji veiktā statistikas analīze vairāk varētu dot atbildi uz jautājumu, cik lietderīgi kopējā “pīrāgā” ir sociālie tīkli.

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

Vēl vairāk jāanalizē, kāda informācija iet katrā sociālajā tīklā. Līdz ar to ir “jānogriež” informācijas iepludināšana kādā sociālajā tīklā, ja tur nav skatījumu un atdeves no lasītāja.

2.3.Papildu secinājumi un rekomendācijas.

Lai gan uzdevumā nebija lūgts pētīt “Tik Tok”, “LSM.lv” šajā platformā pirmais ieraksts parādās pie kamaniņu braucējas Botas sudraba medaļas pasniegšanas.

Platformā “X” ieraksti ir automatizēti, nolasot virsrakstu. Tā ir ierasta prakse medijiem, jo nevar atļauties resursu ziņā piestrādāt pie detalizētākiem “postiem”. Prasījās video publicēšanas pie “postiem”, bet tas atkal ir jautājums, ko un vai drīkst izmantot.