2022.gada 15.jūnijā Nr.8/6-3

**SABIEDRISKO ELEKTRONISKO PLAŠSAZIŅAS LĪDZEKĻU SABIEDRISKĀ PASŪTĪJUMA 2021. GADA PLĀNA IZPILDES IZVĒRTĒJUMA ZIŅOJUMS**

**Anda Rožukalne, Sabiedrisko elektronisko mediju ombuds**

**IEVADS**

Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu ombuda pienākumu sniegt izvērtējumu par Latvijas sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu – Latvijas Televīzijas (LTV) un Latvijas Radio (LR) – sabiedriskā pasūtījuma gada plāna izpildi nosaka Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu un to pārvaldības likuma (SEPLPL) 10.panta 6.daļa.

Izvērtējuma veidošanā izmantota vispārējā stratēģiskā mērķa definīcija (SEPLPL 2.pants) un principi, ko nosaka SEPLPL 3.pants, kā arī sabiedriskā labuma vērtēšanas kritēriji.

Izvērtējumā netiek atsevišķi analizēta katra no sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu organizācijām. Izvērtējumu veido divas daļas: apkopojums un vērtējums, kam pievienoti ieteikumi. Abu daļu saturs secīgi veltīts sabiedriskajiem medijiem izvirzītajiem sabiedriskā labuma novērtēšanas kritērijiem: sabiedrība, demokrātija, kultūra, zināšanas, radošums, sadarbība. Minētajiem kritērijiem veltītais saturs vērtēts atbilstoši profesionālās kvalitātes, ētikas, izcilības, viedokļu daudzveidības un žurnālistiskās izpētes līmeņa novērtējumam. Vērtējumā ņemti vērā arī šādi kritēriji: sabiedrisko mediju ieguldījums sabiedrības zināšanu, radošuma un izaugsmes veicināšanā, tiesiskas valsts attīstībā, sabiedrības drošības respektēšanā, medijpratības uzlabošanā, cieņas līmeņa un cilvēku ar invaliditāti mediju pieejamības uzlabošanā, sabiedrības iepazīstināšanā ar Eiropas audiovizuālajiem darbiem un sabiedrisko mediju arhīvu izmantošanā.

Ievadā būtiski uzsvērt, ka abu sabiedrisko mediju organizācijās ir izveidotas un darbojas **kvalitātes vadības sistēmas**. Tās tiek izmantotas, lai vērtētu esošo saturu un jaunos satura projektus to veidošanas procesā. Abu organizāciju satura vērtēšanas sistēmu kvalitāte nosaka arī kopīgā satura nozīmīgus rādītājus. LTV un LR regulāri tik izvērtēti konkrēti raidījumi un arī visa kanāla vai projekta viss saturs konkrētā laika periodā, vērtēšanā piedalās ārējie vērtētāji un arī sabiedrisko mediju darbinieki. LR 2019. gadā ieviesa jaunu satura kvalitātes vērtēšanas sistēmu, dodot lielākas iespējas satura vērtēšanā piedalīties LR dažādu kanālu profesionāļiem. Esošie projekti tiek izvērtēti izlases veidā, visiem jaunajiem LR satura projektiem to vērtēšana ir noteikta kā obligāta. Līdzīgi principi ietverti LTV Satura profesionālās uzraudzības sistēmas darbībā. Sistēma izveidota 2013. gadā, tā tiek regulāri papildināta un modificēta. Abās sabiedrisko mediju organizācijās satura kvalitātes sistēmas tiek izmantotas, lai veidotu arī darbinieku kvalifikācijas paaugstināšanas pasākumu plānus.

Sabiedrisko mediju darbs un tā uztvere sabiedrībā izvērtēta vairākos pētījumos, kuru dati, atkarībā no izvēlētās metodoloģijas, piedāvā dažādus rezultātus. Latvijas Faktu pētījums (Latvijas Fakti, 2021; N=1513) liecina, ka Latvijas **sabiedrisko mediju lietojums** sabiedrībā ir stabils, tas sasniedz 80% un pēdējo trīs gadu laikā nav mainījies. Tomēr katra konkrētā sabiedriskā medija lietotāju skaits ir pieaudzis, sasniedzot augstākos rādītājus pēdējo 3 gadu laikā. LTV skatās vairāk nekā divas trešdaļas (71%; +3% salīdzinājumā ar 2020. gadu) Latvijas iedzīvotāju. Latvijas radio klausās 63% (+9% salīdzinājumā ar 2020. gadu) aptaujāto. Būtiski pieaudzis Latvijas sabiedrisko mediju vienotā portāla LSM.LV lietotāju skaits, šogad sasniedzot 45% (+17% salīdzinājumā ar 2020. gadu) no visiem pētījuma dalībniekiem.

Mediju lietojuma dati liecina, ka kādu no Latvijas sabiedriskajiem medijiem lieto 80% respondentu visās vecuma grupās no 16 līdz 65+ gadiem. Visvairāk vismaz kāda sabiedriskā medija lietotāju ir vecuma grupā virs 65 gadiem (89%), kā arī vecuma grupās 35-44 un 45-54, attiecīgi, 84 un 81%. No šī pētījuma izriet, ka Latvijas sabiedrisko mediju lietotāju vairāk ir starp latviešu tautības iedzīvotājiem (89%), taču arī starp mazākumtautību pārstāvjiem 64% lieto vismaz kādu no sabiedrisko mediju zīmoliem. Turklāt to sniegtā informācija 69% gadījumu tiek vērtēta kā svarīga, tai skaitā, mazākumtautību grupā (57%, N=407) un jauniešu grupā (56%, N=327).

**Sabiedrisko mediju sabiedriskā labuma** iedzīvotāju aptauja 2021 (Saulītis, 2021), atbilstoši Latvijas sabiedrisko mediju sabiedriskā labuma izvērtēšanas metodoloģijai, notika tiešsaistē (CAWI metode, N=3566) no 2021. gada 5. līdz 25. novembrim, kopējā sabiedrisko mediju sasniedzamība (*reach*) sabiedrībā ir 52% – LTV tā ir augstāka (59%), LR zemāka (47%), bet vienotajai digitālajai platformai LSM.LV vidēja (50%). LR un LSM.LV savukārt ir augstāks novērtējums sabiedriskā labuma mērķu izpildē, kur saņemts vidēji par 5-10 procentpunktiem augstāks vērtējums nekā, piemēram, LTV un svārstās starp 45 un 57% atkarībā no vērtējamā kritērija. Tādos rādītājos kā uzticēšanās, svarīgums, nozīme, apmierinātība sabiedrisko mediju novērtējums lielākoties ir līdzīgs – starp 40 un 50%.

“Latvijas Fakti” veiktais pētījums arī rāda, ka 60% aptaujāto uzticas sabiedrisko mediju sniegtajai informācijai vairāk nekā komercmediju saturam. Visaugstāko uzticēšanās novērtējumu šajā pētījumā saņēmis LR (uzticas 55%, neuzticas 14%; uzticēšanās reitings 41 punkts), otrajā vietā ierindojusies LTV (uzticas 58%, neuzticas 20%; uzticēšanās reitings 38 punkti), bet Latvijas sabiedrisko mediju vienotais portāls LSM.LV ir novērtēts kā ceturtais uzticamākais (uzticas 38%, neuzticas 13%; uzticēšanās reitings 25 punkti).

Kā atklāja sabiedrisko mediju sabiedriskā labuma iedzīvotāju aptauja, tad **uzticēšanās sabiedriskajiem medijiem** ir saistīta ar iespēju ieraudzīt sevi konkrētā medija saturā jeb tas, vai konkrētais medijs piedāvā viedokļus, kas ataino arī respondenta personīgos uzskatus. No aptaujātajiem 60% pauda pārliecību, ka sabiedriskie mediji to kopumā dara (64% saredz savu uzskatu atainojumu LR, 60% – LSM.LV, bet 56% – LTV). Dati vienlaikus rāda, ka vēl ir, ko darīt viedokļu daudzveidības nodrošināšanā, jo vidēji katrs desmitais aptaujātais nejūt, ka sabiedriskie mediji atainotu dažādus viedokļus.

1. **SABIEDRISKĀ PASŪTĪJUMA IZVĒRTĒJUMS**

Kopumā LR, LTV un LSM.LV sabiedriskā pasūtījuma uzdevumi ir izpildīti, sabiedrisko mediju saturs visās platformās atbilst pamata profesionālās ētikas principiem, tas ir daudzveidīgs no tematu, žanru, skatījumu, formātu viedokļa, lielā apjomā dažādām mērķauditorijas grupām tiek piedāvātas diskusijas, analītisks un pētnieciskās žurnālistikas saturs, kura veidošanas mērķis ir ne vien aktualizēt un skaidrot nozīmīgus jautājumus, bet arī piedāvāt risinājumus, kas atbilstu sabiedrības interesēm.

Katrā no sabiedriskā pasūtījuma (SP) pārskata sadaļām sastopami profesionāli izcili formāti un idejas, inovatīvas pieejas un daudzveidīgas radošuma izpausmes, tomēr joprojām ir formāti un žanri, kurus iespējams pilnveidot, tematiskais pārklājums, kura proporcionālo atspoguļojumu pārskatīt.

* 1. **Sabiedriskais labums: sabiedrība**
* Līdzsvarota Latvijas reģionos dzīvojošo iedzīvotāju un notikumu reprezentācija
* Palielināts bērnu, pusaudžu un jauniešu satura īpatsvars, izvēloties šīm mērķauditorijām atbilstošas platformas un satura pasniegšanas formas
* Ārvalstīs dzīvojošo Latvijas iedzīvotāju un piederīgo integrēta iekļaušana satura veidošanā
* Sabiedrības iesaiste satura veidošanā, izvērtēšanā un atgriezeniskās saites veidošanā, iespējami reprezentējot tās pārstāvniecības daudzveidību
* Mazākumtautību reprezentācija un iesaiste satura veidošanā
* Personu ar invaliditāti un citu mazākuma grupu integrēta iekļaušana satura veidošanā
* Sabiedrības veselībai veltīta satura īpatsvara palielināšana
* Profesionālā un amatieru (tautas) sporta notikumu atainošana, īpaši ar Latvijas sportistu līdzdalību

Lai palielinātu **reģionu** notikumiem un cilvēkiem veltītu saturu, LR 2021. gadā izveidojis vairākus jaunus projektus. Piemēram raidījums “Reģioni Krustpunktā” dod iespēju ne vien paplašināt dažādiem Latvijas reģioniem veltīto tematu, problēmu un avotu loku, bet palielina analītiskā satura apjomu un nodrošina un nostiprina sadarbību ar reģionālajiem medijiem.

Reģionu notikumu un jautājumu atspoguļojumā 2021. gadā īpaši liela uzmanība pievērsta **Latgales** cilvēkiem un Latgalei veltītiem jaunajiem raidījumiem LR1, LR4, un LR3, tostarp arī latgaliešu valodā vairākos sabiedrisko mediju kanālos. Īpaši plaši atspoguļota Latgales kultūras dzīve. Kopumā 2021. gadā sabiedriskajā pasūtījumā salīdzinoši mazāka uzmanība un resursi veltīti citu Latvijas reģionu procesiem un cilvēkiem, lai gan aktualitātes ziņu raidījumu griezumā atspoguļotas proporcionāli. LTV izveidots projekts par Zemgali “Iekodies Zemgalē”.

Lai gan LTV savā SP pārskatā atzīmē, ka LTV un LSM.LV satura struktūras īpatnības rada problēma proporcionālai reģionu atspoguļošanai, tomēr izveidoti vairāki projekti, ar kuru palīdzību atspoguļoti reģionu cilvēki un tradīcijas. Līdzās reģionālo televīziju piedāvātajām ziņām un ziņu materiāliem, ko veidojuši LTV Ziņu dienesta žurnālisti, lielākā daļa no reģioniem veltītā satura iekļauts tradicionālās kultūras un izklaides formātos.

**Bērnu un jauniešu** piesaistei un iesaistei izveidoti jauni projekti LR kanālos. Bērnu auditorija galvenokārt uzrunāta ar izglītojošu projektu palīdzību, savukārt jauniešu auditorijai, piemēram, programmā LR5 piedāvāti mūzikas jaunumi, aktualitātes un sarunas par jauniešiem nozīmīgām tēmām, lai veidotu šajā auditorijas grupā klausīšanās paradumus un uzticēšanos. 2021. gadā LR īpašu uzmanību veltīja arī ar lasīšanu saistītiem jautājumiem bērnu un jauniešu programmās. Jauniešu auditorijas iesaisti veicināja satura piedāvājums dažādās sociālās tīklošanās un citās digitālajās platformās.

Arī LTV ir izveidojis lielāku jauniešiem veltīta satura apjomu, nekā iepriekš plānots. Līdzās jau pazīstamiem satura formātiem, izveidoti divi seriāli jauniešiem. Vienlaikus izveidoti jauni un tiek attīstīti jau esošie formāti bērniem, kuru mērķis ir jauno skatītāju iesaiste (piemēram, “Gudrs, vēl gudrāks”, “Ralfs gatavo” u.c.).

**Ārpus Latvijas dzīvojošo Latvijas iedzīvotāju** piesaistei nozīmīgi temati iekļauti gan īpašos LR raidījumos, gan vispārējo interešu programmās. No šajā sadaļā izvēlētajām tēmām jāizceļ diasporas aktualitātes, problēmas un cilvēki, kā arī reemigrācijas problemātika LR programmās. LTV programmā diasporas notikumi un personības atspoguļotas ziņu sižetos un īpašos formātos, to vidū arī dziesmu svētku programmās, kas 2021. gadā tika veidotas digitāli iesaistošā formātā.

Sabiedrības iesaistē un līdzdalības veicināšanā LR kopumā izmantoti jau pieejamie formāti, uzklausot auditorijas viedokļus dažādos kanālos un iekļaujot auditorijas viedokļus arī ziņu un diskusiju programmās. Iesaistes veicināšanai lielā mērā izmantoti Latgalei un jauniešiem veltītie formāti, kā arī katram kanālam raksturīgais saturs, piemēram, mūzikas izvēle LR3 vai interaktīvas sadarbības iespējas LR5 saturā un sociālās tīklošanās vietnēs. Daudzveidīgas auditorijas iesaisti nodrošina arī ikgadējā LR5 akcija “Dod pieci!”.

**Mazākumtautību** pārstāvniecība un iesaiste paredzēta ziņu un analītiskajos raidījumos, taču pēc sabiedriskā pasūtījuma pārskata spriežot, mazākumtautību pārstāvju iesaiste notikusi galvenokārt kultūras projektos (piemēram LR3 “Etnovēstis”), LR4 atbalstot mazākumtautību kultūras biedrību programmas) vai mazākumtautību pārstāvji atspoguļoti portretraidījumos (LR1 “Monopola viesis” vai “Ģimenes studija”). SP pārskats nepiedāvā skaidru informāciju par mazākumtautību pārstāvju iesaisti ziņu un analītiskajos raidījumos. Vienlaikus neapšaubāmi, ka mazākumtautību pārstāvji kā informācijas avoti regulāri sastopami interviju, diskusiju raidījumos, kā arī ziņās kā speciālisti, eksperti, ielu intervijās kā tā saucamās “tautas balss” izteicēji.

LTV 2021. gadā izveidoja mazākumtautību digitālo platformu RUS.LSM.LV, kas īsā laikā ieguva pastāvīgu auditoriju un regulāri piedāvā auditorijas iesaistes iespējas dažādos formātos.

Ļoti plašs un daudzveidīgs bija saturs, kas veltīts **personām ar invaliditāti**. Sabiedriskie mediji definēja nozīmīgas tēmas (vides pieejamība, stigmatizācija sociālajā vidē, institūciju attieksme), piedāvājot daudzveidīgu saturu, tostarp, pētniecisko materiālus, diskusijas, informatīvus formātus sociālo mediju platformās.

LR dažādās programmās piedāvāja plašu un daudzveidīgu saturu par **sabiedrības** **veselību**, īpašu uzmanību pievēršot mentālās veselības dažādiem aspektiem un akcentējot pusaudžu un jauniešu mentālās veselības speciālistu pieejamības problēmas. LR projektā “Izmisuma zonā”, kas veltīts paliatīvās aprūpes problēmām žurnālisti risināja nozīmīgas, iepriekš neatspoguļotas sistēmiskas nepilnības šajā jomā.

Pandēmijas periodā sabiedrības veselības jautājumi ir sabiedrisko mediju uzmanības centrā. Līdzās ziņām, diskusijām un izglītojošiem formātiem, LTV izveidoja dokumentālās filmas “Netīrā zona”, “Netīrā zona 2. Nāves pļauja”, “Pandēmijas bērni”.

Daudzveidīgs saturs ikdienā visos LR kanālos veltīts **profesionālā un amatieru sporta** atspoguļojumam. Lielāko daļu no satura veido sporta aktualitātes, sportistu portretējums un sporta notikumu reportāžas. Lai gan sporta politikai, piemēram, finansējuma problēmām vai konfliktiem sporta organizācijās veltītais sabiedrisko mediju saturs ir kvalitatīvs, šiem jautājumiem sabiedriskie mediji pievēršas salīdzinoši reti. Tāpēc LTV izveidotais podkāsts “Sporta studija. Aizkulises” uzskatāms par labu piemēru, kā sabiedrisko mediju saturā risināt tādas tēmas, kas pārsniedz sporta personību un notikumu reprezentāciju, bet dod iespēju analizēt nozīmīgus, ar sporta attīstību saistītus procesus.

Lielākā daļa no šajā sadaļā iekļautajiem SP uzdevumiem ir izpildīta. 2021. gadā mazāka uzmanība pievērsta sabiedrības iesaistes aktivitātēm un formātiem.

## 1.2. Sabiedriskais labums: demokrātija

* Redakcionāli neitrāls un kvalitatīvs diskusiju un debašu saturs, veicot Latvijas politisko, ekonomisko, sociālo un kultūras procesu izpēti un analīzi Latvijas un starptautiskā kontekstā
* Palielināts satura apjoms, kas veicina jauniešu izpratni par valsti kā sabiedrības pārvaldības formu un pilsoniskās līdzdalības lomu demokrātiskas valsts pastāvēšanā, Latvijas valstiskumu, vēsturi, kultūru un tradīcijām
* Mazākumtautību grupu pārstāvniecība un iesaiste, veidojot ziņu un analītisko raidījumu saturu
* Ārvalstīs dzīvojošo Latvijas piederīgo viedokļu un ekspertīzes atainošana, veidojot ziņu un informatīvi analītisko saturu
* Izglītojošs saturs par sabiedrisko mediju pastāvēšanas jēgu un nozīmi
* Kārtējo Saeimas, pašvaldību, Eiropas Parlamenta vēlēšanu, kā arī tautas nobalsošanu, ja tādas tiek organizētas, neitrālu atainošana
* Palielināts analītiska un pētnieciska satura apjoma īpatsvars un stiprināts oriģinālsatura īpatsvars ziņu raidījumos

LR 2021. gadā visos kanālos piedāvāja daudzveidīgus **diskusiju formātus un debates** par politikas, ekonomikas, sociālajiem, kultūras un sadzīves jautājumiem. Dažādi jauni formāti veltīti ar mērķi uzlabot jauniešu izpratni par Latvijas valstiskumu, pilsonisko līdzdalību. Šis uzdevums iekļauts arī Latgalei veltīto raidījumu saturā.

LTV palielināja **diskusiju un analītisko formātu** klāstu, īpašu lomu ieguva ikvakara diskusijas “Šodienas jautājums”, kurā piedāvāts analītisks skats uz aktuālajām problēmām, raidījuma vadītājai lielākoties pārstāvot vidutājas vai pārmaiņu veicinātājas lomu. LTV programmā tika atjaunota un iekļauta programmā diskusija “Kas notiek Latvijā?”. Analītisko pētījumu sērijā dažādos formātos tika atspoguļots sadarbības projekts par ārsta J. Ņikiforenko seksuālo vardarbību pret pacientēm, šo tēmu padziļināti turpināja pētīt LTV analītiskajā raidījumā “De Facto”.

Uzdevums veidot saturu par **sabiedrisko mediju pastāvēšanas jēgu un nozīmi** zināmā mērā izpildīts LR4 programmā “Mediju lauks”, trīs LR1 veidotajos raidījumos “Mediju anatomija” un ziņu programmās. Minēto programmu saturs paredzēts kopējās nacionālās un starptautiskās mediju vides procesu atspoguļojumam, pēc SP pārskata var konstatēt, ka viens raidījums veltīts sabiedriskajiem medijiem. LTV sekoja sabiedrisko mediju darba jautājumiem ziņu raidījumos. Tomēr šī uzdevuma izpildei LR un LTV pietrūkst gan stratēģiski definētu tēmu un problēmjautājumu, gan formātu.

Daudz vairāk profesionālo resursu ieguldīts divu citu uzdevumu izpildei: **pašvaldību vēlēšanu atspoguļojuma un pētnieciskās un analītiskās žurnālistikas** īpatsvara palielināšanai. Salīdzinot ar komerciālo mediju iespējām, abas sabiedrisko mediju organizācijas regulāri piedāvā lielāko un daudzveidīgāko (tēmas, žanri, formāti) pētnieciskās un analītiskās žurnālistikas saturu, definējot tā kvalitātes kritērijus un attīstības virzienus. Pētnieciskās žurnālistikas materiāli adaptēti LR4 saturā, kā arī saturā izmantots Pētnieciskās žurnālistikas centra “RE: Baltica” sagatavotais saturs.

Mazākumtautību kanālos patstāvīgi pētnieciskā žurnālistikas formāti nav izveidoti. Sabiedrisko mediju organizācijas plaši atspoguļo pasaules presē un *RE:Baltica* piedāvāto informāciju par faktu pārbaudes rezultātiem, bet 2021. gadā analītisko formātu vidū ne LR, ne LTV nav attīstīta regulāra faktu pārbaude un analīze.

## 1.3. Sabiedriskais labums: kultūra

* Iesaistīt sabiedrību, nodrošinot satura veidošanu, izzinot un atainojot Latvijas nemateriālo kultūras mantojumu, veicinot zināšanu pārnesi un tradīciju pratību šodienā
* Sabiedrībā nozīmīgu kultūras notikumu ierakstu veikšana Latvijā, īstenojot sabiedrisko mediju kā kultūras mantojuma un laikmeta liecību dokumentētāja un arhivētāja funkciju
* Latviešu valodas, tai skaitā, latgaliešu rakstu valodas kā vēsturiska latviešu valodas paveida un lībiešu valodas kā pirmiedzīvotāju valodas saglabāšana, aizsardzība, attīstība un lietošana
* Jaunu, inovatīvu, eksperimentālu formātu attīstība sadarbībā ar nozares profesionāļiem un audiovizuālās nozares debitantiem kultūras jomā
* Analītisks saturs par Latvijas kultūras dzīvi, tajā skaitā kultūrpolitiku un izglītību

Sadaļā kultūra jānodala **kultūras notikumu un problēmu atspoguļojums** žurnālistikas formātos, sniedzot arī analītisku saturu, nozīmīgu **kultūras notikumu saglabāšana** audio un video ierakstos, **inovatīvu un eksperimentālu kultūras formātu** veidošana.

LR veidojusi vairākus nozīmīgus inovatīva satura projektus, sadarbojoties ar Latvijas Kultūras akadēmijas studentiem, atrodot jaunas kultūras satura pasniegšanas platformas un paplašinot kultūrai veltīto tematu loku. Īpaši daudzi jauni formāti papildinājuši LR3 programmu, ievērojami pārstrukturējot dažādām mākslām veltītā satura proporcijas un piedāvājot izglītojošu un analītisku saturu par mūsdienīgām dizaina, vizuālās mākslas, literatūras, teātra, kino problēmām.

LTV 2021. gadā sniegusi lielu ieguldījumu e-dziesmu svētku atspoguļojumā un regulāri veidojusi dokumentālos formātus, kuros tiek analizēti kultūras notikumi. LSM.LV darbs ir ļoti nozīmīgs, nodrošinot kultūras notikumu, citu formātu pielāgošanu digitālajai videi un dažādu mākslas norišu recenziju publicēšanu. Oriģinālos LTV projektos realizēta latgaliešu un lībiešu kultūras izpēte.

Pozitīvi vērtējami radošie meklējumi un sasniegumi, pasniedzot kultūras žurnālistikas informāciju digitālajā vidē, piemēram, Instagram platformā.

Raidījums “Kultūršoks” ir viens no nedaudzajiem visā Latvijas plašsaziņas mediju vidē, kura autori piedāvā oriģinālas tēmas un risina problēmas, izkopjot analītiskās un konstruktīvās žurnālistikas pieeju kultūras problēmu atspoguļošanai. Šī raidījuma definētās pretrunas un risinātie problēmjautājumi būtu paplašināmi arī citos formātos, veltot resursus analītiskai kultūras politikas, tās efektu un kultūras finansējuma izmantojuma vērtējumiem.

Visos SP minētajos uzdevumos sadaļā “kultūra” radīts iespaidīgs satura apjoms, kas ļauj secināt, ka sabiedrisko mediju organizācijas attīsta kultūras žurnālistiku. Galvenokārt tiek izkopta kultūras žurnālistikas estētiskā pieeja, ar kuras palīdzību tiek sniegta informācija par kultūru, skaidrotas mākslas norises, stili, žanri, mākslinieku darba būtība un mākslu attīstības virzieni, uzlabojot auditorijas zināšanas par mākslas estētisko izpratni. Mazāka uzmanība pievērsta kultūras politikas un kultūras ekonomikas jautājumiem, kuru izpēte palīdzētu sabiedrībai labāk saprast kultūras un mākslas attīstībai nozīmīgos lēmumus un procesus. Tomēr pandēmijas laikā liela apjoma saturs veltīts kultūrpolitikai un kultūras jomas problēmām, kas saistīti ar pandēmijas sekām kultūras un mākslas jomā Šie jautājumi atspoguļoti dažādos formātos.

No profesionālās ētikas viedokļa rūpīgi būtu apsverama LTV iedibinātā prakse kultūras ziņu veidošanā kā raidījuma vadītājus iesaistīt konkrētu kultūras un mākslas jomu pārstāvjus. Lai gan radošajā darbībā iegūtā popularitāte var piesaistīt konkrētu auditoriju, tomēr ziņu prezentācijā šī pieeja rada jautājumus par iespēju ievērot neitralitāti un objektivitāti.

## 1.4. Sabiedriskais labums: zināšanas

* Jaunu satura formātu attīstība, kas palīdz jauniešiem atbildīgi integrēties pieaugušo dzīvē, kā arī izvirzīt un sasniegt savus dzīves mērķus
* Saturā integrēta ar Latvijas dabu saistītu tematiku
* Saturā integrēta ar satiksmes drošību saistītu tematiku
* Mediju un informācijas pratības tematikas atainojums, praktiskā pielietojamība, mediju kritikas veicināšana, interaktīvi iesaistot Latvijas iedzīvotājus
* Paaudžu sadarbība un zināšanu pārnese
* Palielināts satura apjoms par finanšu pratību, tiesībpratību un zinātnes pratību
* Sporta politikas un izglītības analīzei veltīts saturs

No **sabiedrības zināšanu** uzlabošanas mērķiem LR saturā visvairāk satura veltīts dažādu jomu zināšanu uzlabošanai jauniešiem veltītos raidījumos un citos formātos. Programmās atspoguļoti arī **zinātnes** un **dabas** jautājumi, pārsvarā sniegta informācija par zinātnes attīstību, zinātnes rezultātiem, piedāvāti zinātnieku portreti. SP pārskatā nav sniegta informācija, cik liela nozīme bijusi **medijpratības problēmu** atspoguļošanai un **mediju kritikas** formātiem. Projektā “Mediju anatomija” viens no trijiem raidījumiem veltīts sabiedrisko mediju darba atspoguļojumam. Atsevišķi LR un LTV projekti veltīti **finanšu pratībai**.

Arī LTV programmās zināšanām veltīti lielākoties izglītojoši formāti bērniem un jauniešiem. Pozitīvi vērtējamas programmas, kuru mērķis ir aktīva bērnu un jauniešu iesaiste saturā, ar to domājot aktīvu sabiedrisko mediju lietojumu, līdzdarbošanos. Pieaugušie par sadaļā minētajām tēmām un problēmām informēti ziņu, diskusiju un kopējo interešu programmās, sekojot konkrētām jomas aktualitātēm.

2021. gadā LTV turpināja attīstīt raidījumu “Pārtikas revidents” (vēlāk – “Revidents”), kas ir viens no nedaudzajiem formātiem sabiedriskajos medijos, kurā analītiski tiek risinātas iedzīvotāju ikdienas problēmas, atspoguļota zinātniska pieeja ikdienas problēmu izpratnē un skaidrošanā, runājot par finansēm, tiesībām un citiem jautājumiem. Tomēr medijpratība vai mediju kritika arī LTV saturā sastopama fragmentāri, šīm tēmām, lielākoties sekojot aktualitātēm, pievēršas lielākoties ziņu un diskusiju raidījumi.

LSM.LV ir izveidota medijpratībai un mediju kritikai veltīta sadaļa, kurā tiek apkopoti gan ekspertu analītiski raksti, gan cita veida informācija par medijpratību un mediju kritiku. Tomēr abos sabiedriskajos medijos nav radīta stratēģiska pieeja, lai atspoguļotu daudzveidīgus medijpratības jautājumus un regulāri piedāvātu auditorijai mediju kritikas materiālus. Nākas secināt, ka trūkst formātu šādam saturam. Līdzīgi secinājumi rodas, vērtējot tiesībpratībai un finanšu pratībai veltīto saturu. Arī zinātnes atspoguļojumam katrā no mediju organizācijām izveidoti vien daži formāti. Minētās tēmas ir ļoti daudzveidīgas, vienlaikus, tas nenozīmē, ka kāds tematiskais vai problēmjautājums noteikti iekļaujams sabiedrisko mediju saturā ar jauna projekta, žanra vai formāta palīdzību. Ieteicams šos jautājumus risināt nākamajā sabiedrisko pasūtījumu plānā.

## 1.5. Sabiedriskais labums: radošums

* Latvijas radošo industriju, jaunrades un inovāciju tematikas integrēšana saturā
* Starpnozaru sadarbības veicināšana un atainošana, radot pievienoto vērtību Latvijas kultūras, radošo industriju, valsts pārvaldes, uzņēmējdarbības un inovāciju attīstībā
* Uzņēmējdarbības pieredzes Latvijā atainošana un ekonomikas attīstības procesu analīze
* Uzņēmības, uzdrīkstēšanās un drosmes lēmumu pieņemšanā iedzīvotāju dzīvēs atainošana un veicināšana
* Satura apjoma par jaunajām tehnoloģijām palielinājums

Radošas pieejas un pastāvīgi radoši meklējumi raksturo visu sabiedrisko mediju saturu. Radošo industriju pārstāvju iesaiste jaunu projektu veidošanā un unikāls saturs raksturo sasniegtos mērķus sadaļā “Radošums”. LTV un LR ar radošumu saprot gan ieguldījumu jaunu platformu un jaunu formātu izmantojumā, inovāciju ieviešanā, gan radošu personību atspoguļojumu.

Arī **uzņēmējdarbības pieredzei un tehnoloģiju jautājumiem** veltīti jauni formāti LR. LTV šos jautājumus lielākoties iekļauj ziņu raidījumos un Ziņu dienesta piedāvātajos formātos, arī LSM.LV saturā. Šajā jomā izceltas tādas tēmas kā darbaspēka nodokļi, uzņēmējdarbības apstākļi *Covid-19* krīzes apstākļos, Eiropas Savienības fondu finansējums uzņēmējiem, enerģijas resursu un pārtikas cenu kāpums, ostu reforma, darba tirgus jautājumi. Lielākā daļa attiecas uz makroekonomikas problēmām. Izmantojot LTV un LR materiālus, LSM.LV publicēti 15 iedvesmojoši stāsti par uzņēmējiem, kuri darbojas Latvijā un citās valstīs.

Arī **tehnoloģiju aktualitātes** LTV atrodamas pamatā ziņu raidījumos, programmās “4.studija” vai “Pārtikas revidents” (vēlāk – “Revidents”), kā arī citu Eiropas valstu sabiedrisko mediju veidotajās dokumentālajās filmās.

**Klimata problēmas** tiek atspoguļotas globālās politikas līmenī, retāk, analizējot Latvijas klimata politiku vai indivīda lomu klimata problēmu aptveršanā. Piemēram, SP pārskatā minēta Glāzgovas klimata konference.

## 1.6. Sabiedriskais labums: sadarbība

* Efektīva sadarbība starp LTV, LR un LSM.LV struktūrvienībām satura veidošanā, multimediju satura veidošanas attīstība
* Sadarbība ar Latvijas reģionālajiem medijiem satura veidošanā
* Sadarbība ar diasporas medijiem
* Sadarbība ar izglītības un kultūras organizācijām satura veidošanā
* Sadarbības ar nevalstiskajām organizācijām veicināšana
* Sadarbība ar Latvijas neatkarīgajiem producentiem
* Sadarbība ar komerciālajiem medijiem, lai palielinātu sabiedrisko mediju satura sasniegto auditoriju un dažādotu mērķauditoriju

SP pārskats sadaļā **sadarbība** atspoguļo dažādas aktivitātes un satura projektus, kas radušies sadarbojoties ar profesionālajām, nevalstiskajām organizācijām, augstskolām, neatkarīgajiem producentiem, komercmedijiem, nacionālām un reģionālām kultūras biedrībām. Šī sadarbība vērtējama pozitīvi, jo tā dod iespēju iepazīt plašāku informācijas avotu, tematu un ideju klāstu.

Veiksmīgu sadarbību atspoguļo daudzi raidījumi un inovatīvi formāti. Jau vairākus gadus LTV programmā pieejami jauni kino režisoru darbi, tiek veidoti seriāli un vērienīgas, sabiedriski nozīmīgas akcijas, notikumu tiešraides un citi formāti. Latvijas sabiedrisko mediju ieguldījums sadarbībā dod iespēju radīt unikālus formātus, pievērsties jauniem tematiem, radīt un saglabāt kultūras mantojumu.

1. **SECINĀJUMI UN IETEIKUMI**

Latvijas elektronisko plašsaziņas mediju saturā vislielākā uzmanība pievērsta **demokrātiju** veicinošam saturam, **sabiedrības izglītošanai** par dažādiem jautājumiem un **kultūrai** – gan raidījumiem par kultūru un mākslu, gan kultūras un mākslas notikumu atspoguļošanai, to pieejamības veicināšanai.

Kā liecina Sabiedrisko mediju sabiedriskā labuma iedzīvotāju aptauja, katram medijam auditorijas skatījumā ir savas stiprās puses, ja raugās no piedāvātā satura un žanru viedokļa. Piemēram, LTV auditorija visaugstāk novērtē ziņas, iespēju sekot līdzi sporta aktivitātēm, skatīties latviešu kino (Saulītis, 2021), kamēr LR satura augstāk novērtētas intervijas un diskusijas, latviešu mūzika un izklaides saturs. LSM.LV savukārt tiek novērtēts dēļ analītiskā satura, iespējas iepazīties ar dažādiem viedokļiem, kultūras satura (p<0.1) un latviešu kino.

Sabiedrisko mediju sabiedriskā labuma iedzīvotāju aptauja parādīja, ka auditorijas skatījumā starp trīs tematiskajiem žanriem – ziņas, kultūra un dzīves stils, sabiedriskie mediji vislabāk performē pirmajos divos, taču dzīves stila segmentā salīdzinoši mazāka daļa auditorijas (29%) uzskata, ka saņem vērtīgu saturu.

**2.1. Secinājumi un ieteikumi sadaļā “sabiedrība”**

Pozitīvi vērtējams sabiedrisko mediju ieguldījums **sabiedrības** **daudzveidības** sadaļā.

Lai gan pieaudzis satura īpatsvars, ar kura palīdzību tiek uzrunātas un atspoguļotas dažādas sabiedrības grupas, tomēr ir pamats diskutēt par to, kādā veidā šīs grupas ir parādītas un kādi ir šo dažādo sabiedrības grupu atspoguļojuma efekti.

Mazākumtautību auditoriju piederības izjūtu un vēlmi izmantot sabiedriskos medijus, atbilstoši sabiedriskā labuma pētījuma datiem, veicinātu regulāra iespēja ieraudzīt sevi (savus uzskatus) medijā, kuru tā patērē. Ja mazākumtautību pārstāvji neredz sevi medijā, tas ietekmē arī viņu uzticēšanos konkrētajam medijam un vērtējumu par tā piedāvātajiem žanriem un saturu.

Sabiedrība konkrētu grupu atspoguļojumu iepazīst ar mediju palīdzību, tāpēc izpratnes veidošanā par konkrētām sabiedrības grupām būtiska loma ir ziņu un cita veida satura rāmējumam. Sabiedriskie mediji dažādu grupu atspoguļojumā izceļ identitātes jautājumu, diskutējot par katrai grupai nozīmīgo un lielākoties piedāvājot empātiju un izpratni veicinošus konkrētu grupu pārstāvju portretus. Pētījumos noskaidrots, ka šāda pieeja – individualizēt, caur indivīda pieredzes prizmu parādīt konkrētas grupas pārstāvi (piemēram, mazākumtautības, bēgļi, personas ar invaliditāti, trūcīgi iedzīvotāji, jaunieši, jaunie profesionāļi, seniori u.c.) jeb tā saucamais epizodiskais rāmējums var veicināt atspoguļotās grupas iekšējo identitāti, un vienlaikus nostiprina stereotipus par konkrēto grupu ārējās grupās jeb pārējā sabiedrībā (Boyer, Lecheler & Aaldering, 2022). Epizodiska rāmējuma izmantojuma gadījumā tiek veidotas tā saucamās “vieglās ziņas”, jo sabiedrības grupas atspoguļojumā tiek izcelts viens gadījums un piedāvāta individualizēta perspektīva. Izmantojot šādu konkrētu sabiedrības grupas atspoguļojuma pieeju, ne vienmēr izdodas atklāt ar konkrētās grupas stāvokli saistītos sociālos cēloņus, tas savukārt var veicināt tā saucamo politisko cinismu attiecībā pret grupām vai pat to stigmatizāciju, jo politiskās loģikas līmenī ir grūti pierādīt, ka viens gadījums liecina par sistēmiskām problēmām, kas prasa politiskus lēmumus un rīcības. Pretējs epizodiskajam rāmējumam ir tematiskais rāmējums, kad grupas atspoguļojumam tiek izmantots konteksts un statistikas dati, tādējādi parādot grupas problēmas un sniedzot ieguldījumu analītiskā, ar grupas problēmu risinājumu saistītu politiku izvērtējumā un pārmaiņu veicināšanā.

Izvērtējot SP atskaiti par 2021. gadu nākas secināt, ka žurnālisti nereti savieno individuālo un empātiju rosinošo epizodisko rāmējumu ar tematisko rāmējumu. Pēc šāda principa tika veidota, piemēram, pētniecisko un analītisko materiālu sērija “Izmisuma zonā” par paliatīvās aprūpes problēmām. Apzinoties izvēlētā atspoguļojuma efektus, būtu ieteicams jau SP stratēģiskās plānošanas procesā iekļaut sabalansētas dažādu grupu atspoguļošanas pieejas.

Par to mudina domāt arī sabiedrisko mediju sabiedriskā labuma aptaujas dati, kuros teju 60% respondentu pauž pārliecību, ka sabiedriskie mediji ataino dažādus viedokļus, arī tādus, kas atšķiras no viņu personīgajiem uzskatiem. Nedaudz cita ir aina, jautājot konkrētās sociālajās grupās, vai mediju saturā atainotais reprezentē arī viņu viedokli. Ja tādas sociālās grupas kā cilvēki ar invaliditāti, laukos dzīvojošie, seksuālās minoritātes atbild apstiprinoši 63% gadījumu, tad mazākumtautību grupu pārstāvošie apstiprinoši atbild tikai pusē gadījumu.

Uzdevums, kas paredz **sabiedrības iesaisti** satura veidošanā lielākoties iekļauts izklaidējošos formātos. Pozitīvi vērtējama atsevišķu formātu producentu aktīvā darbība uzrunājot auditoriju ar aicinājumiem uzdot jautājumus vai definēt tematus, tomēr kopumā šī uzdevuma – sabiedrības iesaiste – realizācijā pietrūkst konsekvences. Tāpēc ieteicams dažādot sabiedrības iesaistes iespējas, satura veidošanā, palielinot avotu, tematu pavērsumu un formātu dažādību. Dati liecina, ka vismaz 30% iedzīvotāju paši regulāri veido saturu, 7% to piedāvā medijiem (Latvijas Fakti, 2021).

Sabiedrības iesaistes konsekventa realizācija, iespējams, nākamajos sabiedriskā labuma izvērtējumos auditorijai ļautu augstāk novērtēt sabiedrisko mediju ieguldījumu, piemēram, labākā citu cilvēku saprašanā, kas šobrīd ieguvusi tikai 50% vērtējumu. Tāpat šobrīd tikai 47% aptaujāto uzskata, ka sabiedriskie mediji stiprina viņu piederības sajūtu Latvijai (piederības sajūtas veidošana caur ziņu un aktuālās informācijas raidījumiem ir caurmērā vēl zemāk – 44%).

**2.2. Secinājumi un ieteikumi sadaļā “demokrātija”**

Ziņu, diskusiju, pētnieciskās un analītiskās žurnālistikas raidījumi sniedz lielu ieguldījumu publiskās sfēras veidošanā un attīstīšanā (Habermass, 1989), tādējādi iesaistot pilsoņus demokrātijas procesiem nozīmīgu jautājumu apspriešanā. Tomēr dati rāda, ka šo nozīmīgo funkcijas realizāciju ierobežo ziņu veidošanas pieejas, proti, avotu izvēle. Dažādi sabiedrisko mediju ziņu satura un avota izvēles pētījumi ilgākā laikā (Kruks et al., 2007; Kruks et al., 2021) identificējuši tendenci, ka, pirmkārt, ziņās pārsvarā tiek izmantoti oficiāli avoti un avotu struktūra nav pietiekami dažāda (Lācis, 2022), ierobežojot avotu, viedokļu un pieeju daudzveidību. Pētnieks Jānis Lācis secinājis, ka piemēram atspoguļojot politikas jautājumus ziņās, pārsvarā tiek izmantoti oficiāli avoti, “kur amatpersonas savā starpā lemj, konfliktē un eksponē sevi, bet sabiedrība ir nostādīta skatītāja lomā, tā vietā, lai tiktu iesaistīta politiskās dzīves diskusijās” (Lācis, 2022, 60 lpp.). Viņš uzskata, ka LTV ziņu raidījumi nepietiekamā apmērā sniedz ieguldījumu publiskās sfēras veidošanā, ka publiskā sfēra neveidojas, ja tādi informācijas avoti, kas nepārstāv oficiālos informācijas avotus, veido mazāk nekā vienu trešo daļu. Pētnieks to skaidro ar tā saucamo “normalizāciju”, kad politiskie lēmumi, kurus prezentē paši šo lēmumu pieņēmēji, tiek skaidroti ar oficiālo lēmēju palīdzību, veicinot politiskās dienas kārtības transformāciju mediju dienas kārtībā.

Minētā pētījuma dati rāda, ka politikas problēmas ziņās tiek skaidrotas galvenokārt ar politiķu un amatpersonu palīdzību, nedodot “balsi” tiem sabiedrības pārstāvjiem vai grupām, uz kuriem attiecas pieņemtie lēmumi. Jāpiebilst, ka konkrētā pētījuma dati atšķiras starp ziņu raidījumiem, “Panorāmā” konstatēts zemāks ziņu avotu daudzveidības līmenis, bet tas ir augstāks “Dienas ziņās” un raidījumā “Šovakar”.

Izmantojot vairākas statistiskās metodes datu analīzei, pētnieks noskaidrojis kopsakarību, ka lielāks informācijas avotu skaits un daudzveidība sastopama raidījumos, kuros ir arī lielāka tematiskā daudzveidība, kas šajā gadījumā var būt saistīts ar faktu, ka, piemēram, “Dienas ziņas” lielu daļu satura veido reģionālo mediju veidotie sižeti. Šajā pētījumā konstatētas avotu daudzveidības atšķirības, atkarībā no ziņas tipa un ziņas temata. Veselības jautājumiem (*Covid-19* pandēmijas problēmas) veltītās un tā saucamajās vieglajās ziņās ir pietiekami daudzveidīga avotu izvēle, savukārt politikas un “cieto” ziņu jeb aktuālo notikumu (nacionālā un starptautiskā politika, sociālās problēmas, kriminālpārkāpumi, negadījumi u.c.) gadījumā dominē oficiālie avoti.

Šāda ziņu veidošanas pieeja nostiprina lejupvērstās komunikācijas tradīciju publiskajā diskusijā, kad amatpersonas un politiķi sabiedrībai norāda, par ko un kā domāt, kā uztvert un kā interpretēt politiskās norises. Ja sabiedrībai jeb pie elites nepiederošiem informācijas avotiem tiek dota iespēja izteikties ziņās par “viegliem” tematiem, kultūru un izklaidi, tas ierobežo pārmaiņu veicināšanu sabiedrībā, secina pētnieks.

Līdzīgus datus uzrāda *Covid–19* vakcinācijas jautājumiem veltīto ziņu izpēte LTV raidījumā “Panorāma” (Veilande, 2022). Analizējot žurnālistu lomas, pētījumā secināts, ka ziņu veidotāji pārsvarā pilda pasīva informācijas izplatītāja lomu. Šo lomu raksturo zemāka žurnālista iesaiste ziņas satura veidošanā un pārsvarā oficiālu avotu informācijas izmantojums. Aktīvu žurnālistu lomu izmantojums pētījumā novērots reti, tas nozīmē, ka ierobežotā apjomā LTV ziņu žurnālisti uzstājas kā vidutājs starp dažādām sabiedrības grupām, veicinot to saprašanos. Tāpat izpētītajos ziņu raidījumos nepilnīgi izmantota žurnālistu kā pārmaiņu veicinātāju loma, kas paredz, ka žurnālists piedāvā risinājumus un darbojas konstruktīvās žurnālistikas pieejā. Izpētītajās ziņās par vakcināciju nav konstatēta žurnālistu kā mobilizētāju profesionālās lomas realizācija, ar kuras palīdzību mediju profesionāļi var palīdzēt iesaistīt sabiedrību problēmu risināšanā. Pētnieces Zandas Veilandes pētījuma dati rāda, ka *Covid-19* vakcinācijas ziņu dominējošais temats bija valdības lēmumi, to atspoguļojumā pārsvarā realizēta informētāja un partnera loma, neieguldot resursus, lai kritiski analizētu valdības vai atsevišķu amatpersonu lēmumus. Savukārt zinātnei, sabiedrības viedokļiem vai vakcinācijas aptverei veltīts mazāka ziņu (Veilande, 2022, 46–47. lpp.).

Toties atšķirīgu un dažādu informācijas avotu izvēle raksturo vakcinācijai veltīto saturu raidījumā “Aizliegtais paņēmiens”, kurā daudz lielāka loma piešķirta ekspertiem un sabiedrības pārstāvjiem (Furmane, 2022). Savukārt viedokļu spektrā šajā raidījumā eksperti un amatpersonas atbalstījuši vakcināciju, bet sabiedrības pārstāvji savos viedokļos lielākoties bijuši pret vakcināciju.

Pētnieciskās žurnālistikas projektu kvalitāte gan LTV, gan LR ir augsta, to atspoguļojumam ir izveidoti un tiek attīstīti dažādi formāti. Pozitīvi vērtējama pētnieciskās žurnālistikas projektu rezultātu iekļaušana ziņu raidījumu saturā un digitālos formātos. Apkopojot sadaļā minētos uzdevumus, iesaku lielāku uzmanību veltīt ar sabiedrisko mediju lomu un ietekmi saistītiem jautājumiem, attīstīt pētnieciskās un analītiskās žurnālistikas formātus, tostarp, mazākumtautību platformā.

Lai arī LTV ziņas tiek labi vērtētas sabiedriskā labuma testā, jāatgādina, ka vienlaikus auditorijas pārstāvji sagaida savas grupas pārstāvniecību sabiedrisko mediju saturā, to iespējams panākt palielinot informācijas avotu daudzveidības līmeni un izmainot hierarhiskās attiecības starp elitei un neelitei piederošajiem avotiem ziņās.

Sabiedrisko mediju lomas izpratnei nav veltīts pietiekami dažāds un regulārs saturs. Auditorijas piesaisti un motivāciju izmantot sabiedrisko medijus varētu veicināt regulāra informācija un diskusija par sabiedrisko mediju profesionālās darbības pamatnosacījumiem, vērtībām, profesionālās ētikas dilemmām un citiem jautājumiem. Sabiedrisko mediju darbības vides izpratnei, protams, ir nozīmīga arī reakcija un izpēte ziņu vai analītiskajos raidījumos. Tomēr sabiedrisko mediju darbības daudzveidība dod iespēju ne tikai reaģēt uz sabiedrisko mediju pastāvēšanu ietekmējošiem politiskajiem lēmumiem, bet mērķtiecīgi veidot savstarpēju izpratni uzlabojošu saturu, kas paredzēts dažādām auditorijas grupām un par dažādiem jautājumiem.

Apzinoties, kā mainījusies informācijas vide un kādā veidā šie procesi liek pastāvīgi uzlabot žurnālistu prasmes, turpmāko gadu sabiedriskā pasūtījuma plānā ieteicams iekļaut uzdevumus, kas, pirmkārt, nodrošinātu pastāvīgu dezinformācijas un nezinātniskas informācijas atspēkošanu, otrkārt, dotu iespēju sabiedrisko mediju profesionāļiem izkopt savas kompetences minētajos jautājumos un ar laiku radīt gan faktu pārbaudes, gan datu žurnālistikas projektus konkrēto tēmu ietvaros.

Atbilstoši iepriekš minēto pētījumu datiem ieteicams stratēģiski transformēt politikas un sociāli nozīmīgo ziņu avotu izvēles profesionālās rutīnas. Tas dotu iespēju uzlabot tematisko un avotu daudzveidību, kā arī palielināt realizēto žurnālistu profesionālo lomu daudzveidību, lielāku nozīmi piešķirot aktīvām profesionālajām lomām un tādējādi sniedzot ieguldījumu publiskās sfēras attīstībā.

Tāpat saskaņā ar sabiedrisko mediju sabiedriskā labuma aptaujas datiem sabiedriskajiem medijiem ir iespējas veicināt sabiedrības izpratni par valstī pieņemto lēmumu iemesliem (šobrīd apstiprinoši to novērtē 44% šo mediju lietotāju), stāstot un rādot dažādu notikumu kopsakarības (šobrīd apstiprinoši to novērtē 47% šo mediju lietotāju). Tāpat sabiedriskajiem medijiem vēl būtu daudz darāmā tādos jautājumos kā kritiskās domāšanas un medijpratības veicināšana, jo tikai 46% uzskata, ka sabiedriskie mediji motivē kritiski domāt un saprast apkārt notiekošo vai arī palīdz atpazīt viltus ziņas un dezinformāciju (38%).

**2.3. Secinājumi un ieteikumi sadaļā “kultūra”**

Sabiedriskie mediji piedāvā plašāko kultūras žurnālistikas klāstu, tie atbalsta kultūras pasākumu un mākslas norišu pieejamību sabiedrībai. Sabiedriskajos medijos strādā daudzi kultūras žurnālisti, kas piedāvā analītisku saturu, veicina kompetentas diskusijas par mākslas problēmām, piedāvā vērtējumus un definē unikālus tematus. Sabiedriskie mediji paši piedalās kultūras vērtību radīšanā un nemateriālā mantojuma veidošanā, tā saglabāšanā.

No profesionālās ētikas viedokļa rūpīgi būtu apsverama LTV iedibinātā prakse kultūras ziņu veidošanā kā raidījuma vadītājus iesaistīt konkrētu kultūras un mākslas jomu pārstāvjus. Lai gan radošajā darbībā iegūtā popularitāte var piesaistīt konkrētu auditoriju, tomēr ziņu prezentācijā šī pieeja rada jautājumus par iespēju ievērot neitralitāti.

Saskaņā ar sabiedrisko mediju sabiedriskā labuma aptaujas datiem sabiedriskā pasūtījuma sadaļa “kultūra” no auditorijas puses ir saņēmusi otro augstāko novērtējumu pēc sadaļas “sabiedrība” (52%). LR šis novērtējums ir vidēji par 5-8 procentpunktiem augstāks (57%) nekā LTV un LSM.LV. No aptaujas datiem secināms, ka pat, ja sabiedrisko mediju saturs neatspoguļo katram indivīdam svarīgos kultūras notikumus (46% uzskata, ka atspoguļo), tomēr tas uzlabo zināšanas par nacionālo kultūru un vietējām tradīcijām (59%).

**2.4. Secinājumi un ieteikumi sadaļā “zināšanas”**

Sabiedrisko mediju kanālos un platformās pieejams daudzveidīgs saturam par visiem sadaļā akcentētajiem jautājumiem – satiksmes drošība, zinātne, daba, medijpratība, mediju kritika, tiesībpratība un finanšu pratība. Īpaša uzmanība pievērsta jauniešu zināšanu uzlabošanai par dažādiem jautājumiem.

Vērtējot sabiedrības iesaistes formātus, var secināt, ka LR regulāri saņem klausītāju **vērtējumus** par savām programmām, regulāri tie izskan raidījumā “Brīvais mikrofons”, “Pēcpusdiena” un citos. Klausītāju iesaistei raksturīgs fragmentētu viedokļu izteikšanas formāts, līdz ar to LR saturā pietrūkst regulāras, mērķtiecīgas sarunas ar klausītājiem par to, kā viņi uztver LR programmas, ko sagaida no sabiedriskajiem medijiem, kā vērtē satura kvalitāti. Pozitīvi vērtējams projekts, kura ietvaros kopā ar auditorijas pārstāvjiem (fokusa grupu pētījums) izvērtēts LR4 saturs, ieviešot pārmaiņas, kas balstītas tieši šī pētījuma datos. LTV piedāvā dažādas sabiedrības iesaistes formas, piemēram, balvu “Kilograms kultūras”, klausītāju jautājumu un ierosinājumu izmantošanu raidījuma “1:1” sagatavošanā, projektā “Gudrs, vēl gudrāks” un citos.

Pandēmijas laika aktualitātes atklāja problēmas, kas tieši saistītas ar sabiedrības medijpratību, mediju resursu trūkumu dezinformācijas un nezinātniskas informācijas atspēkošanā. Tomēr šī situācija LTV un LR saturā nav ieviesusi nozīmīgas pārmaiņas.

Vienlaikus diskusijas vērta ir situācija, kad lielākā daļa no minētā satura integrēt ikdienas ziņu vai dzīves stila programmās, kurās iespējams aktualizēt konkrētus jautājumus, bet nav nepieciešama analītiska pieeja vai padziļināta tēmas izpratne. Minētie uzdevumi atbilst kritērijiem, kas raksturo specializāciju žurnālistikā, tomēr sabiedrisko mediju darbiniekiem ir ierobežotas iespējas specializēties dabas un vides, zinātnes, veselības žurnālistikā. 2021. gadā definētās tēmas ir daļa no sabiedrisko mediju satura, taču, pēc atspoguļojuma spriežot, tās nav iekļautas satura prioritāšu sarakstā, proti, definētie uzdevumi nav likuši veikt nozīmīgas pārmaiņas programmu struktūrā.

Pārdomājot publiskās komunikācijas ietekmi uz sabiedrību, ikdienu mediju piesātinātā vidē, zinātnes lomas pieaugumu, kā arī klimata pārmaiņu problēmu aktualitāti, nākotnē ieteicams stratēģiski plānot saturu vismaz daļā no minētajiem problēmjautājumiem.

Interesi uzzināt vairāk par medijpratību jeb prasmi kritiski izvērtēt mediju sniegto informāciju un atpazīt uzticamu žurnālistiku no viltus ziņām pauda 44% aptaujāto Latvijas iedzīvotāju (Latvijas Fakti, 2021). Salīdzinoši biežāk tāda interese tika pausta respondentu vidū ar augstāku izglītības un ienākumu līmeni. Noraidošu attieksmi pret medijpratības tēmu pārstāvēja 49% aptaujas dalībnieku. (..) Kā nozīmīgi soļi medijpratības veicināšanā un nepatiesas informācijas izplatības mazināšanā tika minēta nepieciešamība veidot vairāk medijpratības tēmai veltītus sižetus, raidījumus medijos (minēja 25% respondenti). Tas nozīmē, ka vismaz kāda daļa sabiedrības paļaujas uz sabiedriskajiem medijiem un sagaida, ka tie sniegs ieguldījumu medijpratības uzlabošanā.

Saskaņā ar sabiedrisko mediju sabiedriskā labuma aptaujas datiem SP sadaļa “zināšanas” saņēmusi viszemāko auditorijas novērtējumu – 42% pauž pārliecību, ka sabiedriskie mediji veido jaunas zināšanas. Tieši aspekti, kas ļautu labāk izprast jaunākās tehnoloģijas vai caur saturu iegūto jauno zināšanu pielietojamība sevis izprašanai, priekšstatu mainīšanai u.c. novērtēta kritiskāk – vien ar 40% un 37%.

**2.5. Secinājumi un ieteikumi sadaļā “radošums”**

Šajā sadaļā iekļauti uzdevumi, ar kuru palīdzību sabiedriskie mediji tiek motivēti radoši transformēt esošo saturu, veidojot jaunus formātus, un pievērsties tēmām, kas iepriekš nav izceltas – uzņēmējdarbība un uzņēmība, ekonomika, tehnoloģijas, klimata jautājumi.

Minētie jautājumi atspoguļoti dažādos sabiedrisko mediju formātos. Tas vērtējams pozitīvi, tomēr šīs jomas – uzņēmējdarbība un tehnoloģijas – ir ļoti plašas, tāpēc to iekļaušana esošajos formātos nepalīdz uzlabot to izpratni sabiedrībā, ne arī pievērst uzmanību ar tehnoloģiju attīstību saistītiem jautājumiem, kuri ietekmē sabiedrības ikdienu, valsts un uzņēmēju sniegtos pakalpojumus, tiesību un finanšu sfēru, mākslas un radošās industrijas un citas nozīmīgas jomas.

Pievēršot uzmanību makroekonomikas procesiem, ekonomikas politikai un iekļaujot arī uzņēmēju skatījumu, sabiedriskajos medijos atspoguļotas valsts ekonomiku un biznesu ietekmējošas aktualitātes. LTV, atšķirībā no LR, pietrūkst uzņēmējdarbībai, uzņēmībai, mazo un vidējo uzņēmumu problēmu padziļinātai atspoguļošanai paredzētu formātu.

LR un LTV redakcijās tikpat kā nav žurnālistu, kas specializējas tehnoloģiju, ekonomikas un klimata pārmaiņu jautājumos. Kopumā uzņēmēju pieredze mediju saturā parādās reti un izmantoto avotu vidū uzņēmēju ir maz (Kruks et al., 2021; Lācis, 2022). Atsevišķas LTV un LR programmas veiksmīgi portretē uzņēmējus kā personības, parādot viņu ikdienu, dzīves stilu un vērtības. Plānojot nākamā sabiedriskā pasūtījuma struktūru, ieteicams konceptuāli mainīt uzņēmēju kā sabiedrības grupas atspoguļojumu gan ziņu, gan analītiskajos raidījumos, uzsverot mazo un vidējo uzņēmēju nozīmi un nepaļaujoties, ka uzņēmēju situāciju galvenokārt var pārstāvēt uzņēmēju NVO vadītāji vai lielo uzņēmumu vadītāji.

Vērojams, ka tehnoloģijām veltītais saturs, kas piedāvāts izglītojošos un analītiskos formātos (dokumentālās filmas, ziņas, diskusijas) nereti koncentrēts ap riskiem un draudiem indivīda drošībai, tiek piedāvātas zināšanas un risinājumi iespējamo negatīvo efektu pārvarēšanai. Minētās ir nozīmīgas tēmas, vienlaikus tās būtu jāsabalansē, pievēršot uzmanību tehnoloģiju iespējām atvieglot un modernizēt daudzus procesus, uzsverot to nozīmi jaunu profesiju un jaunu uzņēmējdarbības jomu attīstībā, mākslas un citu jomu transformācijā, ikdienas dzīves atvieglošanā.

Balstoties uz sabiedrisko mediju sabiedriskā labuma aptaujas datiem, nākas secināt, ka sabiedriskajiem medijiem, realizējot SP sadaļu “radošums” vajadzētu koncentrēties ne tikai uz radošuma attīstīšanu redakcionālā līmenī, bet arī radošai pašizpausmei un radošās pašdarbības veicināšanai auditorijā. Šobrīd tikai 30% novērtē, ka sabiedriskie mediji viņus iedvesmo jaunām idejām, jaunām rīcībām, kā uzlabot savu un citu dzīvi (Saulītis, 2021).

**2.6. Secinājumi un ieteikumi sadaļā “sadarbība”**

Sabiedrisko organizāciju sadarbības partneru vidū sastopamas dažādas organizācijas un institūcijas, kuru iesaiste bagātinājusi sabiedrisko mediju saturu. Pateicoties sadarbības projektiem izdevies radīt gan jaunus formātus un saturu par dabu, novadiem, vēsturi, gan piesaistīt jaunas auditorijas.

Nākotnē sadarbības projektus vēlams izmantot, lai uzlabotu konkrētu sabiedrības grupu pārstāvniecību vai tēmu atspoguļojumu, īpaši ieteicams meklēt sadarbības iespējas mazākumtautību un reģionu iedzīvotāju pārstāvniecības uzlabošanai sabiedrisko mediju aktualitāšu un analītiskajās programmās (skat. citu apakšnodaļu ieteikumus).

Sabiedrisko mediju darba sabiedriskā pasūtījuma veidošanā ir vērtējams atzinīgi. Vienlaikus saskatāmas arī izaugsmes iespējas. Vērtējumi un ieteikumi sniegti, apzinoties, jāapzinās, ja pieejamie resursi un SP apjoms paliek nemainīgs, tad attīstot un izvirzot priekšplānā kādu no šobrīd mazāk aptvertajām tēmām, var nākties saskarties ar situāciju, ka kāda no patlaban labi aptvertajām jomām un formātiem var samazināties. Proti, jābūt uzmanīgiem mainot proporcijas un balansējot dažādos SP aspektus un uzdevumus.

**Atsauces:**

Boyer, M.M., Lecheler, S., Aaldering, L. (June 2022) Don’t Throw the Frame Out With the Bathwater: How Episodic News Frames Can Prevent Identity-Motivated Reasoning. *Journalism & Mass Communication Quarterly*. doi:[10.1177/10776990221097057](https://doi.org/10.1177/10776990221097057)

Fūrmane, S. (2022). Covid-19 pandēmijas rāmējums LTV1 raidījumā "Aizliegtais paņēmiens": informācijas avotu analīze. Bakalaura darbs. Rīga: RSU Komunikācijas fakultāte.

Habermas, Jü. (1989). *The structural transformation of the public sphere : an inquiry into a category of bourgeois society.* Cambridge, Mass: MIT Press.

Kruks, S., Juzefovičs, J., Kikuste, E., Kikusts, G. (2007). Ziņas Latvijas televīzijās. LTV1, LTV7, TV3, LNT, TV5 un PBK ziņu raidījumu satura analīze 2007. gada 16.-27. aprīlis. https://www.neplpadome.lv/lv/assets/documents/Petijumi/Kruka\_petijums.doc

Kruks, Se., Dovladbekova, I., Berķe-Berga, A., Urbāne, M., Rungule, R., Lāce, T., Seņkāne, S., Kalniņa, D., Mārtinsone, K., Akmane, E., Šuriņa, S., Darģis, R. (2021). “Ietvarpētījuma “Pandēmijas sekas” par COVID-19 izraisītās krīzes ietekmi uz Latvijas sabiedrību secinājumi un priekšlikumi projekta papildu rezultātiem Nr. 29, 30, 31 un 32.”. Skatīts 15.05.2022. https://lzp.gov.lv/wp-content/uploads/2021/04/ietvarpetijums\_- 29\_30\_31\_32\_zinojumiem\_marts.pdf

Lācis, J. (2022). Informācijas avoti Latvijas televīziju ziņu raidījumos. 2021. gada jūlijs – decembris.Bakalaura darbs. Rīga: RSU Komunikācijas fakultāte.

Latvijas Fakti. (2021). Pētījums par Latvijas iedzīvotāju medijpratību un mediju satura lietošanas paradumiem. Sabiedrības aptauja un dziļās intervijas ar mediju ekspertiem. Sk. internetā 13.06.2022. <https://www.neplp.lv/lv/media/185/download>

Saulītis, A. (2021). Sabiedrisko mediju sabiedriskā labuma iedzīvotāju aptauja 2021 (nepublicēts).

Veilande, Z. 2022. Žurnālistikas lomas pandēmijas laikā: Latvijas Televīzijas ziņu raidījuma “Panorāma” sižetu par vakcināciju pret Covid-19 kvantitatīvā analīze. Bakalaura darbs. Rīga: RSU Komunikācijas fakultāte.

DOKUMENTS IR PARAKSTĪTS AR DROŠU ELEKTRONISKO PARAKSTU UN SATUR LAIKA ZĪMOGU