

Satura kvalitātes vadības un sabiedriskā labuma izpildes 2023. gada novērtējums



Sabiedrisko elektronisko
plašsaziņas līdzekļu
padome

Satura rādītājs

1. Ievads	2
2. Sabiedrisko mediju radītā sabiedriskā labuma 2023. gada izvērtējums	3
3. Rezultatīvo rādītāju izpilde	18
4. Ārējā uzraudzība	20
5. Ombuda vērtējumi.....	24
6. Iekšējā uzraudzība	25
7. Citu institūciju lēmumi.....	28
8. Padomes vērtējums	31

1. Ievads

Saskaņā ar Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu un to pārvaldības likuma (turpmāk – SEPLPL) 10. panta pirmās daļas 4. punktu, vadot sabiedriskā pasūtījuma un gada plāna izstrādes procesu, Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu padome (turpmāk – Padome) izstrādā kvalitātes vadības sistēmu. Satura kvalitātes vadības sistēmas mērķis ir:

sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu programmu un pakalpojumu atbilstība augstām ētikas un kvalitātes prasībām, žurnālistikas izcilības un visaugstākajiem starptautiskajiem profesijas un kvalitātes standartiem.

Satura kvalitātes vadības sistēmas ietvaros ētikas un kvalitātes prasības, žurnālistikas izcilības un visaugstākie starptautiskie profesijas un kvalitātes standarti tiek attiecināti uz visiem sabiedriskā pasūtījuma izpildes posmiem un darbinieku rīcību profesionālo pienākumu izpildes laikā un publiskās saziņas ietvaros, kā arī uz neatkarīgajiem producentiem, piesaistītajiem darbiniekiem un ārštata autoriem.

Kvalitātes vadības sistēma tiek nodrošināta divos līmeņos, Padome, īstenojot kapitāla daļu turētāja un augstākās lēmējinstiūcijas funkcijas sabiedriskajos elektroniskajos plašsaziņas līdzekļos, savas kompetences ietvaros nodrošina sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu ārējo satura kvalitātes vadības uzraudzību, savukārt sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu valdes ir atbildīgas par iekšējās kvalitātes vadības sistēmas izveidi un uzraudzību.

Saskaņā ar Padomes apstiprināto Sabiedriskā pasūtījuma izstrādes, uzskaites un izpildes uzraudzības kārtības nolikumu (turpmāk – Nolikums), satura kvalitātes vadības sistēmas rezultatīvie rādītāji tiek noteikti sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu vidēja termiņa darbības stratēģijās, sabiedriskā pasūtījuma plāna sagatavošanas vadlīnijās un uzdevumos konkrētajam gadam (turpmāk – Vadlīnijas), savukārt sabiedrisko mediju valdes nosaka rezultatīvos rādītājus iekšējās kvalitātes sistēmas darbībai, par ko tiek sagatavota atskaite saskaņā ar Nolikumu.

Saskaņā ar Nolikumu Padome, kopā ar sabiedriskā pasūtījuma plāna novērtējumu, sagatavo publisku atskaiti par ārējas kvalitātes vadības sistēmas un darbības rezultātiem un sasniegtajiem sabiedriskā labuma mērķiem pārskata gadā. Atskaitē tiek iekļauts Padomes vērtējums par ārējās un iekšējās kvalitātes vadības sistēmas darbību konkrētajā periodā, nepieciešamajiem uzlabojumiem un sasniedzamajiem mērķiem nākotnē.

Atskaite tiek sagatavota, pamatojoties uz apkopoto informāciju no Padomes lēmumiem un dokumentiem, sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu ombuda sniegto

informāciju, sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu sniegto informāciju, pašregulācijas organizāciju un regulatora sniegto informāciju, kā arī balstoties uz sabiedriskā labuma pētījumiem un citu informāciju.

2. Sabiedrisko mediju radītā sabiedriskā labuma 2023. gada izvērtējums

Būtisks instruments satura kvalitātes sistēmu darbības novērtēšanai ir sabiedriskais labums, ko sniedz sabiedriskie mediji. Sabiedriskā labuma izvērtēšanas metodoloģija¹ ir izstrādāta, ņemot vērā SEPLPL noteikto vispārējo stratēģisko mērķi un sabiedrisko mediju darbības pamatprincipus. Metodoloģija atbilst Eiropas Raidorganizāciju apvienības (EBU) definētajiem sabiedrisko mediju darbības pamatprincipiem: nodrošināt satura kvalitāti; nodrošināt viedokļu un uzskatu daudzveidību; sekmēt satura pieejamību; veicināt satura originalitāti, radošumu; sekmēt mediju un informācijas pratību.

Sabiedriskā labuma izvērtējums tiek veikts, balstoties uz sešām noteiktām sabiedriskā labuma mērķu kategorijām – sabiedrība, demokrātija, kultūra, zināšanas, radošums, sadarbība – un četriem caurviju rādītājiem – sasniedzamība, kvalitāte, ietekme, ieguldīto līdzekļu atdeve.

Sabiedriskā labuma izvērtējums, izmantojot atšķirīgas metodes, tiek veikts divos līmeņos:

- pēc Padomes pasūtījuma katru gadu tiek veikta Latvijas iedzīvotāju socioloģiskā aptauja. Pētījumu rezultātā iegūtie kvantitatīvie dati tiek izmantoti, izstrādājot ikgadējo sabiedriskā pasūtījuma plānu un nosakot sabiedriskajiem medijiem sasniedzamos mērķus un rezultatīvos rādītājus. Pētījumu rezultāti ir publiski pieejami SEPLP un sabiedrisko mediju mājaslapās.²
- reizi trijos gados Padomes pieaicināti eksperti veic visaptverošu sabiedrisko mediju sabiedriskā labuma kvalitatīvu izvērtējumu. Pētījumā iegūtie secinājumi kalpo par pamatu, lai sabiedriskie medij, balstoties uz ieteikumiem, varētu pilnveidot satura kvalitāti, savukārt Padomei tas ļauj definēt uzdevumus un kvalitatīvi vērtēt sabiedriskā pasūtījuma izpildi.³

Šāda sabiedriskā labuma sistēma nodrošina sabiedrisko mediju atskaitīšanos par paveikto un iesaista sabiedrību sabiedriskā pasūtījuma veidošanā, jo, balstoties uz iegūtajiem datiem un rezultātiem, sabiedriskajiem medijiem ir iespēja stratēģiski plānot satura attīstību, savukārt Padomei, definēt uzdevumus un novērtēt sabiedriskā pasūtījuma izpildi tostarp satura kvalitātes sistēmas darbības rezultātus.

¹ <https://www.seplp.lv/lv/sabiedriskais-labums#sabiedriski-labuma-izvertesanas-metodologija>

² <https://www.seplp.lv/lv/sabiedriskais-labums>

³ Turpat.

2.1. Visaptverošs sabiedriskā labuma izvērtējums

2023. gadā pirmoreiz tika veikts visaptverošs sabiedrisko mediju sabiedriskā labuma izvērtējums par laika periodu 2020.-2022. (turpmāk – Izvērtējums). Katram sabiedriskajam medijam (Latvijas Televīzijai, Latvijas Radio un LSM.lv) izstrādāti ieteikumi sabiedrisko mediju sabiedriskā pasūtījuma/labuma pilnveidošanai nākotnē, savukārt Padome savas kompetences ietvaros caur sabiedriskā pasūtījuma izpildi un sabiedrisko mediju valdēm noteiktiem uzdevumiem seko līdz šo ieteikumu ieviešanai.

Ļoti lielu uzmanību pētījumā pieaicinātie eksperti Dr. sc. soc. Andris Saulītis un Dr. sc. comm. Jānis Juzefovičs pievērsuši satura kvalitātes jautājumiem, konstatētas problēmas un piedāvāti konkrēti ieteikumi satura kvalitātes uzlabošanas iespējām. Izvērtējumā secināts, ka kopumā Latvijas sabiedriskajiem medijiem ir raksturīga profesionāla satura veidošana, piedāvājot apmierinošas kvalitātes saturu un emocionāli piesātinātus cilvēkstāstus. Tomēr novērojamas vairākas problēmas: analītiskuma trūkums, noteiktu sabiedrības grupu maza pārstāvēniecība un zema medijpratības veicināšana. Lai saglabātu un palielinātu uzticību sabiedriskajiem medijiem, eksperti aicina sabiedriskos medijus pievērsties šiem jautājumiem un meklēt veidus, kā uzlabot sava satura kvalitāti.⁴

“Sabiedriskie mediji Latvijā spēj radīt sabiedrisko labumu, atspoguļojot sabiedrības dažādās grupas un veicinot sapratni starp tām. Vienlaicīgi sabiedriskajiem medijiem ir nopietns izaicinājums: kā radīt saturu, kas ne tikai sasniedz plašu auditoriju, bet arī atbilst tās kvalitātes prasībām. Šī atšķirība starp sasniedzamību un kvalitāti norāda uz nepieciešamību izstrādāt stratēģijas, kas uzlabotu satura kvalitāti, padarītu to pievilcīgāku dažādām mērķauditorijām un atbilstu iedzīvotāju vajadzībām un gaidām.”⁵

Tāpat tiek uzsvērtā nepieciešamība stiprināt žurnālistu un redaktoru kompetences, *“lai ikviena sabiedriskā medija satura veidotāja darbs radītu augstu pievienoto vērtību.”⁶* Lai pilnveidotu satura kvalitāti, eksperti rosina redakcionāli palielināt analītiskās žurnālistikas kapacitāti. *Kaut gan sabiedriskie mediji kalpo par platformu diskusijām par sabiedrībai aktuālām un nozīmīgām tēmām, tomēr tie pilnībā neveicina iedzīvotāju politisko atbildīgumu un pilsonisko iesaisti, jo saturs lielākoties tiek veidots iedzīvotājiem ar zemu prasības līmeni.⁷* Sniegts ieteikums palielināt konstruktīvā satura īpatsvaru sabiedrisko mediju saturā.

Tāpat pētījumā secināts, ka *Redakcionāli nepieciešama caurskatāma rīcība un atklāta saruna ar auditoriju par redakcionālajām izvēlēm, tās skaidrojot ikdienā, pie publikācijām pievienojot saites uz skaidrojošiem materiāliem par redakcionālo politiku konkrētās tematikas satura veidošanā un par konkrētu ekspertu atlasī.⁸*

⁴ <https://www.seplp.lv/lv/media/1428/download?attachment> 11.lpp

⁵ Turpat, 4.lpp

⁶ Turpat, 8.lpp

⁷ Turpat, 11.lpp

⁸ <https://www.seplp.lv/lv/media/1428/download?attachment> 8.lpp

Vienlaikus tiek prognozēts, ka arī nākamajos gados turpinās augt sabiedrisko mediju sasniegtās auditorijas apjoms digitālajā vidē, kamēr lineārajā apraidē tas turpinās stagnēt - saglabāsies esošajā līmenī vai piedzīvos lejupslīdi. *Tas nozīmē, ka sabiedriskajiem medijiem vairāk jāiegulda resursi digitālā satura attīstībā. Šīs investīcijas ļaus arī sekmīgāk uzrunāt divas sabiedrības grupas - jauniešus un pilsētniekus, kuras ar grūtībām sabiedriskajiem medijiem izdodas sasniegt lineārajā apraidē.*⁹

2.2. Ikgadējo sabiedriskā labuma aptauju rezultāti

Sabiedriskā labuma izvērtēšanas metodoloģijas īstenošanas ietvaros iedzīvotāju aptaujas tiek veiktas kopš 2021. gada, kopumā tas noticis četras reizes, starplaikā pilnveidojot metodoloģiju un precizējot jautājumus. Pēdējais pētījums veikts 2024. gada februārī un tiek izmantots, lai novērtētu 2023. gadā noteikto sabiedriskā pasūtījuma mērķu un uzdevumu izpildi. Šī un citu pētījuma rezultāti ir publiski pieejami SEPLP un sabiedrisko mediju mājaslapās.¹⁰

2.2.1. Sasniedzamība

2023. gadā sabiedrisko mediju kopējā auditorijas sasniedzamība nedēļā bija 76% no kopējā iedzīvotāju skaita. 2024. gadā novērojams neliels kritums – 73%. Tas saistīts ar pamatā lineāro platformu auditorijas samazināšanos, attiecīgi LTV no 63% līdz 57%, bet LR no 42% līdz 40%, tikmēr auditoriju turpina audzēt LSM, - palielinājums no 43% līdz 45%. Atbilstoši Padomes noteiktajiem mērķiem, kopējai sabiedrisko mediju auditorijai būtu jāpieaug, nodrošinot, ka nedēļā tiek sasniegti četri no pieciem Latvijas iedzīvotājiem.

Analizējot sasniedzamību konkrētās mērķgrupās, secināms, ka nedēļā izdodas sasniegt 65% jauniešu vecumā no 15 līdz 24 gadiem. Rādītājs gada laikā samazinājies strauji - par 8 procentpunktiem, pasvītrojot nepieciešamību vairāk pievērsties tieši šīs mērķauditorijas uzrunāšanai, piedāvājot pielāgotu saturu platformās, kuras tie lieto. Kopumā sabiedriskajiem medijiem izdodas sasniegt trīs no pieciem mazākumtautību pārstāvjiem jeb 60%. Pētījumā secināts, ka 22% jeb aptuveni 170 tūkstošus cilvēku izdodas sasniegt ar saturu, kas nav valsts valodā, turklāt pamatā šī mērķauditorija tiek sasniegta digitālajā vidē. Datus noteikti jāņem vērā, veidojot konceptuāli jauno piedāvājumu konkrētās mērķauditorijas uzrunāšanai un programmu un pakalpojumu piedāvājuma izmaiņām.

Reģionālā griezumā augstākā sasniedzamība sabiedriskajiem medijiem ir Vidzemē - 82%, Zemgalē – 80% un Kurzemē – 77%, kā arī Pierīgā – 75%. Savukārt, vismazāk iedzīvotāju izdodas sasniegt Latgalē – 70% un Rīgā tikai 66%, kas lielā mērā sasauca ar trīsgades sabiedriskā labuma aptaujas secinājumu, ka sabiedriskie mediji nepietiekami uzrunā pilsētniekus un ekonomiski aktīvos iedzīvotājus, kā arī mazākumtautības. No pētījumu datiem secināms, ka visvairāk no komerciāliem un sociālajiem medijiem sabiedriskie mediji iepaliek auditorijās sasniegšanā caur mobilo ierīču un Smart TV aplikācijām. Smart TV šobrīd izmanto vairāk nekā puse māsaimniecību, taču 2024. gada

⁹ <https://www.seplp.lv/lv/media/1428/download?attachment> 17.lpp

¹⁰ <https://www.seplp.lv/lv/sabiedriskais-labums>

vidū joprojām nav nodrošināts risinājums REplay aplikācijai šajā platformā, kas būtu steidzami jānodrošina.

Kā galvenos iemeslus, kāpēc nelietot LTV, 2024.gada aptaujā respondenti minēja apsvērumu, ka ir maz saturs par interesējošām tēmām – 31 %, nav uzticams un neatkarīgs – 26 %, tāpat tika norādīts, ka tiek izmantoti alternatīvi mediji – 30%. Arī LR nelietotāji kā galveno iemeslu minējuši saturs trūkumu par viņiem interesējošām tēmām – 25%, norādot, ka maz ir informācijas par piedāvāto – 23% un nav uzticams un neatkarīgs – 19%. Savukārt 30% aptaujāto LSM.lv nelieto galvenokārt tāpēc, ka nav informācijas par piedāvājumu, savukārt 21 % atzinuši, ka izmanto alternatīvus medijus.

2.2.2. Ietekme un uzticēšanās

2024.gada aptaujas rezultāti liecina, ka nedaudz ir pieaugusi sabiedrības uzticēšanās sabiedriskajiem medijiem un to ietekme. 2023. gadā sabiedriskajiem medijiem kopumā uzticējās 46% aptaujāto, savukārt 2024.gadā uzticēšanās rādītājs sasniedza 49%, tuvojoties Padomes nospraustajam mērķim, kas paredz, ka sabiedriskajam medijam uzticas puse sabiedrības jeb atbilstoši Eiropas Savienības vidējam līmenim. Šajā jautājumā sabiedrībā ir vērojama polarizācija – latviešu vidū tiem uzticas teju 60 %, savukārt mazākumtautību vidū mazāk kā katrs trešais aptaujātais. Jauniešu vidū uzticēšanās ir 56 %. Latvijas sabiedriskie mediji kopumā ir uzticamākais informācijas avots. Uzticēšanās sabiedriskajiem medijiem ir augstākā kā komercmedijiem, kuriem kopumā 2024.gadā uzticējās 44%. Krasāka atšķirība ir vērojama, analizējot ziņu saturu - 2024.gadā, sabiedrisko mediju ziņām uzticējās 52%, kamēr komerciālo mediju ziņām vairs tikai 34%. 53% atzinuši, ka sabiedriskajiem medijiem ir svarīga loma Latvijas valsts attīstībā, 58 % to apgalvo par LTV, 54 % par LR, 46 % par LSM.lv. Sabiedriskā labuma caurvijas rādītāja “ietekme” 2024.gada kopējais vērtējums nedaudz pieaudzis - no 44% līdz 45%.

2.2.3. Kvalitāte

2023. gadā pirmoreiz aptaujā tika uzdots jautājums, vai sabiedriskais medijs piedāvā kvalitatīvu saturu, un tam piekrīt 45 % aptaujāto, - 40 % LTV saturs lietotāju un 48 % LR un LSM lietotāju. 2024. gadā šie rādītāji ir būtiski uzlabojušies visām platformām, sasniedzot nosprausto mērķi, ka atzinīgi par saturs kvalitāti izsakās vairāk nekā puse Latvijas iedzīvotāju - kopējais vērtējums – 52%, savukārt platformu griezumā – LTV 50%, LR 54% un LSM 53%. Uzlabojoties kopējai finansiālai situācijai, investējot darbinieku profesionālās kvalifikācijas celšanā un jaunā saturā, ieviešot sabiedriskā labuma visaptverošā pētījuma rekomendācijas, dažādiem kvalitātes rādītājiem būtu jāturpina pieaugt. Arī sabiedriskā labuma mērķa “kvalitāte” 2024.gada kopējais vērtējums aptaujā būtiski audzis, - no 44% līdz 53%. Kopumā no tiem, kurus saturs interesē, to atzinīgi novērtēja 64 %, bet kam neinteresē, tikai 40 % aptaujāto. 55% atzina, ka sabiedriskais medijs piedāvā vērtīgu un saistošu saturu par politikas un ekonomikas ziņām, 57% vērtīgu un saistošu saturu par kultūru, bet 53 % saistošu saturu par dzīvesstilu, ģimeni un mājsaimniecību.

2.2.4. Demokrātija un Sabiedrība

2024. gada aptaujā ir būtiski kritušies sabiedriskā labuma mērķu “demokrātija” un “sabiedrība” vērtējums. Attiecīgi no 51% līdz 44% un no 57% uz 48%, būtiski atpaliekot no Padomes noteiktajām mērķa vērtībām gan LTV, gan LR, gan LSM.lv. 44 % atzīst, ka saturs motivē viņus kritiski domāt un spriest par apkārt notiekošo, kas ir būtisks kritums, salīdzinot ar aptauju pirms gada, kad tā domāja 54% respondentu. Nedaudz, - no 45% uz 42% samazinājies vērtējums par to, vai sabiedriskais medijs atspoguļo jaunumus objektīvi un neitrāli, nepaužot personisko attieksmi. Tāpat no 57% uz 50% samazinājies vērtējums, vai sabiedriskais medijs stiprina piederības sajūtu Latvijai. Samazinājies vērtējums viedokļu daudzveidībai, uz jautājumu vai sabiedrisko mediju ziņu un aktuālās informācijas raidījumos tiek atainoti dažādi viedokļi, arī tādi, kuri atšķiras no mana, pozitīvi izteikušies 54% jeb par 6 procentpunktiem mazāk kā pirms gada. Līdzīgs kritums- no 47 uz 43% novērojams atbildēs par to, vai sabiedrisko mediju veidotie ziņu un aktuālās informācijas raidījumi pārstāv visas sabiedrības intereses. SEPLP sagaida no sabiedriskajiem medijiem padziļinātu analīzi, lai saprastu skaidrojumu, jo nospraustie mērķi nav izpildīti.

2.2.5. Radošums un zināšanas

Arī sabiedriskā labuma mērķi “radošums” 2024.gadā nav izdevies sasniegt – kritums no 45% līdz 38%. Tikai 24 % no sabiedrisko mediju lietotājiem piekrīt, ka saturs iedvesmojis viņus uzdrīkstēties darīt, būt uzņēmīgiem, gada laikā kritums par 6 procentpunktiem. Realizējot sabiedrisko pasūtījumu, Padomes ieskatā sabiedriskajiem medijiem būtu jāanalizē piemērotākie formāti, kā veicināt dažādas radošuma izpausmes sabiedrībā.

Savukārt, analizējot, kā sabiedriskie mediji veicina zināšanas, ar lielāko atzinību satura lietotāji novērtē iegūtās jaunās un noderīgās zināšanas par dabu, vidi un klimata jautājumiem. To atzinuši 68 % satura lietotāju. 60 % atzīst, ka šādas zināšanas viņiem tiek sniegtas par zinātni, zinātnes atklājumiem Latvijā un pasaulē, bet 58 % par vēsturi. Zemāk novērtētas saņemtās zināšanas par mūžizglītību, tās nozīmi un praktiskajām iespējām mācīties – 44 %, kā arī uzņēmējdarbību – 47 %. Kopumā sabiedriskā labuma mērķis “zināšanas” 2023.gadā uzskatāms par izpildītu.

2.2.6. Atdeve

2024.gada aptaujā mērīta atdeve, ņemot vērā, ka vairāk kā 98% no sabiedrisko mediju budžeta veido valsts budžeta dotācija. Atbildot uz jautājumu: Valsts ieguldījums sabiedriskajos medijos (Latvijas Televīzija, Latvijas Radio, interneta portāls LSM) mēnesī veido 2.04 EUR uz katru Latvijas pilngadīgo iedzīvotāju. Kā Jums šķiet, kāds ir par šo naudu radītais saturs? 16% atzina, ka nodrošinātais saturs ir labāks nekā nauda, ko tam sabiedrība velta. 43% uzskata, ka nodrošinātais saturs ir atbilstošs naudai, ko sabiedrība par to tērē, savukārt 41% uzskata, ka par šādu naudu varētu nodrošināt labāku saturu.

2.3. Sabiedriskā labuma mērķu un rādītāju izpilde

Ņemot vērā iedzīvotāju aptaujas rezultātā noteiktās sabiedriskā labuma indikatoru vērtības, Padome Latvijas Radio, Latvijas Televīzijai un portālam LSM.lv Vadlīnijās ir noteikusi sabiedriskā labuma mērķu un rādītāju vērtības 2023.gadam¹¹. Tās noteiktas, ņemot vērā statistiskās kļūdas robežas, par atskaites punktu ņemot 2023. gadā veiktā pētījuma datus un izvērtējot katra medija specifisko situāciju. Izpildes vērtējums veikts, par pamatu ņemot 2024.gada februārī veikto pētījumu.

Padome apzinās, ka mērķu izpilde ir cieši saistīta ar to, vai tiks realizēts SEPLPL un sabiedrisko mediju apvienošanas un finansēšanas koncepcijās definētais mērķis nodrošināt plānveidīgu un prognozējamu sabiedrisko mediju attīstību. Tāpēc mērķa vērtības Padome vadlīniju darbības periodā var pārskatīt, ņemot vērā iedzīvotāju aptaujas datu padziļinātu analīzi un iekšējo un ārējo faktoru ietekmi uz sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu darbu.

2.3.1. Sabiedriskā labuma mērķu kategorijas

2.3.1.1. Sabiedrība

Misija: sabiedriskie mediji ataino sabiedrību un tās daudzveidīgās grupas, palīdzot izprast kopīgo, un veido pamatu sabiedrības attīstībai un labklājībai.

Mērķis: nodrošināt daudzpusīgu Latvijas sabiedrības pašizziņu, pārstāvēt iedzīvotāju daudzveidību, veidojot izpratni starp dažādām sabiedrības grupām un meklējot kopīgo.

Gads	Kopā	LTV	LR	LSM
bāzes vērtība	57 %	56 %	58 %	58 %
2023 (mērķis)	57 %-60 %	56 %-59 %	58 %-61 %	58 %-61 %
2023 (fakts)	48 %	49 %	49 %	46 %
Padomes komentārs	Mērķis nav izpildīts, būtiska novirze	Mērķis nav izpildīts, būtiska novirze	Mērķis nav izpildīts, būtiska novirze	Mērķis nav izpildīts, būtiska novirze

2.3.1.2. Demokrātija

Misija: sabiedriskie mediji nodrošina sabiedrību ar vispusīgu un uzticamu informāciju, ziņu, informatīvi analītisko un pētniecisko saturu, kā arī veido diskusiju platformu.

Mērķis: veidot sabiedrības izpratni par sabiedrībai nozīmīgiem lēmumiem, sekmēt pierādījumos balstītu lēmumu pieņemšanu, informēt sabiedrību par sociālpolitiskām

¹¹ 30.09.2022. Padomes lēmums Nr. 51/1-1

aktualitātēm, veicināt politisko atbildīgumu un medijpratību, vairo izpratni par mediju lomu demokrātijā.

Gads	Kopā	LTV	LR	LSM
bāzes vērtība	51 %	50 %	53 %	52 %
2023 (mērķis)	51 %-55 %	50 %-55%	53 %-56 %	52 %-55 %
2023 (fakts)	44 %	44 %	43 %	44 %
Padomes komentārs	Mērķis nav izpildīts, būtiska novirze	Mērķis nav izpildīts, būtiska novirze	Mērķis nav izpildīts, būtiska novirze	Mērķis nav izpildīts, būtiska novirze

2.3.1.3. Kultūra

Misija: sabiedriskie mediji saglabā, veido un attīsta Latvijas kultūrtelpu, nodrošinot tās klātbūtni pasaulē.

Mērķis: radīt saturu, kas veido un bagātina Latvijas kultūrtelpu, stiprināt Latvijas nacionālo identitāti, sekmēt kultūras jaunradi, apzināt kultūras mantojumu, to padziļināti izzinot un rodot pielietojumu šodienā.

Gads	Kopā	LTV	LR	LSM
bāzes vērtība	43 %	46 %	44 %	38 %
2023 (mērķis)	43 %-47 %	46 %-49 %	44 %-47 %	38 %-43 %
2023 (fakts)	48 %	52 %	48 %	44 %
Padomes komentārs	Mērķis izpildīts	Mērķis izpildīts	Mērķis izpildīts	Mērķis izpildīts

2.3.1.4. Zināšanas

Misija: sabiedriskie mediji vairo sabiedrības zināšanas un uzlabo iedzīvotāju dzīves kvalitāti.

Mērķis: nodrošināt skaidrojošu saturu, kas veicinātu sabiedrības tiesību prātību (zināšanas par tiesībām un pienākumiem), finanšu prātību, veidotu izpratni par mūžizglītības lomu, savstarpējo attiecību veidošanu ģimenē un ar bērniem, fizisko un mentālo veselību un citām tēmām, kas ļautu iedzīvotājiem uzlabot savu ikdienas dzīves kvalitāti.

Gads	Kopā	LTV	LR	LSM
bāzes vērtība	40 %	39 %	42 %	35 %
2023 (mērķis)	40 %-45 %	39 %-45%	42 %-45 %	35 %-40 %
2023 (fakts)	44 %	45 %	44 %	44 %
Padomes komentārs	Mērķis izpildīts	Mērķis izpildīts	Mērķis izpildīts	Mērķis izpildīts

2.3.1.5. Radošums

Misija: sabiedriskie mediji atbalsta un veicina iedzīvotāju pašizpaušmi, savu talantu atklāšanu, kā arī iedvesmo uzdrīkstēties darīt un realizēt sevi.

Mērķis: iedvesmot un sekmēt sabiedrības radošumu, izaugsmi un uzņēmību visās dzīves jomās, tajā skaitā veicinot starpnozaru un paaudžu sadarbību.

Gads	Kopā	LTV	LR	LSM
bāzes vērtība	45 %	46 %	45 %	41%
2023 (mērķis)	45 %-49 %	46 %-49 %	45 %-49 %	41 %-46 %
2023 (fakts)	38%	41%	39 %	34 %
Padomes komentārs	Mērķis nav izpildīts, būtiska novirze	Mērķis nav izpildīts, būtiska novirze	Mērķis nav izpildīts, būtiska novirze	Mērķis nav izpildīts, būtiska novirze

2.3.2. Caurvijas rādītāji

Caurviju rādītājiem “Sasniedzamība”, “Kvalitāte”, “Ietekme” tika noteikti sekojoši sasniežamie rādītāji 2023.gadam:

2.3.2.1. Sasniedzamība (lieto vismaz reizi mēnesī vai biežāk)

Gads	Kopā	LTV	LR	LSM
bāzes vērtība	79 % ¹²	63 %	49 %	51%
2023 (mērķis)	n/a ¹³	63 %-65 %	49 %-50 %	51 %-53 %
2023 (fakts)	78 %	61 %	48 %	53 %
Padomes komentārs	Mērķa izpildi nav iespējams novērtēt	Mērķis nav izpildīts, nebūtiska novirze	Mērķis nav izpildīts, nebūtiska novirze	Mērķis izpildīts

¹² Precizēta pēc pētījuma veicēju veiktās metodoloģijas maiņas.

¹³ Ņemot vērā metodoloģijas maiņu, mērķa vērtība nav piemērojama.

2.3.2.2. Sasniedzamība specifiskās mērķgrupās (lieto reizi nedēļā vai biežāk)

Gads	Mērķgrupa	Kopā	LTV	LR	LSM
bāzes vērtība	Jaunieši (15-24)	73 % ¹⁴	58 %	43 % (51%) ¹⁵	47 %
	Mazākumtautības	64 % ¹⁶	41 %	31 %	45 %
2023 (mērķis)	Jaunieši (15-24)	n/a ¹⁷	52 %-58 %	(51-54 %) ¹⁸	47 %-52 %
	Mazākumtautības	n/a ¹⁹	35 %- 40 %	31-36 %	45 -50 %
2023 (fakts)	Jaunieši (15-24)	65 %	46 %	38%(47%)	45 %
	Mazākumtautības	60 %	32 %	27 %	46%
Padomes komentārs	Jaunieši (15-24)	Mērķa vērtību nav iespējams novērtēt	Mērķa vērtība nav izpildīta, būtiska novirze	Mērķa vērtība nav izpildīta	Mērķa vērtība nav izpildīta
	Mazākumtautības	Mērķa vērtību nav iespējams novērtēt	Mērķa vērtība nav izpildīta	Mērķa vērtība nav izpildīta	Mērķa vērtība izpildīta

2.3.2.3. Kvalitāte

Gads	Kopā	LTV	LR	LSM
bāzes vērtība	44 %	44 %	41 %	46 %
2023 (mērķis)	44 %-51 %	44 %-51 %	41 %-50 %	46 %-51 %
2023 (fakts)	53 %	56 %	51 %	52%
Padomes komentārs	Mērķis izpildīts	Mērķis izpildīts	Mērķis izpildīts	Mērķis izpildīts

¹⁴ Precizēta pēc pētījuma veicēju veiktās metodoloģijas maiņas.

¹⁵ Vērtība noteikta sasniedzamībai mēnesī.

¹⁶ Precizēta pēc pētījuma veicēju veiktās metodoloģijas maiņas.

¹⁷ Ņemot vērā metodoloģijas maiņu, mērķa vērtība nav piemērojama.

¹⁸ Vērtība noteikta sasniedzamībai mēnesī.

¹⁹ Ņemot vērā metodoloģijas maiņu, mērķa vērtība nav piemērojama.

2.3.2.4. Ietekme

Gads	Kopā	LTV	LR	LSM
bāzes vērtība	44 %	45 %	47 %	39 %
2023 (mērķis)	44 %-50 %	45 %-50%	47 %-50 %	39 %-46 %
2023 (fakts)	45 %	46 %	45 %	45 %
Padomes komentārs	Mērķis izpildīts	Mērķis izpildīts	Mērķis nav izpildīts, nebūtiska novirze	Mērķis izpildīts

2.3.3. Pārējie rādītāji

Lai sekotu līdzi tam, kā iedzīvotāju vērtējumā tiek nodrošināta SEPLPL 2. pantā minētā sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu vispārējā stratēģiskā mērķa un 3. pantā noteikto sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu darbības pamatprincipu izpilde, kā arī, lai sabiedriskie elektroniskie plašsaziņas līdzekļi sabiedriskā pasūtījuma ikgadējā plānā sniegtu informāciju arī par citiem rādītājiem un to izpildi, Padome noteikusi specifiskus rādītājus un to mērķa vērtības.

Padomes ieskatā, ir būtiski nodrošināt izcilu satura kvalitāti, vairot sabiedrības uzticēšanos sabiedriskajiem elektroniskajiem plašsaziņas līdzekļiem kopumā, kā arī nodrošināt satura pieejamību digitālajā vidē, ņemot vērā jau notiekošo un nākotnē prognozējamo mediju lietošanas paradumu maiņu.

Šos rādītājus un mērķa vērtības Padome var katru gadu pārskatīt, ņemot vērā iedzīvotāju aptaujas datu padziļinātu analīzi un iekšējo un ārējo faktoru ietekmi uz sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu darbu.

[Satura veidotājs] piedāvā kvalitatīvu saturu				
Gads	Kopā	LTV	LR	LSM
bāzes vērtība	45 %	40 %	48 %	48 %
2023 (mērķis)	45 %-50 %	40 %-48 %	48 %-52 %	48 %-52 %
2023 (fakts)	52%	50 %	54 %	53 %
Padomes komentārs	Mērķis izpildīts	Mērķis izpildīts	Mērķis izpildīts	Mērķis izpildīts

Cik lielā mērā jūs uzticiaties [satura veidotājam]?					
Gads	Mērķgrupa	Kopā	LTV	LR	LSM
bāzes vērtība	Kopā	46 %	44 %	50 %	43 %
	Jaunieši (15-24)	56 %	56 %	53 %	59 %
	Mazākumtautības	26 %	22 %	24 %	32 %
2023 (mērķis)	Kopā	46 %-50 %	44 %-48 %	50 %-53 %	43 %-48 %
	Jaunieši (15-24)	56%-60%	56 %-58%	53 %-56 %	59 %-60 %
	Mazākumtautības	26%-32%	22 %-28 %	24 %-30 %	32 %-36 %
2023 (fakts)	Kopā	49 %	48 %	52 %	49 %
	Jaunieši (15-24)	58 %	55 %	56 %	65 %
	Mazākumtautības	29 %	26 %	26 %	37 %
Padomes komentārs	Kopā	Mērķis izpildīts	Mērķis izpildīts	Mērķis izpildīts	Mērķis izpildīts
	Jaunieši (15-24)	Mērķis izpildīts	Mērķis nav izpildīts, nebūtiska novirze	Mērķis izpildīts	Mērķis izpildīts
	Mazākumtautības	Mērķis izpildīts	Mērķis izpildīts	Mērķis izpildīts	Mērķis izpildīts

[Satura veidotājam] ir svarīga loma Latvijas valsts attīstībā				
Gads	Kopā	LTV	LR	LSM
bāzes vērtība	49 %	53 %	52 %	40 %
2023 (mērķis)	49 %-53 %	53%-54 %	52%-56 %	40 %-45 %
2023 (fakts)	53 %	58 %	54 %	46 %
Padomes komentārs	Mērķis izpildīts	Mērķis izpildīts	Mērķis izpildīts	Mērķis izpildīts

[Satura veidotājs] ziņu un aktuālās informācijas raidījumos pārstāv visas sabiedrības intereses				
Gads	Kopā	LTV	LR	LSM
bāzes vērtība	47 %	44 %	51 %	49 %
2023 (mērķis)	47 %-51 %	44 %-48 %	51 %	49 %-51 %
2023 (fakts)	43 %	43 %	43 %	42 %
Padomes komentārs	Mērķis nav izpildīts	Mērķis nav izpildīts	Mērķis nav izpildīts, būtiska novirze	Mērķis nav izpildīts, būtiska novirze

[Satura veidotājs] ziņu un aktuālās informācijas raidījumos ataino dažādus viedokļus, arī tos, kuri atšķiras no mana				
Gads	Kopā	LTV	LR	LSM
bāzes vērtība	60 %	59 %	61 %	59 %
2023 (mērķis)	60 %-63 %	59 %-63 %	61 %-63 %	59 %-63 %
2023 (fakts)	54 %	55 %	55 %	54 %
Padomes komentārs	Mērķis nav izpildīts, būtiska novirze	Mērķis nav izpildīts	Mērķis nav izpildīts, būtiska novirze	Mērķis nav izpildīts

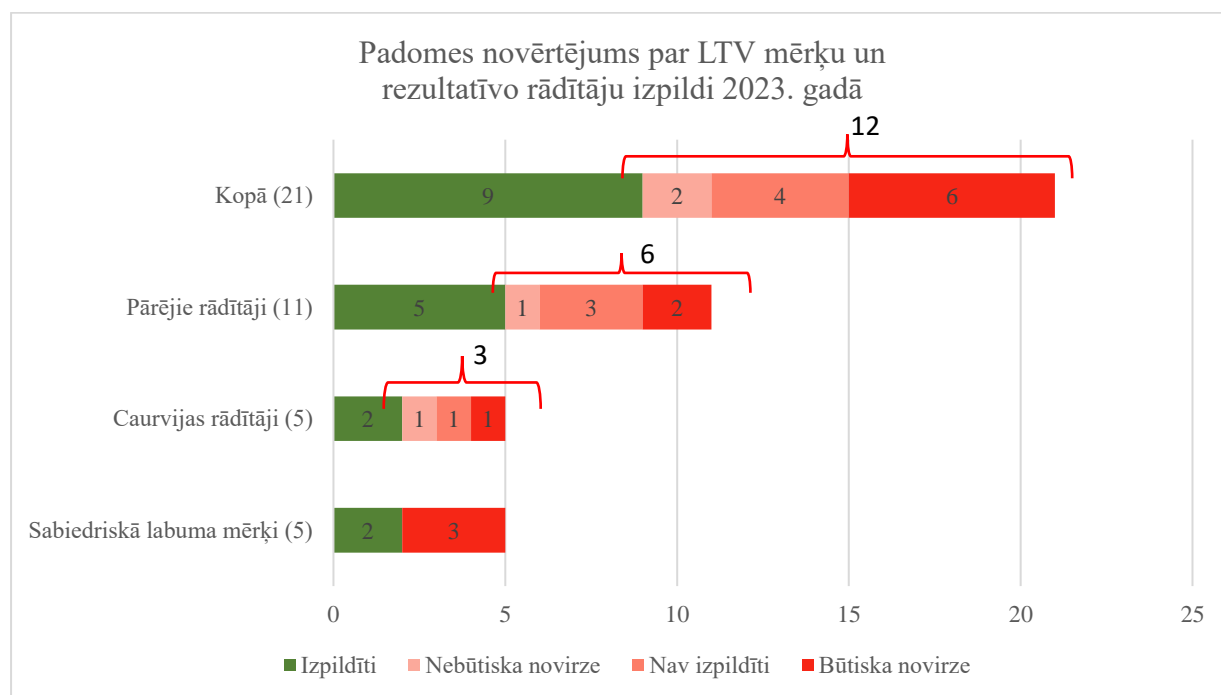
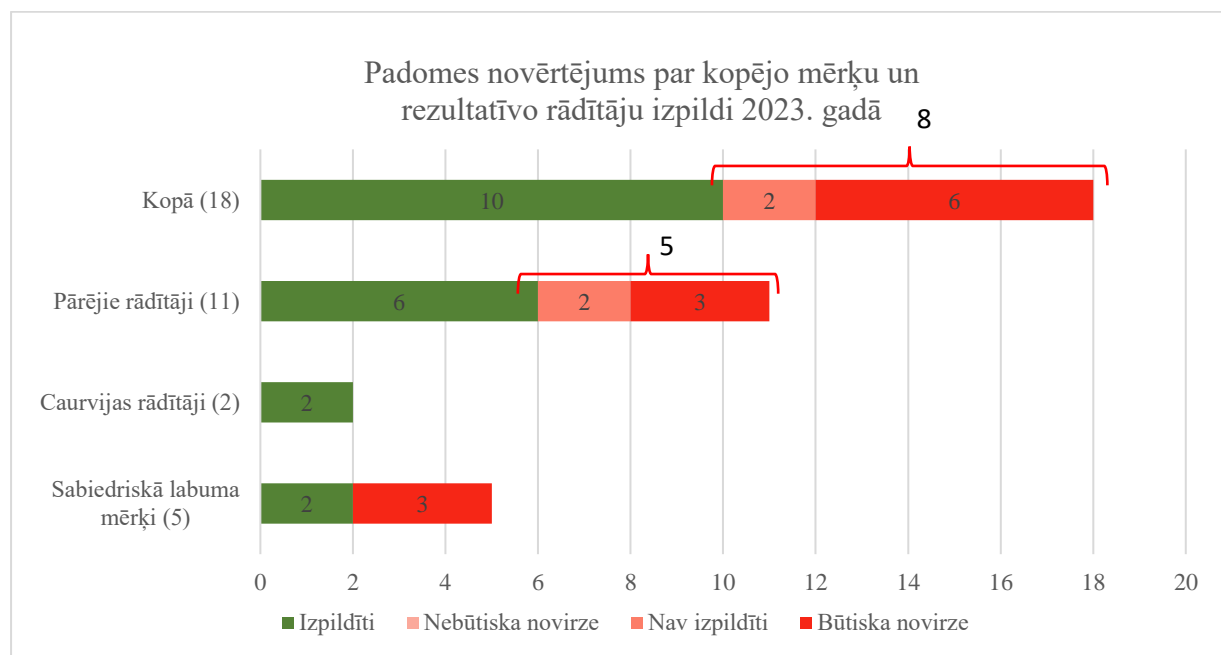
[Satura veidotājs] stiprina manu piederības sajūtu Latvijai				
Gads	Kopā	LTV	LR	LSM
bāzes vērtība	57 %	57 %	61 %	50 %
2023 (mērķis)	57 %-60 %	57 %-60 %	61 %	50 %-54 %
2023 (fakts)	50 %	50 %	48 %	39 %
Padomes komentārs	Mērķis nav izpildīts, būtiska novirze	Mērķis nav izpildīts, būtiska novirze	Mērķis nav izpildīts, būtiska novirze	Mērķis nav izpildīts, būtiska novirze

[Satura veidotājs] piedāvā man vērtīgu un saistošu saturu par kultūru				
Gads	Kopā	LTV	LR	LSM
bāzes vērtība	46 %	47 %	42 %	49 %
2023 (mērķis)	46 %-50 %	47 %-51 %	42 %-48 %	49 %-52 %
2023 (fakts)	57 %	60 %	51 %	59 %
Padomes komentārs	Mērķis izpildīts	Mērķis izpildīts	Mērķis izpildīts	Mērķis izpildīts

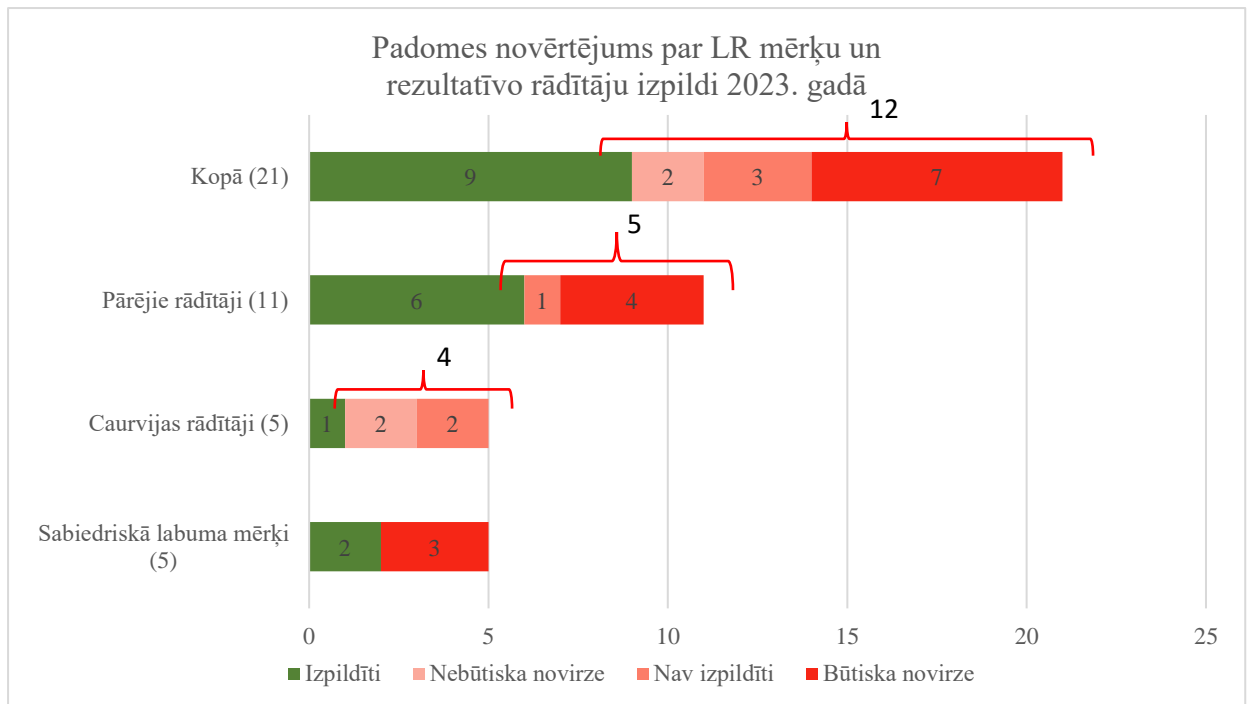
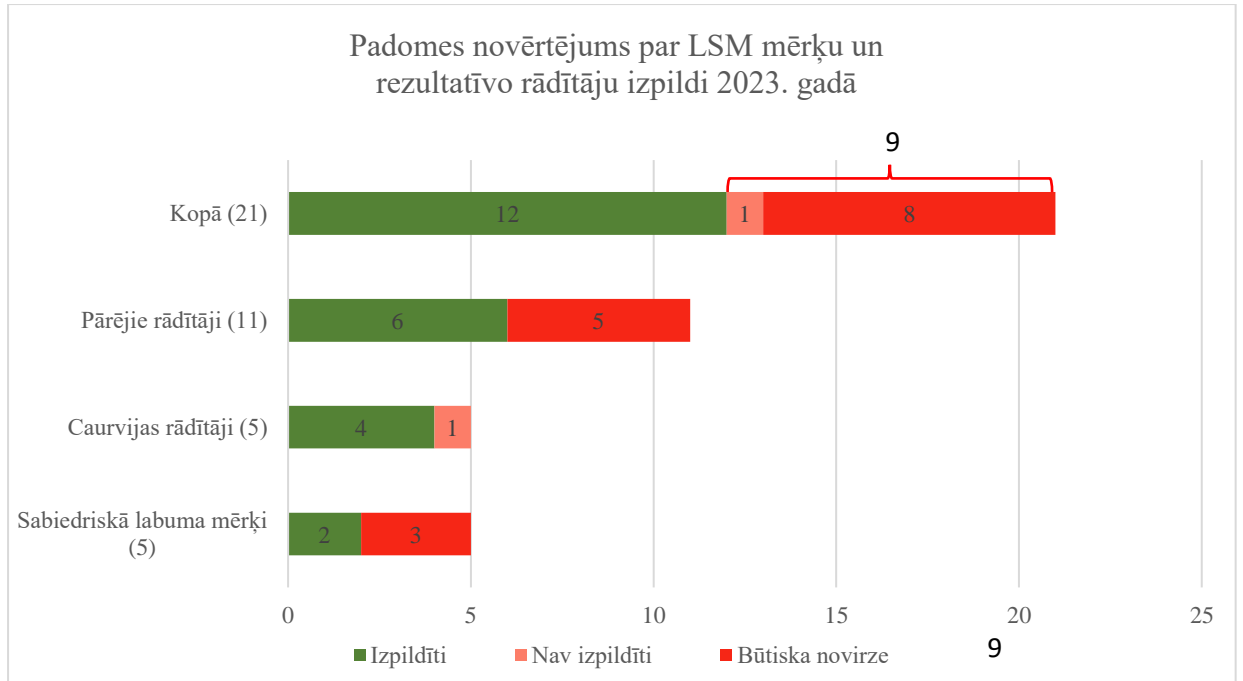
[Satura veidotājs] atspoguļo jaunumus objektīvi un neitrāli, nepaužot personisko attieksmi				
Gads	Kopā	LTV	LR	LSM
bāzes vērtība	45 %	43 %	46 %	49 %
2023 (mērķis)	45 %-50 %	43 %-48 %	46 %-50 %	49 %-52 %
2023 (fakts)	42 %	40 %	43 %	44 %
Padomes komentārs	Mērķis nav izpildīts	Mērķis nav izpildīts	Mērķis nav izpildīts	Mērķis nav izpildīts, būtiska novirze

[Satura veidotājs] motivē kritiski domāt un spriest par man apkārt notiekošo				
Gads	Kopā	LTV	LR	LSM
bāzes vērtība	54 %	50 %	59 %	54 %
2023 (mērķis)	54 %-58 %	50 %-54 %	59 %	54 %-57 %
2023 (fakts)	44%	43%	43%	45%
Padomes komentārs	Mērķis nav izpildīts, būtiska novirze	Mērķis nav izpildīts, būtiska novirze	Mērķis nav izpildīts, būtiska novirze	Mērķis nav izpildīts, būtiska novirze

2.3.4. Padomes novērtējums par mērķu un rezultatīvo rādītāju izpildi 2023. gadā ²⁰



²⁰ Būtiska novirze nozīmē, ka izpilde no mērķa atpaliek par 5 vai vairāk procentpunktiem.



Vērtējot mērķa izpildi secināms, ka sabiedriskajiem medijiem izdevies izpildīt noteiktos sasniedzamos rādītājus, kas saistīti ar sabiedriskā mērķiem un caurvijas rādītājiem “kvalitāte”, “ietekme”, “kultūra” un “zināšanas”, izņemot LSM.lv nav izdevies sasniegt mērķa “sasniedzamība” rādītājus, savukārt būtiski kritušies mērķu “demokrātija”, “sabiedrība” un “radošums” sniegums.

Veicot sabiedriskā labuma noteikto mērķu izvērtējumu, Padome sniedz šādus vērtējumus: LTV - “apmierinoši”, LR - “apmierinoši”, LSM.lv - “labi”. Kopējais vērtējums par mērķu izpildi “apmierinoši”.

Lai nākotnē uzlabotu sniegumu, Padome vērtējumam pievieno savus secinājumus un ieteikumus, kas apkopoti pēdējā nodaļā.

3. Rezultatīvo rādītāju izpilde

3.1. Vidēja termiņa stratēģija

Atbilstoši Nolikumam, Padome nosaka ikgadējos sabiedriskā labuma mērķu rezultātos rādītājus un veic snieguma izvērtējumu sabiedriskā pasūtījuma izpildes ietvaros. Satura kvalitātes vadības sistēmas rezultātos rādītājus Padome noteikusi attiecīgā uzņēmuma vidēja termiņa darbības stratēģijā.

VSIA “Latvijas Radio” (turpmāk – Latvijas Radio) vidēja termiņa darbības stratēģijā 2019.-2024. gadam 2023. gadam bija noteikti un izpildīti sekojoši satura kvalitātes vadības rezultātie rādītāji un sniegts skaidrojums:

Kvalitātes vadības sistēmas rezultatīvais rādītājs	Mērķa vērtība 2023	Izpilde 2023
Iedzīvotāju vērtējums par Latvijas Radio veidotā satura kvalitāti (Sabiedriskā labuma novērtējums)	39%	51%
Satura vērtēšanas plāna īstenošana	1	1
Apmācību plāna realizācija	1	1
Uzticēšanās LR (Sabiedriskā labuma novērtējums)	50%	52%

Padome 2024.gada 30.maijā (lēmums Nr.27/1-1), vērtējot Latvijas Radio izvirzīto nefinanšu un finanšu mērķu izpildi, nefinanšu mērķu, daļa no kuriem ir augstākminētie satura kvalitātes vadības rezultātie rādītāji, izpildi novērtēja ar “ļoti labi”.

VSIA “Latvijas Televīzija” vidēja termiņa darbības stratēģijā 2020.-2024. gadam, 2023. gadam bija noteikti un izpildīti sekojoši satura kvalitātes vadības rezultātie rādītāji:

Rezultatīvais rādītājs	Mērķa vērtība 2023.g. (Fakts)	Komentāri
Satura lietotāju apmierinātība ar satura kvalitāti kopumā 1) LTV 2) LSM (%)	1) 44-51 (56%) 2) 46-51 (52%)	Sabiedriskā labuma pētījuma dati liecina, ka LTV ir sasniedzis un pārsniedzis rādītāju – satura lietotāju apmierinātība ar satura kvalitāti.
LTV lietojums dažādās platformās (%) (sabiedriskā labuma novērtējums, nedēļas auditorija)	63-65 (56%)	LTV lietojums dažādās platformās saskaņā ar sabiedrisko labuma pētījumu kopumā nav sasniegts, LTV turpinās aktīvu darbu digitālajā vidē, kur ir iespējas piesaistīt jaunu auditoriju. Lineārajā apraidē šādas iespējas ir ierobežotas,

<p>LSM lietojums dažādās platformās (%) (sabiedriskā labuma novērtējums, nedēļas auditorija)</p>	<p>51-53 (47%)</p>	<p>sekojot vispārīgajām tendencēm jau daudzu gadu garumā.</p>
<p>Satura kvalitātes padziļināts izvērtējums (ārējo ekspertu piesaiste LTV un LSM satura izvērtēšanai) un ieteikumu ieviešana</p>	<p>2</p>	<p>Atbilstoši 2023.gada prioritātēm, padziļināti tika vērtēts bērnu un jauniešu saturs, ziņu un analītikas saturs, digitālās vides saturs, īpaši – sociālās tīklošanas vietņu un replay.lv piedāvājums.</p> <p>Uz sabiedriskā labuma aptaujas bāzes aptaujas datu bāzes:</p> <ul style="list-style-type: none"> - veikts padziļināts ziņu un analītikas satura izvērtējums dažādās mērķa auditorijās; - analizētas LTV lineārās un digitālās auditorijas pārklāšanās tendences dažādās sabiedrības grupās; - veikta padziļināta sociālo mediju trendu analīze (platformu mērķa auditorijas, satura intereses u.tml.); - sagatavots datu pārskats par auditorijas pieprasījumu pēc VOD/SVOD satura Replay platformas attīstības stratēģijas kontekstā. <p>Papildus 2023.gadā veiktas sekojošas aptauju analīzes:</p> <ul style="list-style-type: none"> - KNL un citu LTV analītikas raidījumu pozicionējuma izpēte. Analītikas raidījumu vadītāju publiskā tēla analīze (Aptaujas norise: 06.2023) - Aptauja par 12-24 gadus vecu jauniešu mediju patēriņa paradumiem, ar mērķi nodrošināt datus balstītu jauniešu satura attīstību (Aptaujas norise: 12.2023). <p>Iegūtie dati un uz tiem balstītie secinājumi ir izmantoti, lai uzlabotu LTV sniegumu attiecīgajos satura segmentos.</p> <p>Tika veikts ārējo ekspertu vērtējums Vispārējo Dziesmu un deju svētku saturam un Valsts prezidenta vēlēšanu saturam.</p>

Satura lietotāju uzticēšanās satura veidotājam kopumā 1) LTV 2) LSM (%)	1) 42-47; (48%) 2) 44-49 (49%)	Satura lietotāju uzticēšanās rādītājs atbilst izvirzītam mērķim un ir stabils.
--	---	--

Padome 2024.gada 30.maijā (lēmums Nr.29/1-1), vērtējot Latvijas Televīzijas izvirzīto nefinanšu un finanšu mērķu izpildi, nefinanšu mērķu, daļa no kuriem ir augstākminētie satura kvalitātes vadības rezultātīvie rādītāji, izpildi novērtēja ar “labi”.

4. Ārējā uzraudzība

Atbilstoši Nolikumam, veicot satura kvalitātes vadības ārējo uzraudzību, Padome ārējiem ekspertiem pasūta sabiedriskā pasūtījuma un sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu darbinieku profesionālās darbības izvērtējumu saskaņā ar Nolikuma pielikumu Nr. 4 “Neatkarīga nozares profesionāļa/eksperta recenzija par sabiedriskā pasūtījuma izpildi”, savas kompetences ietvaros analizē Padomē saņemtās iedzīvotāju un sabiedrības grupu sūdzības un sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu ombudam adresētos iesniegumus, veic mērķgrupu izpēti un citus socioloģiskos pētījumus.

2023. gadā Padome ar ārēju ekspertu starpniecību vērtējusi sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu darbību divos sabiedrībai īpaši nozīmīgos notikumos:

- Sabiedrisko mediju valsts prezidenta vēlēšanu satura atainojuma izvērtējums par periodu 17.05.2023. - 15.06.2023.;
- Sabiedrisko mediju veidotā satura par XXVII Vispārējo latviešu Dziesmu un XVII Deju svētkiem 2023. gadā izvērtējums.

Ar recenzijām un secinājumiem var iepazīties [šeit](#)²¹

4.1. Valsts prezidenta vēlēšanu atspoguļojuma izvērtējums

Recenzējot valsts prezidenta vēlēšanu satura atainojumu Latvijas Radio recenzente Agnese Dāvidsone atzina, ka saturs atbilst definētajiem sabiedriskā pasūtījuma uzdevumiem. Attiecībā uz satura atbilstību žurnālistikas ētikas un profesionālajiem standartiem tika atzīts, ka nekādi ētikas pārkāpumi žurnālistu darbā Valsts prezidenta vēlēšanu atspoguļošanā netika konstatēti. Žurnālistu darbu raksturoja precizitāte, neitralitāte, atbildīgums. Kopumā darbs pie Valsts prezidenta vēlēšanu procesa atspoguļošanas veikts kvalitatīvi. Kā ieteikums nākotnē ir apsvērt lielāku sabiedrības viedokļa iekļaušanu saturā pirms vēlēšanām, organizējot vairāk diskusijas ar pilsoniskās sabiedrības pārstāvjiem. Kā arī potenciāli vairāk uzmanības jau pirms vēlēšanām varētu vērēt uz to, ka Valsts prezidenta funkcijas tomēr ir salīdzinoši ierobežotas – tas būtu palīdzējis gan nedaudz vairāk “ierāmēt” pašu Valsts prezidenta kandidātu publiskos izteikumus par savām iecerēm, gan arī partiju pārstāvju retoriku, kur nereti bija jūtams, ka mēs ar savu atbalstu vienam vai otram

²¹ <https://www.seplp.lv/lv/sabiedriska-pasutijuma-recenzijas>

kandidātam risināsim kādas aktuālas problēmas, lai gan faktiski problēmu risināšana jāveic Ministru Kabineta, Saeimas līmenī.

Recenzējot valsts prezidenta vēlēšanu satura atainojumu Latvijas Televīzijā recenzente Gunta Sloga atzina, ka saturs atbilst definētajiem sabiedriskā pasūtījuma uzdevumiem. Kopumā visas LTV nodrošinātās pārraides, kas tika vērtētas šīs recenzijas ietvaros, atbilda žurnālistikas ētikas un profesionālajiem standartiem - raidījumos bija nodrošināta plaša viedokļu daudzveidība gan attiecībā uz pašiem prezidenta amata kandidātiem, gan politikas procesā iesaistītajiem un arī dažādu jomu, sabiedrības grupu pārstāvjiem un ekspertiem. Pateicoties LTV ieguldītajam darbam, divu nedēļu garumā tika sniegts būtisks ieskats prezidenta vēlēšanu aizkulīsēs, norisēs un detaļās, kopumā būtiski "paceļot latiņu" gan pašam sabiedriskajam medijam, gan visai mediju videi kopumā.

Vienlaikus recenzente rekomendē nākotnē daudz rūpīgāk izvērtēt, kādus ekspertus aicināt raidījumos, nodrošinot pēc iespējas plašāku pārstāvniecību un viedokļu dažādību. Tāpat tiek ieteikts pastiprināt koordināciju starp prezidenta vēlēšanu norisē iesaistīto LTV komandu/raidījumu darbu, lai nenotiktu saturiskas pārklāšanās vai tieši pretēji – būtiski aspektu iztrūkuma. Recenzenta ieskatā nākotnē būtu nepieciešams domāt par papildus formātiem saturiskās dažādības veidošanai. Savukārt LTV Ziņu dienestam jāiegulda papildus resursi t.s. analītiskās un skaidrojošās žurnālistikas žanru attīstīšanā. Kaut arī divas nedēļas pirms prezidenta vēlēšanām saturs bija piesātināts (iespējams, pat pārsātināts) ar šo tēmu, pietrūka padziļināta žurnālistu skatījuma gan uz politikas norisēm, gan uz 31.maija notikumu ietekmi uz valdības un valdošās koalīcijas nākotni. Recenzentes ieskatā iespējams, jāizvēlas par labu mazākam, bet kvalitatīvākam diskusiju/interviju skaitam nedēļās pirms vēlēšanām.

4.2. XXVII Vispārējo latviešu Dziesmu un XVII Deju svētku atspoguļojuma izvērtējums

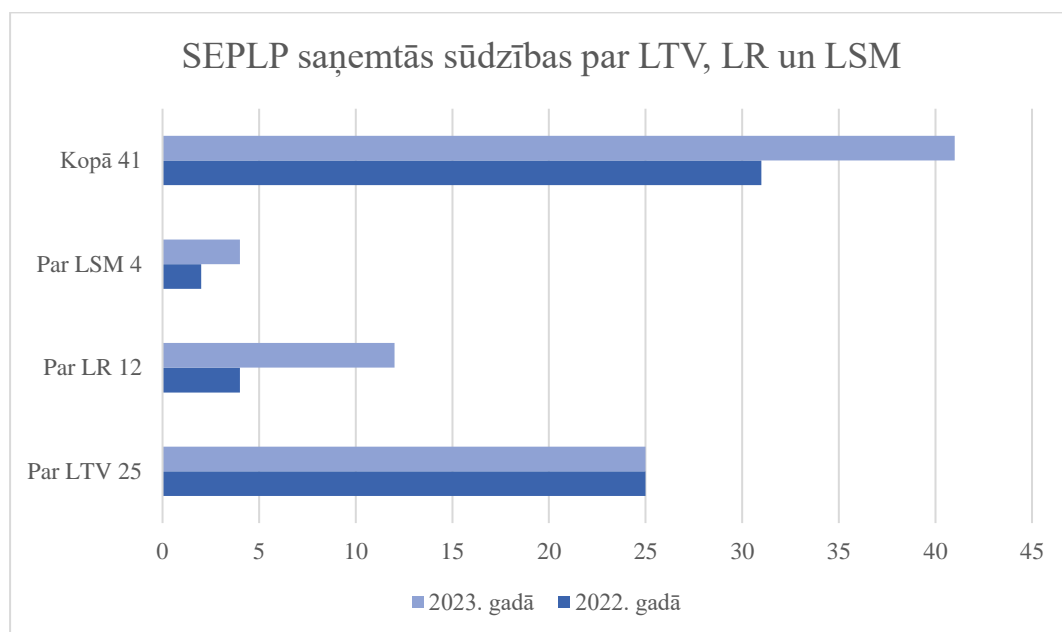
Recenzējot Latvijas Radio programmā LR1 veidotā raidījumu cikla par gatavošanos Dziesmu un Deju svētkiem reģionos "Sanākam. Sadziedam. Sadancojam", recenzents Harijs Petrockis atzina, ka raidījumu cikls atbilst sabiedriskā pasūtījuma uzdevumiem. Raidījuma saturs un izpildījums atbilst žurnālistikas ētikas un profesionālajiem standartiem, atbilstoši žanra specifikai ir nodrošināta viedokļu daudzveidība. Ievērots Latvijas Radio Rīcības un ētikas kodekss. Dziesmu svētku piedāvātais atspoguļojums ir ļoti daudzveidīgs un īpaši izceļas tēmas, kurās izmantoti vēsturiski pieejami materiāli, dažādās arhīva formās, ieteikums šādus avotus izmantot vairāk. Iespējams, būtu jāpaplašina novadu skaits, nepaliekot tikai 5 reģionu ietvarā.

Recenzējot LTV un LSM programmās veidotos raidījumus "Bardaks bēniņos", "Kultūras ziņas" un "Kultūrdeva" un pārraides "Dziesmu svētku studija" un "Dziesmas ceļš", recenzente Arta Ģiga secina, ka saturs atbilda sabiedriskā pasūtījuma uzdevumiem, savukārt izpildījums bijis profesionāls, ievērojot ētikas prasības un atbilda augstas žurnālistikas kvalitātes standartiem. Vienlaikus tiek rekomendēts veicināt dažādu redakciju darba koordināciju, jo recenzentes ieskatā ir jūtams, ka LTV nav vienotas redakcionālas politikas, kas definētu vienam otru papildinošus uzdevumus. Recenzentes ieskatā, kopumā kultūras informācijas LTV saturā ir pietekoši, bet tā neveido saprotamu kopumu, kas ļauj sistēmiski sekot procesiem kultūras nozarēs. Recenzente uzskata, ka tāds ētera plānojums neļauj

kvalitatīvi uzkrāt un arhivēt informāciju par kultūras procesiem Latvijā. Recenzenta ieskatā, Kultūras atspoguļojums LTV ir apjomīgs, bet sadrumstalots. Ziņas, Kultūrdeva, Kultūršoks - visos saturs ir īsformāta, kas tikai pieskaras kādai tēmai. Trūksts padziļinātas procesu analīzes, kas aptvertu plašāku problēmu kopumu katrā kultūras nozarē. Trūkst satura, kas pievēršas problēmām un risinājumiem kultūrā. “Kultūršoks” orientējas uz skandaloziem notikumiem kultūrā, bet nepiedāvā analīzi un risinājumus. 2023. gada sabiedriskajā pasūtījumā LTV nav dots uzdevums padziļināti sekot kultūras procesiem, iesaku to iekļaut nākamā gada pasūtījumā, jo latviešu valoda un kultūra ir nacionālās valsts pastāvēšanas jēga un būtība, tā jādokumentē tā, lai nākamās paaudzes saprastu, kas notika kultūrā šajos gados, kādi procesi, kādas problēmas, kādi iemesli, un tam ar reportāžām no izstādēm un izrādēm ir par maz. Ieteiktu atgriezties pie tematiskiem blokiem vai raidījumu cikliem par dažādām mākslas un kultūras nozarēm. Pārplānojot programmu, rekomendē žurnālistiem specializēties un iedziļināties katram savā nozarē.

4.3. Sūdzības Padomē

2023. gadā Padomē saņemti un reģistrēti kopumā 41 (25 par LTV, 12 par LR, 4 par LSM.LV) fizisku personu iesniegumi jeb sūdzības par sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu darbību - un 22 gadījumos Padome sniegusi atbildes pēc būtības. Salīdzinājumam 2022. gadā šādu sūdzību skaits bija 31 (4 par LR, 25 par LTV un 2 par LSM.LV un 14 gadījumos Padome sniedza atbildes pēc būtības).



2023. gadā Padome, kontrolējot sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu darbības atbilstību SEPLPL noteiktajiem sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu darbības pamatprincipiem, tajā skaitā SEPLPL 3. pantā paredzētajam, ka sabiedriskie elektroniskie plašsaziņas līdzekļi savas programmas un pakalpojumus veido atbilstoši augstām ētikas un kvalitātes prasībām, nodrošinot žurnālistikas izcilību un ievērojot visaugstākos starptautiskos profesijas un kvalitātes standartus, vienu reizi ir pieprasījusi un saņēmusi paskaidrojumus no Latvijas Televīzijas par tiešraides no hokeja izlases sagaidīšanas pilnvērtīgu nenodrošināšanu (29. maijā tehnisku iemeslu dēļ netika nodrošināta

tiešraide pilnā apjomā no pasākuma pie Brīvības pieminekļa, kur tika sagaidīta Latvijas valstsvienība pēc bronzas medaļas izcīnīšanas Pasaules čempionātā hokejā). Salīdzinājumam 2022.gadā paskaidrojumi arī prasīti trīs reizes – divreiz LTV un vienreiz LR.

Padome secina, ka augstākminēto paskaidrojumu pieprasīšanas un saņemšanas rezultātā sabiedriskie elektroniskie plašsaziņas līdzekļi ir izvērtējuši iekšējos normatīvos aktus un kārtības, novēršot konstatētos trūkumus un pilnveidojot normatīvos aktus, lai nodrošinātu augstāku darba kvalitāti.

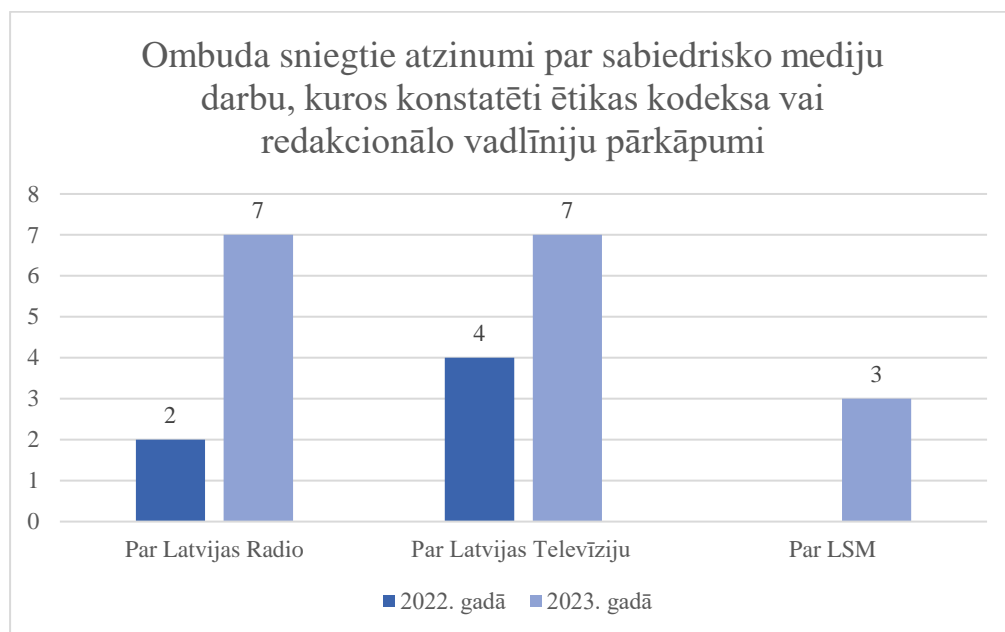
4.4. Pētījumi

Pēc ombuda ierosinājuma un izstrādātās metodoloģijas, 2023. gada 14.jūnijā Padome noslēdza līgumu ar SIA “Latvijas Fakti” par Sabiedrisko mediju prioritāro mērķauditoriju izpēti. Izmantojot kvalitatīvo pētījumu metodi, pētījuma mērķis bija veikt sabiedrisko mediju primāro mērķa auditoriju profesionālās ētikas uztveres izpēti, noskaidrojot Latvijas iedzīvotāju vērtējumu par mediju profesionālo ētiku, tās izpratni un interpretāciju, profesionālās ētikas ievērošanu sabiedrisko mediju saturā un darbībā, sabiedrisko mediju profesionālās ētikas uzraudzības efektivitāti un kvalitāti. Pētījuma dati lika secināt, ka pētījuma rezultāti apstiprina jau iepriekš vērojamo tendenci — sabiedrībā populārāko informācijas resursu galvgalī ierindojas internets (ziņu portāli un sociālie mediji), bet tradicionālo mediju (televīzija, radio, prese) loma pakāpeniski sarūk. Kopumā sabiedrisko mediju reputācija respondentu vidū vērtējama kā laba. Vairums tos labprāt lieto un tiem uzticas. Bieži izskanēja pieļāvums, ka, salīdzinot ar komercmedijiem, tieši sabiedriskie mediji ir neatkarīgāki, godprātīgāki un atbildīgāki. Visas pētījuma ietvaros pārrunātās mediju profesionālās ētikas vērtības respondenti atzina par svarīgām — ideālā gadījumā gan sabiedrisko, gan komercmediju žurnālistiem tās savā darbā būtu jāievēro. Kā vissvarīgākā no tām tika izcelta vārda brīvība. Pēc moderatora skaidrojuma par to, ka sabiedriskie mediji tiek uzturēti no nodokļu maksātāju naudas, vairākās respondentu grupās izskanēja viedoklis, ka pret tiem būtu jāizvirza augstākas prasības, kā arī — tiem vajadzētu būt labās prakses piemēriem. Visiem respondentiem ir svarīgi saņemt patiesu, pārbaudītu un faktos balstītu informāciju. Viņu ieskatā medijiem ir pienākums pirms informācijas publicēšanas pārbaudīt faktus. Kopumā respondentu vidū ir zema informētība par to, kā rīkoties un kur vērsties tad, ja mediji ir pārkāpuši profesionālo ētiku.

5. Ombuda vērtējumi

2023. gada laikā sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu ombuds sniedzis 27 atzinumus par sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu darbu. No 27 atzinumiem 10 bijuši par Latvijas Radio darbu un 7 no tiem konstatēti ētikas kodeksa vai redakcionālo vadlīniju pārkāpumi. 17 bijuši par Latvijas Televīzijas vai LSM.lv darbu un 10 gadījumos – 7 LTV, 3 LSM.lv, konstatēti ētikas kodeksa vai redakcionālo vadlīniju pārkāpumi. Ombuds sniedzis arī virkni ieteikumu sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu darbības uzlabošanai. Kā medijiem veicies ar to ieviešanu un citu svarīgu informāciju var iepazīties Ombuda ziņojumā par otro darbības gadu, kas pieejams Padomes mājaslapā [šeit](#).

Salīdzinājumam 2022. gada laikā sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu ombuds, kas darbu sāka 2022. gada 1. martā, sniedzis 16 atzinumus par sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu darbu. No 16 atzinumiem trīs bijuši par Latvijas Radio darbu un divos no tiem konstatēti ētikas kodeksa vai redakcionālo vadlīniju pārkāpumi. 12 bijuši par Latvijas Televīzijas darbu un četros gadījumos konstatēti ētikas kodeksa vai redakcionālo vadlīniju pārkāpumi. Viens atzinums sniegts par vispārīgiem mediju darbības principiem un šajā gadījumā pārkāpumi nav konstatēti.



Analizējot ombuda atzinumus, secināms, ka 2023.gadā ir pieaudzis negatīvu ombuda atzinumu skaits, ko Padome skaidro ar to, ka atšķirība no 2022.gada ombuds darbojās pilnu gadu un pieaug sabiedrības informētība par ombuda darbu. Sabiedriskajiem medijiem būtu jādarbojas tā, lai nākotnē negatīvu atzinumu skaits būtiski nepieaugtu, bet samazinātos.

6. Iekšējā uzraudzība

Atbilstoši Nolikumam sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu iekšējā satura kvalitātes vadības uzraudzība ietver dokumentu un darbību kopumu, kas ietver sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu satura kvalitātes sasniedzamos mērķus un rezultatīvos rādītājus, satura radīšanas pamatprincipus, satura izplatīšanas un virzīšanas pamatprincipus digitālajā vidē, satura kvalitātes izvērtēšanas formātus, pamatprincipus ētiskai un profesionālai darba pienākumu veikšanai.

6.1. Latvijas Radio

6.1.1. Auditorijas sūdzības

2023. gadā ir reģistrēti 30 iesniegumi par Latvijas Radio saturu, tai skaitā 19 (deviņpadsmit) sūdzības no fiziskām personām un 11 (vienpadsmit) – no juridiskām personām, neskaitot SEPLP, NEPLP) un Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu ombuda pieprasījumus / atzinumus.

Fizisko un juridisko personu sūdzības tika izvērtētas atbilstoši kompetencei un iesniedzējiem atbildēts vispārējā kārtībā atbilstoši Iesniegumu likuma prasībām. Viena fiziskās personas sūdzība (nav tieši saistīta ar Latvijas Radio saturu, bet darbinieka komentāru sociālajos tīklos) nodota izskatīšanai Latvijas Radio Ētikas padomē – tās izskatīšana atlikta uz vēlāku laiku darbinieces, par kuru sūdzība tika iesniegta, ilgstošās attaisnotās prombūtnes (slimības) dēļ.

Latvijas Radio Ētikas padome 2023. gadā vērtējusi vēl vienu iesniegumu par Redakcionālo vadlīniju iespējamajiem pārkāpumiem satura veidošanā Latvijas Radio 4 – Doma laukums. Ētikas padome konstatēja vairākus Latvijas sabiedrisko mediju redakcionālo vadlīniju pārkāpumus. Tā kā konkrētajai žurnālistei tika atkārtoti konstatēti Latvijas Radio normatīvo aktu pārkāpumi, Ētikas padome aicināja Latvijas Radio valdi lauzt darba līgumu ar žurnālisti. Konkrētā žurnāliste Latvijas Radio vairs nestrādā, jo darba līgums ar viņu tika lauzts.

6.1.2. Pētījumi

Attiecībā par 2023. gadā Latvijas Radio pasūtīto tirgus un socioloģisko pētījumu rezultātiem – ārpalpojuma sniedzēju veikto pētījumu (Kantar TNS auditorijas dati un sabiedriskā labuma ietvaros veiktie kvalitatīvo un kvantitatīvo pētījumu) rezultāti ir SEPLP rīcībā (katru ceturksni tiek nosūtīti uz SEPLP locekļu un kopējo e-pastu seplp@seplp.lv). Citi ārpalpojumā veikti pētījumi un / vai socioloģiskās aptaujas nav veiktas. Vienlaikus Latvijas Radio auditorijas pētījumu iniciatīvas ietvaros 2023. gadā ir veicis interneta aptauju par klausītāju paradumiem, galvenokārt fokusējoties uz gados jaunu klausītāju paradumiem, interesējošajiem tematiem / mūziku un vērtībām. Pētījuma rezultāti tika izmantoti “Latvijas Radio 5” attīstības virzienu definēšanai.

6.1.3. Satura vērtēšana

Latvijas Radio ir spēkā Satura vērtēšanas nolikums, kas nodrošina sistemātisku un plānveidīgu satura vērtēšanu, gan ar ārējo ekspertu piesaisties, gan starpkanālu jeb redkolēģiju sadarbības pieeju, iesaistot radio darbiniekus citu struktūrvienību veidotā lineārā un digitālā satura vērtēšanā. Iekšējo un ārējo ekspertu piesaiste tiek plānota, izstrādājot satura vērtēšanas gada plānu. Prioritāri satura vērtēšanas gada plānā tiek iekļauti un izvērtēti gan Latvijas Radio darbinieku, gan ārštata autoru veidotie jaunie raidījumi, ne ātrāk kā trīs mēnešus pēc to iekļaušanas Latvijas Radio programmā, kā arī raidījumi, par kuru aktualitāti un atbilstību mūsdienu formātiem un auditorijas prasībām ir radušās šaubas vai ir saņemtas pamatotas sūdzības. Raidījumi tiek vērtēti pēc vairāku kritēriju kopuma – stratēģiskajiem kritērijiem (atbilstība sabiedriskā medija misijai un sabiedriskajam pasūtījumam, pieejamība dažādās platformās u.c.), satura, formas, raidījuma vadītāju profesionālās darbības, valodas, kā arī atbilstības konkrētā žanra specifikai.

2023. gadā Satura vērtēšanas plāna ietvaros veikti ir 16 izvērtējumi, tai skaitā kopējās izmaiņas Ziņu dienesta veidotajās programmās “Labrīt”, “Pusdiens”, “Pēcpusdiens”, “Dienas ziņas” plkst. 18.00 (Latvijas Radio 1), “Dienas ziņas” plkst. 13.00 (Latvijas Radio 4 – Doma laukums) un Latvijas Radio 2 infotainmenti; izvērtēti raidījumi / podkāsti “Starobrīdis”, “Mediju anatomija”, “Drošinātājs”, “Kas būs ar Krieviju?”,

“Ģimenes studija”. “Etnovēstis”, “Mākslinieks pie mikroфона”, “Atklātā saruna”, “Valsts biogrāfija”, “Kultūras kods”, “Vienkāršiem vārdiem”, “Skaņas. Domas. Tikšanās”, “Latgales studija”, kā arī veikts ārpuskārtas vērtējums Latvijas Radio 5 programmai “Rīta radio”. Pēc katra izvērtējuma ir notikusi diskusija ar raidījuma veidotājiem, un struktūrvienību vadītāji valdei sniedz atskaiti par izvērtējumā iekļauto rekomendāciju izpildi. Salīdzinājumam 2022.gadā izvērtēti 23 raidījumi.

6.1.4. Darbinieku profesionālo kompetenču celšana

Latvijas Radio pastāv atsevišķa sistēma satura veidotāju runas prasmju un valodas lietojuma izvērtēšanai. To reglamentē Nolikums par ētera balsu vērtēšanu, nosakot vērtēšanas kārtību, darbinieku loku, kurus nepieciešams vērtēt, ekspertu komisijas sastāvu un vērtēšanas kritērijus. 2023. gada laikā izvērtētas 20 audio satura veidotāju runas / valodas prasmes. Latvijas Radio pastāv arī apmācību sistēma, nodrošinot runas pedagogu un valodas ekspertu grupu nodarbības vai individuālas konsultācijas.

Saskaņā ar 2023.gadā Padomes pasūtīto analītisko izvērtējumu par atlīdzības sistēmas pilnveidošanu VSIA “Latvijas Radio” un VSIA ”Latvijas Televīzija”, secināts, ka LR nefinansiālā atalgojuma (darbinieku apmācības, personīgās izaugsmes nodrošināšana) resursi ir ierobežoti. LTV un Radio finanšu pārskatos par 2022. gadu uzrādītās nefinansiālā atalgojuma izmaksas ir zem 0,2% attiecībā pret kopējām finansiālā atalgojuma izmaksām jeb 12 tūkstoši EUR.

Ar atskaiti par iekšējās satura kvalitātes sistēmas darbību 2023.gadā var iepazīties LR sabiedriskā pasūtījuma atskaitē.

6.2. Latvijas Televīzija

6.2.1. Auditorijas sūdzības

Latvijas Televīzija 2023. gadā ir saņēmusi 40 sūdzības, kas saistītas ar LTV saturu, tai skaitā 26 sūdzības no fiziskām personām un 14 no juridiskām personām (neskaitot SEPLP, NEPLP), un Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu ombuda pieprasījumus / atzinumus.

Fizisko un juridisko personu sūdzības tika izvērtētas atbilstoši kompetencei un iesniedzējiem atbildēts vispārējā kārtībā atbilstoši Iesniegumu likuma prasībām.

Pamatotu sūdzību gadījumā tās tiek izskatītas vai nu Redakcionālajā padomē, vai redakcijās. Ja nepieciešams, redakcijas labo kļūdas, ja tādas bijušas, kā arī pilnveido savus satura vadības procesus, lai minimizētu kļūdu iespējamību. 2023. gadā tika uzsākta LTV Ziņu rokasgrāmatas veidošana, kas pabeigta 2024. gadā. Tāpat ir izstrādāts LTV nolikums satura kļūdu labošanai, kas tiks apstiprināts 2024. gadā.

6.2.2. Pētījumi

Latvijas Televīzija 2023. gadā veikusi vai pasūtījusi šādus pētījumus un aptaujas:

- veikts padziļināts ziņu un analītikas satura izvērtējums dažādās mērķa auditorijās;

- analizētas LTV lineārās un digitālās auditorijas pārklāšanās tendences dažādās sabiedrības grupās;
- veikta padziļināta sociālo mediju trendu analīze (platformu mērķa auditorijas, satura intereses u.tml.);
- sagatavots datu pārskats par auditorijas pieprasījumu pēc VOD/SVOD satura Replay platformas attīstības stratēģijas kontekstā.

Pēc LTV iniciatīvas 2023. gadā veiktas sekojošas aptaujas:

- KNL un citu LTV analītikas raidījumu pozicionējuma izpēte. Analītikas raidījumu vadītāju publiskā tēla analīze (Aptaujas norise: 06.2023)
- Aptauja par 12-24 gadus vecu jauniešu mediju patēriņa paradumiem, ar mērķi nodrošināt datus balstītu jauniešu satura attīstību (Aptaujas norise: 12.2023).

6.2.3. Satura vērtēšana

2023. gadā tika vērtēts saturs atbilstoši Satura profesionālās uzraudzības sistēmas nolikumam. Tika veikta gan regulārā vērtēšana, kur LTV Satura vērtēšanas padome izvērtēja gan raidījumu sērijas, kā “Dienas ziņas”, “Tas notika šeit”, “4.studija”, “de Facto” jauniešu satura projektus u.c., gan atsevišķus satura projektus, kā redakciju gatavotos gada apskatus, “Supernovas” un “Eirovīzijas” projektu, dokumentālās filmas, saturu Ukrainas kara gadadienai u.c. Redakcijās notika pastāvīgā visu satura projektu izvērtēšana. Kopumā 2023.gadā izvērtēti 20 raidījumi, satura projekti un dokumentālās filmas. Salīdzinājumā 2022.gadā tika izvērtēti 18 satura projekti. Papildus notiek satura pastāvīgā vērtēšana, ko organizē redakcijas vadītājs. Tiek izvērtēti gan oriģinālr Raidījumi, gan īpašie satura projekti, gan digitālais saturs.

Ārkārtas vērtēšanu veica LTV Redakcionālā padome (redkolēģija), reaģējot gan uz skatītāju un darbinieku bažām, gan iesniegumiem un jautājumiem. Redkolēģija vērtēja Rus.LSM.lv.lv un LSM.lv satura vienības, Sporta redakcijas veidotos raidījumus, Ziņu dienesta veidoto saturu, Kultūras redakcijas, kā arī Bērnu, jauniešu un izklaides redakcijas veidoto saturu. Pēc katras redkolēģijas tika formulēts redkolēģijas viedoklis un atbilde iesniedzējam, kā arī nepieciešamības gadījumā – rekomendācijas redakcijai.

6.2.4. Darbinieku profesionālo kompetenču celšana

2023. gadā notika dažādas darbinieku apmācības – gan tehnoloģiju, gan satura, gan arī administratīvo jautājumu pilnveides jomā. Kopumā realizēts 31 mācību kurss. Kvalitātes pilnveidi nodrošinājušas tādas apmācības, kā moderna rakstu valoda, datu vizualizācija, analītiskā žurnālistika, producēšana, saskarsmes kultūra, digitālā drošība, autortiesību jautājumi, integrēta projektu vadība, runas un ķermeņa valodas apmācība, dronu pilotēšana, mākslīgā intelekta rīki darbam, programmēšanas pamati, pirmā palīdzība u.c. Kopējais apmācību dalībnieku skaits – 280.

Saskaņā ar 2023.gadā Padomes pasūtīto analītisko izvērtējumu par atlīdzības sistēmas pilnveidošanu VSIA “Latvijas Radio” un VSIA ”Latvijas Televīzija”, secināts, ka

LTV nefinansiālā atalgojuma (darbinieku apmācības, personīgās izaugsmes nodrošināšana) resursi ir ierobežoti. LTV finanšu pārskatā par 2022. gadu uzrādītās nefinansiālā atalgojuma izmaksas ir zem 0,2% attiecībā pret kopējām finansiālā atalgojuma izmaksām jeb 27 tūkstoši EUR. 2023.gadā situācija nav uzlabojusies, apmācību finansējums bija 21 500 eiro.

Ar LTV iekšējās satura kvalitātes vadības sistēmas darbību var iepazīties LTV atskaitē par sabiedriskā pasūtījuma 2023. gada plāna izpildi.

7. Citu institūciju lēmumi

7.1. NEPLP

2023. gadā NEPLP ir uzsākusi trīs administratīvā pārkāpuma procesus par sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu darbu, kas uzsākti uz amatpersonas iniciatīvas pamata. Tāpat NEPLP reaģējusi uz 27 privātpersonu un organizāciju sūdzībām par sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu darbu. Salīdzinot, 2022.gadā tika uzsākti seši administratīvā pārkāpuma procesi, bet reaģēts tika uz 24 sūdzībām.

Saskaņā ar NEPLP sniegto informāciju, saistībā ar sabiedrisko mediju pieļautajiem administratīvajiem pārkāpumiem, 2023.gadā attiecībā uz VSIA “Latvijas Radio” vienā lietā spēkā stājies sods, savukārt vienā lietā lietvedība izbeigta. Attiecībā uz VSIA “Latvijas Televīzija” divās lietās stājies spēkā sods.

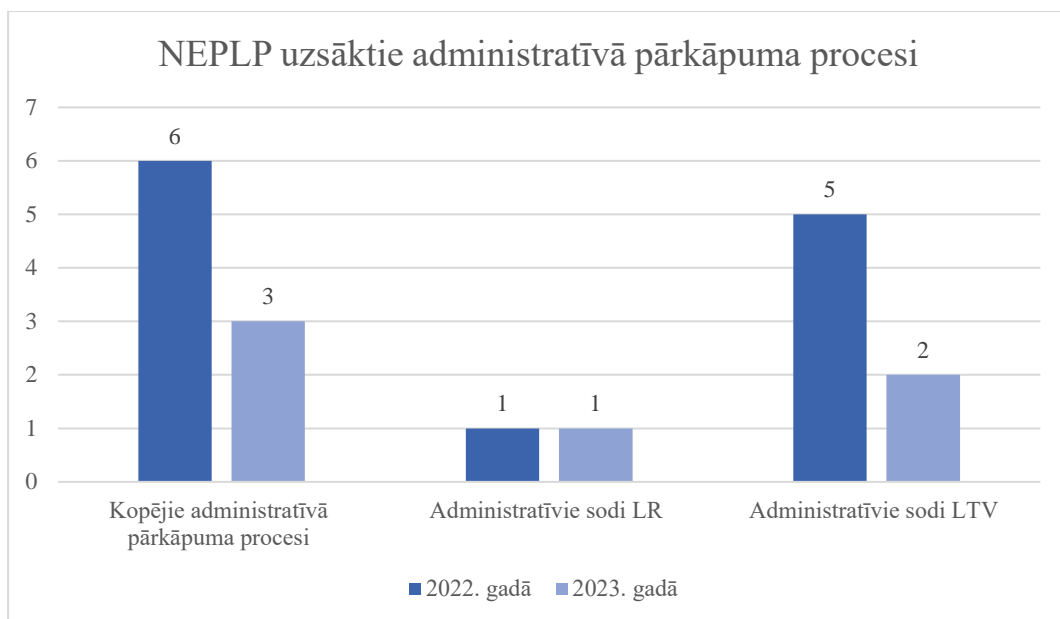
23. martā NEPLP lēmusi izbeigt lietvedību pret VSIA “Latvijas Radio” administratīvajā pārkāpuma lietā Nr. 18012000000623.

10. maijā spēkā stājās tiesas spriedums NEPLP lietā 18012000002622.1, ar kuru VSIA “Latvijas Televīzija” tika uzlikts naudas sods par Priekšvēlēšanu aģitācijas likuma pārkāpumu, neatļauti priekšvēlēšanu laikā LTV1 un LTV7 ēterā demonstrējot raidījumu ar kandidāta Ulda Pīlēna līdzdalību.

10. jūnijā spēkā stājās tiesas spriedums NEPLP lietā 18012000002522.1, ar kuru tika uzlikts naudas sods par Priekšvēlēšanu aģitācijas likuma pārkāpumu, neatļauti priekšvēlēšanu laikā LTV1 ēterā demonstrējot raidījumu ar Saeimas vēlēšanu kandidāta Anatolija Danilāna līdzdalību.

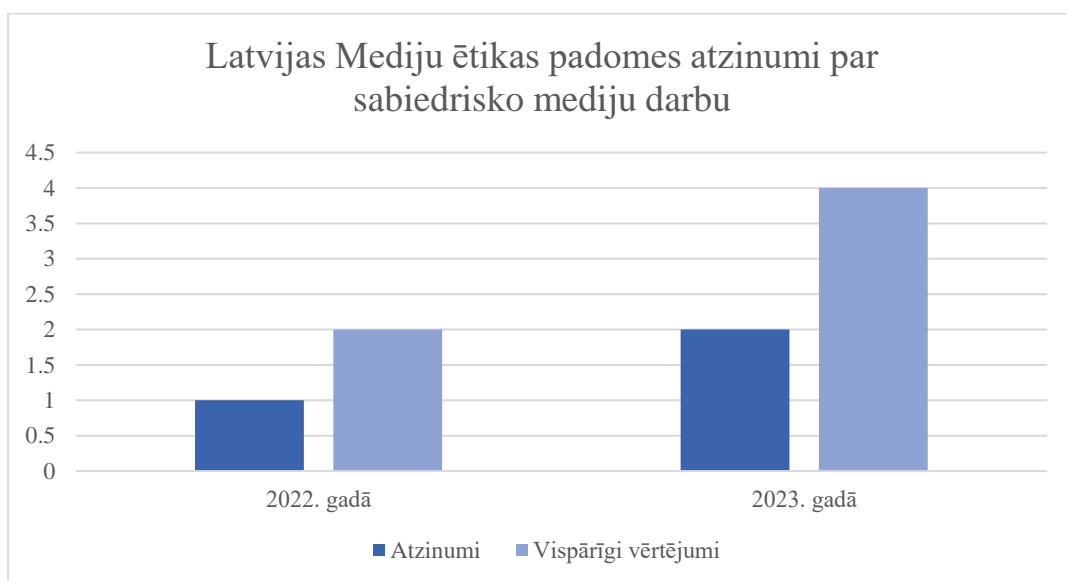
23. augustā NEPLP lēma, ka VSIA “Latvijas Radio” programmā “Latvijas Radio 2” 2023. gada 18.jūlijā izplatot raidījumu “Vakara pasaciņa” krievu valodā un minēto satura vienību nenodrošinot ar tulkojumu latviešu valodā, ir veikusi Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likuma 77.pantā paredzētā pārkāpuma izdarīšanu, piemērojot administratīvo sodu – brīdinājumu.

Salīdzinājuma 2022. gadā saistībā ar sabiedrisko mediju pieļautajiem administratīvajiem pārkāpumiem attiecībā uz VSIA “Latvijas Radio” vienā lietā spēkā stājies administratīvais sods, bet attiecībā uz VSIA “Latvijas Televīzija” – piecās lietās, savukārt vienā lietā tiesvedība izbeigta.



7.2. Latvijas Mediju ētikas padome

Latvijas Mediju ētikas padome (turpmāk arī – LMĒP) saistībā ar sabiedrisko mediju darbu 2023.gadā ir sniegusi 2 atzinumus, kā arī 4 vispārīgus vērtējumus. Salīdzinājumam 2022. gadā tika sniegts viens atzinums, kā arī trīs vispārīgi vērtējumi. Pēdējo divu gadu laikā, ne reizi nav konstatēts Biedrības Ētikas kodeksa pārkāpums.



Biedrības valde 2023. gada 26. oktobrī saņēma NEPLP priekšsēdētāja Ivara Āboliņa sūdzību par Latvijas Radio raidījuma “Atvērtie faili” 26. oktobra sižetu #137 “Eksperti: Sasteigtais lēmums par LR4 un RusLSM slēgšanu kaitēs valsts drošībai”, saistībā ar žurnālista atsaukšanos uz sūdzības iesniedzēja izteikumiem, kuri viņa ieskatā neatbilst patiesībai. Atzinumā Latvijas Mediju ētikas Padome secina, ka Latvijas Radio jau pirms Ētikas padomes sēdes atzinis, ka Raidījuma fragmentā, atsaucoties uz informācijas avotu, pieļauta kļūda. Vērtējot medija darbību, būtiska ir arī rīcība, kas seko pēc kļūdas atklāšanas; šajā situācijā tā bijusi laicīga un pilnvērtīga – Latvijas Radio ir izvērtējis raidījuma fragmentu, atzinis kļūdu, precizējis informāciju, atvainojies Sūdzētājam. Latvijas Radio ir ievērojis Ētikas kodeksā noteikto pienākumu pēc iespējas nodrošināt kļūdainas informācijas labošanu vai atsaukšanu. Ievērojot secināto, visi klātesošie Ētikas padomes locekļi balso, ka Latvijas Radio savā darbībā NAV pārkāpis Biedrības Ētikas kodeksu.

Biedrības valde 2023. gada 16. martā saņēma Jehovas liecinieku draudžu savienības sūdzību par Latvijas Televīzijas raidījuma ”Ceturta studija” 2022. gada 19. aprīļa sižetu par Jehovas lieciniekiem, kurā sūdzētājs pārmet, ka raidījuma veidotāji nav izvairījušies no nepārbaudītas informācijas publicēšanas, iegūtā informācija nav kritiski izvērtēta, kā arī sižetā izmatots sensacionālisms. Sūdzētājs uzskata, ka sižets, pamatojoties uz nepatiesiem apgalvojumiem, parāda Jehovas lieciniekus ļoti negatīvā gaismā un rada pret viņiem nevajadzīgu neiecietību. Atzinumā Latvijas Mediju ētikas Padome secina, ka ir būtiski, ka lielu sūdzētāja iesniegumā minēto publikāciju daļu veido bijušo organizācijas dalībnieku personiskās pieredzes raksturojums, secinājumi un viedokļi – šiem cilvēkiem ir neapstrīdamas tiesības paust savu viedokli un izvēlēties veidu, kā raksturot savu pieredzi – arī tad, ja tā ir negatīva. LMĒP ieskatā medijam ir tiesības būt kritiskam par tā izvēlēto tēmu. Ja medijam tā veiktās izpētes rezultātā ir izveidojusies kritiska nostāja par konkrēto jautājumu, nevar prasīt, lai šī kritiskā pozīcija materiālos neparādītos. Ievērojot secināto, Biedrības Ētikas padome balsojusi par to, ka sižetā nav pārkāpts Biedrības Ētikas kodekss.

8. Padomes vērtējums

Analizējot kvalitātes vadības sistēmas darbību, tostarp izvērtējot 2023.gadā veikto visaptverošo sabiedriskā labuma izvērtējumu un jaunākos sabiedriskā labuma aptaujas datus, Padomes secinājumi un ieteikumi sabiedriskajiem medijiem, kam Padome sekos līdzī:

- 1) ņemot vērā, ka 2023.gada sabiedrisko mediju radītais sabiedriskais labums vērtējams kā apmierinošs, LTV un LR valdei nodrošināt analīzi kā uzlabot sniegumu, sabiedriskā labuma mērķu “Demokrātija”, “Sabiedrība” un “Radošums” turpmākā izpildē, tostarp ņemot vērā Izvērtējumā sniegtos ieteikumus;
- 2) īstenojot sabiedrisko pasūtījumu, noturēt satura kvalitātes un uzticēšanās rādītāju sasniegtās vērtības, nodrošinot, ka vairāk kā puse sabiedrības saturu vērtē kā kvalitatīvu un uzticas sabiedriskajam medijam;

- 3) stiprinot satura kvalitāti, nodrošināt lielāku auditorijas kopējo sasniedzamību, virzoties uz mērķi, ka sabiedriskos medijus nedēļā lieto vismaz četri no pieciem Latvijas iedzīvotājiem;
- 4) gatavojot 2025.gada sabiedrisko pasūtījumu (budžetu), nepieciešams ieguldīt vairāk līdzekļu darbinieku apmācībās un personīgās izaugsmes nodrošināšanā, regulāru padziļinātu pētījumu veikšanā un iekšējās satura kvalitātes sistēmas pilnveidē;
- 5) ņemot vērā Padomes piesaistīto recenzentu vērtējumu, Padome aicina turpināt stiprināt redakcionālo sadarbību svarīgāko notikumu atspoguļošanā un analīzē;
- 6) turpināt žurnālistu profesionālās darbības pilnveidošanu, nodrošinot žurnālistu specializāciju, kā arī turpināt stiprināt analītiskā satura kapacitāti;
- 7) stiprināt satura kvalitāti, lai panāktu, ka negatīvu ombuda atzinumu skaits samazinās;
- 8) ņemot vērā Padomes pasūtītājā Izvērtējumā secināto, medijiem ir aktīvi jākomunicē, skaidrojot sabiedrībai darbības pamatprincipus un uzdevumus, tai skaitā, ja nepieciešams, sniedzot redakcionālo izvēļu pamatojumu.