

**LATVIJAS MAZĀKUMTAUTĪBU IEDZĪVOTĀJU
SABIEDRISKO MEDIJU LIETOJUMA
PARADUMI UN VAJADZĪBAS**

Dr. sc. soc. Andris Saulītis

Rīga 2024

SATURS

IEVADS	3
1. ESOŠĀS SITUĀCIJAS RAKSTUROJUMS: ĢEOPOLITISKIE APSTĀKĻI UN MEDIJU LIETOJUMA PARADUMU IZMAIŅAS.....	4
2. MAZĀKUMTAUTĪBU MEDIJU PATĒRIŅA MĒRĶI UN VAJADZĪBAS	8
2.1. SABIEDRISKO MEDIJU LOMA MEDIJU VIDĒ.....	10
2.2. UZTICĒŠANĀS MEDIJIEM	12
2.3. INTERTEKSTUALITĀTE MAZĀKUMTAUTĪBU IEDZĪVOTĀJU MEDIJU PATĒRIŅĀ	14
3. MAZĀKUMTAUTĪBU VALODU LIETOJUMS MEDIJU PATĒRIŅĀ	16
3.1. IEDZĪVOTĀJI, KAS VĀJI PĀRVALDA LATVIEŠU VALODU	17
3.2. IEDZĪVOTĀJI, KAS LABI PĀRVALDA LATVIEŠU VALODU	19
3.3. IEDZĪVOTĀJI, KAS PĀRVALDA VAIRĀKAS MAZĀKUMTAUTĪBU VALODAS	21
4. OBJEKTĪVIE UN SUBJEKTĪVIE ŠĶĒRŠĻI SABIEDRISKO MEDIJU PATĒRIŅAM	23
5. SABIEDRISKO MEDIJU MĒRĶI ATTIECĪBĀ PRET MAZĀKUMTAUTĪBĀM UN REKOMENDĀCIJAS SATURA UN PIEEJAS VEIDOŠANAI MAZĀKUMTAUTĪBĀM	26
5.1. IZPRATNE PAR MAZĀKUMTAUTĪBĀM PAREDZĒTAJĀM TIESĪBĀM UN PAŠIDENTIFIKĀCIJA	26
5.2. MAZĀKUMTAUTĪBĀM INTERESĒJOŠĀ TEMATIKA	29
6. SECINĀJUMI	32
BEIGU VĒRES	37
PIELIKUMS NR. 1. FOKUSGRUPU DISKUSIJU RAKSTUROJUMS	39
PIELIKUMS NR. 2. DISKUSIJU VADLĪNIJAS	40

Ievads

Šis ziņojums izklāsta secinājumus par Latvijas mazākumtautību iedzīvotāju sabiedrisko mediju lietojuma mērķiem un kā šo iedzīvotāju skatījumā sabiedriskajiem medijiem būtu jāīsteno Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu un to pārvaldības likumā (turpmāk – Likums) noteiktais vispārējais stratēģiskais mērķis stiprināt Latvijas demokrātisko iekārtu, vārda brīvību un Latvijas iedzīvotāju sajūtu, ka viņi ir piederīgi Latvijai, kopt latviešu valodu un nacionālo kultūru, un kā sabiedriskajiem medijiem jānodrošina mazākumtautību satura veidošanu sabiedrisko mediju programmās un pakalpojumos, ņemot vērā Padomes lēmumu 2026.gadā Latvijas sabiedriskajā medijā nodrošināt konceptuāli jaunu pieeju mazākumtautību sasniegšanai.

Pētījuma ietvaros veiktas četras fokusgrupu diskusijas Rīgā (2), Daugavpilī (1) un Liepājā (1), kur kopumā piedalījās 25 dalībnieki (katras fokusgrupas dalībnieku raksturojumu skat. Pielikumā nr. 1). Fokusgrupu dalībnieku rekrutāciju veica AS *Norstat Latvija*, savukārt vadlīnijas (skat. Pielikumu nr. 2) izstrādāja un diskusijas vadīja šī ziņojuma autors, Dr.sc.soc. Andris Saulītis. Katrā fokusgrupas diskusijā piedalījās mazākumtautības pēc iespējas reprezentatīvi pārstāvētu visas lielākās Latvijas mazākumtautības (2024. gada sākumā, saskaņā ar Centrālās Statistikas pārvaldes datiem, Latvijā no mazākumtautībām 62% bija krievi, 9% ukraiņi, 8% baltkrievi, 5% poļi) un ar dažādu sabiedrisko mediju lietojumu. Fokusgrupu dalībniekiem bija iespēja izteikties latviešu vai krievu valodā.

Fokusgrupu rezultāti ir skatīti kopsakarībā ar iepriekš publicētajiem pētījumiem par mazākumtautībām un krievvalodīgajiem Latvijā, kā arī Sabiedrisko mediju sabiedriskā labuma aptauju 2024.¹ Ņemot vērā fokusgrupu diskusiju rezultātus, pētījuma ziņojums ir strukturēts četrās daļās. Visupirms izvērtēta pašreizējā situācija saistībā ar sabiedrisko mediju darbību saistībā ar mazākumtautībām. Pēc tam veikta fokusgrupu diskusiju analīze, fokusējoties uz četriem virzieniem: (1) Mazākumtautību sabiedrisko un komercmediju patēriņa mērķi un vajadzības; (2) Mazākumtautību valodu lietojums mediju patēriņā; (3) Objektīvie un subjektīvie šķēršļi sabiedrisko mediju patēriņam; (4) Sabiedrisko mediju mērķi attiecībā pret mazākumtautībām un rekomendācijas satura un pieejas veidošanai mazākumtautībām.

¹ Skat. <https://www.seplp.lv/lv/sabiedriskais-labums> (skatīts 01.11.2024.)

1. Esošās situācijas raksturojums: ģeopolitiskie apstākļi un mediju lietojuma paradumu izmaiņas

Pēdējo desmit gadu laikā Latvijas mediju vide ir piedzīvojusi kardinālas pārmaiņas, it sevišķi attiecībā uz saturu krievu valodā, kuru pastiprināti patērē mazākumtautības. Tam par iemeslu ir Krievijas militārā agresija, kuras rezultātā 2014. gada Krievija nelikumīgi anektēja Ukrainai piederošo Krimas pussalu. Kopš tā brīža Latvijā sabiedrisko mediju mazākumtautības un to mediju patēriņš ir skatīts ne vien kā integrācijas, bet arī valsts drošības jautājums.²

Latvijas mediju vide nav ierobežota telpā, tā ikdienā saskaras ar Krievijas veidoto propagandas saturu. Krievijas valsts ir pastāvīgi pilnveidojusi savu mediju stratēģiju, integrējot gan tradicionālos, gan digitālos kanālus dezinformācijas un propagandas izplatīšanai, tādējādi stiprinot savu politisko dienaskārtību gan valsts iekšienē, gan ārvalstīs.³ Šī mediju un militārās stratēģijas simbioze īpaši efektīvi darbojas reģionos, kur Krievijai ir spēcīgas vēsturiskas vai kultūras saites, un Kremlis šajās teritorijās pirmajos gados pēc 2014. gada ir spējis ietekmēt sabiedrību.^{4,5} Taču vēlāk veiktās politiskās un institucionālās iniciatīvas deva pretsparu Krievijas dezinformācijas kampaņām.⁶ Šobrīd Krievijas mediju sistēmai raksturīga pieeja, ka tai piederošās televīzijas izplata politiskos naratīvus, bet to uzturētā sociālo mediju un interneta portālu ekosistēma tos replicē, ar šādu sinhronizāciju stiprinot šo naratīvu šķietamo ticamību sabiedrībā.⁷

Kopš Ukrainas-Krievijas militārā konflikta sākuma 2014. gadā publicētie zinātniskie pētījumi par Latvijas mazākumtautību mediju patēriņa paradumiem apliecina būtiskas pārmaiņas mazākumtautības mediju lietošanas paradumos šo desmit gadu laikā. Ja vēl pirms desmit gadiem vairumam Latvijas mazākumtautību iedzīvotājiem pašpietiekama bija ekskluzīva Krievijā radīta satura patēriņš,⁸ tad šobrīd vairums patērē informāciju no dažādiem avotiem un šādas pārmaiņas notikušas salīdzinoši īsā laika jeb pāris gadu periodā.⁹

² S. Denisa-Liepniece (2022) Building or Banning? Russian-Language TV in Latvia, in: J. Chakars & I. Ekmanis (eds) *Information Wars in the Baltic States*. The Palgrave Macmillan Series in International Political Communication, pp. 93–120 (Cham: Springer International Publishing), p. 95. Available at https://link.springer.com/10.1007/978-3-030-99987-2_6, accessed October 22, 2024.

³ J. Rodgers & A. Lanoszka (2023) Russia's Rising Military and Communication Power: From Chechnya to Crimea, *Media, War & Conflict*, 16(2), pp. 135–152.

⁴ M. Morkūnas (2023) Russian Disinformation in the Baltics: Does It Really Work?, *Public Integrity*, 25(6), pp. 599–613.

⁵ L. Peisakhin & A. Rozenas (2018) Electoral Effects of Biased Media: Russian Television in Ukraine, *American Journal of Political Science*, 62(3), pp. 535–550.

⁶ M. Hanley (2022) NATO's Response to Information Warfare Threats, in: J. Chakars & I. Ekmanis (eds) *Information Wars in the Baltic States*. The Palgrave Macmillan Series in International Political Communication, pp. 205–223 (Cham: Springer International Publishing). Available at https://link.springer.com/10.1007/978-3-030-99987-2_11, accessed October 22, 2024.

⁷ M. Alyukov (2024) News Reception and Authoritarian Control in a Hybrid Media System: Russian TV Viewers and the Russia-Ukraine Conflict, *Politics*, 44(3), pp. 400–419.

⁸ A. Rozukalne (2016) 'All the Necessary Information Is Provided by Russia's Channels'. Russian-Language Radio and TV in Latvia: Audiences and Content, *Baltic Screen Media Review*, 4(1), pp. 106–124.

⁹ Kā vienu no pirmajiem pētījumiem iespējams identificēt šo: M. Kaprāns & J. Juzefovičs (2019) Reconsidering Media-Centrism: Latvia's Russian-Speaking Audiences in Light of the Russia-Ukraine Conflict, in: M. Wijermars & K. Lehtisaari (eds) *Freedom of Expression in Russia's New Mediasphere*, 1st ed, pp. 159–185 (Routledge). Available at <https://www.taylorfrancis.com/books/9780429793349>, accessed October 22, 2024.

Ar augstu varbūtību var apgalvot, ka šāda transformācija notikusi arī Latvijas valsts iestāžu un sabiedrisko mediju līdzdarbības rezultātā. Pirmkārt, šo gadu laikā ir būtiski attīstīta mazākumtautību platforma sabiedrisko mediju portālā LSM un tās mazākumtautību auditorija ir būtiski pieaugusi.¹⁰ Otrkārt, Latvijā būtiski ierobežoti Krievijas propagandas kanālu pieejamība. Kaut gan iedzīvotāji turpina patērēt Krievijas propagandas kanālus¹¹, informatīvās telpas saturā ir pieaudzis daudzveidīga krievu valodā veidota satura patēriņš un mazināts propagandas īpatsvars.¹²

Treškārt, mainījusies arī pašu mazākumtautību pašidentifikācija, kura – līdzīgi kā mediju patēriņš – ir piedzīvojusi pārmaiņas un fragmentāciju pēdējo desmit gadu laikā. Proti, Kaprāns un Mieriņa¹³ identificē kopumā četrus aspektus, kas jāņem vērā šīs sabiedrības grupas raksturojumā. Pirmkārt, ne visi jūtas apdraudēti vai kā apspiesta minoritāte no Latvijas valsts puses, kā to propagandē Krievijas mediji. Vienlaicīgi mazākumtautībām ir izteikti spēcīga piederības sajūta Latvijai. Otrkārt, daudzi sevi identificē ar krievu vai krievvalodīgo diasporu estētiski (balstīta uz kultūras vērtībām un vēstures rituāliem) nevis morāli, kura ietver sevī Krievijas politikai un morālajām vērtībām atbilstošas attieksmes. Treškārt, attieksme pret Eiropas Savienību un piederība Eiropas kultūrtelpai rada iekšējo polarizāciju šajā sabiedrības grupā.¹⁴

Vilhalemms (*Vihalemm*) un Juzefovičs, atsaucoties uz iepriekšminēto pētījumu gan norāda, ka krievvalodīgo iedzīvotāju ģeopolitiskie pārmetumi ir saskanīgi ar prokremliskajiem naratīviem.¹⁵ Atšķirība ir tieši mediju patēriņā, kas rada atšķirīgas mazākumtautību auditorijas (skat. Ilustrāciju nr. 1). Minētie ideāltipi saistīti ar dažādu informācijas patēriņa intensitāti, ziņu avotu daudzumu, vēlmi uzklaut pretējo viedokli vai atšķirīgu skatījumu, uzticēšanos medijiem un vispārēju skatījumu uz informācijas vidi.¹⁶

¹⁰ A. Saulītis & J. Juzefovičs (2023) *Visaptverošs Sabiedrisko Mediju Sabiedriskā Labuma Izvērtējums Par Laika Periodu 2020-2022* (Rīga: Sabiedrisko Elektronisko plašsaziņas līdzekļu padome), pp. 16–17, Rīga. Available at <https://www.seplp.lv/lv/media/1428/download?attachment>.

¹¹ Saskaņā ar 2024. gada sabiedriskā labuma iedzīvotāju aptauju, pēdējo sešu mēnešu laikā Latvijā aizliegtos Krievijas televīzijas kanālus skatījušies 13% Latvijas iedzīvotāju, tostarp 23% no tiem, kas anketu izvēlējās aizpildīt krievu valodā.

¹² Par aizliegumu efektivitāti Ukrainā, skatīt: Y. Golovchenko (2022) Fighting Propaganda with Censorship: A Study of the Ukrainian Ban on Russian Social Media, *The Journal of Politics*, 84(2), pp. 639–654.

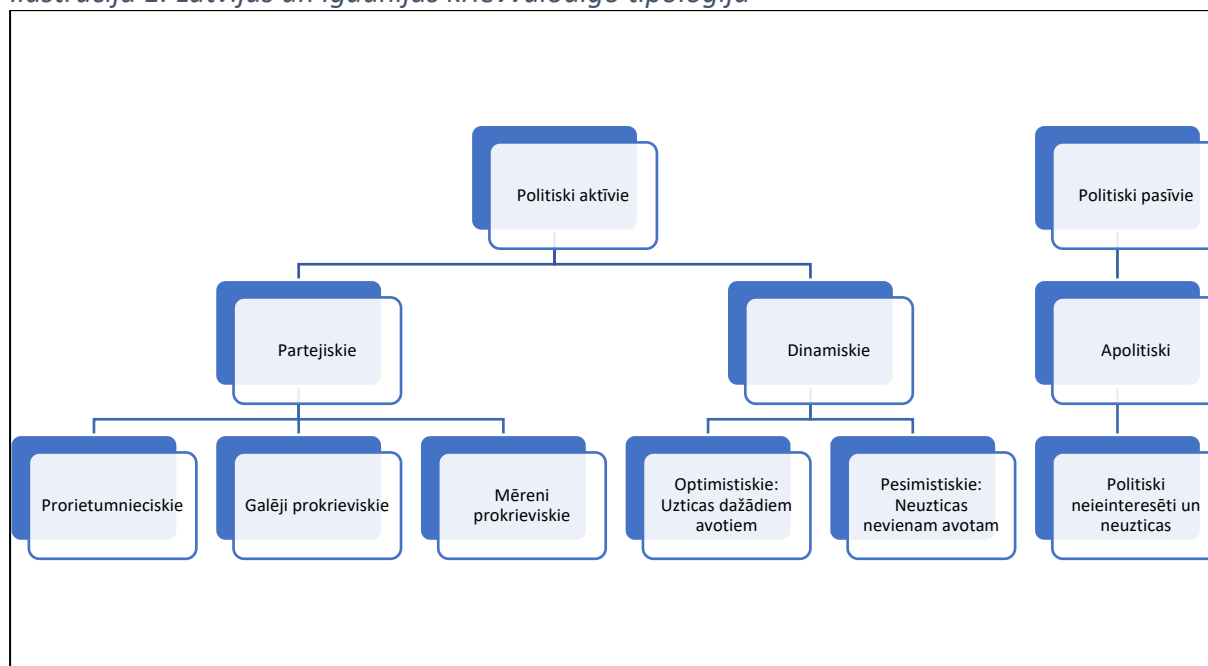
¹³ M. Kaprāns & I. Mieriņa (2019) Minority Reconsidered: Towards a Typology of Latvia's Russophone Identity, *Europe-Asia Studies*, 71(1), pp. 24–47.

¹⁴ *Ibid.*, 41–42.

¹⁵ T. Vihalemm & J. Juzefovičs (2021) Sense-Making of Conflicting Political News among Baltic Russian-Speaking Audiences, *National Identities*, 23(3), p. 259.

¹⁶ Sīkāk skatīt: *Ibid.*, 274–275.

Ilustrācija 1. Latvijas un Igaunijas krievvalodīgo tipoloģija



Avots: Vihalemm, T., & Juzefovičs, J. (2021). Sense-making of conflicting political news among Baltic Russian-speaking audiences. *National Identities*, 23(3), 274–275. <https://doi.org/10.1080/14608944.2020.1723512>

Jāuzsver, ka šāda fragmentēta auditorija nav šauri raksturīga tikai Latvijas mazākumtautībām. Vagnassona (*Wagnasson*)¹⁷ ar autoriem pētīja Krievijas propagandas mediju lietotāju Zviedrijā un konstatēja četrus ideāltipus, kas ir tuvi Vihalemm un Juzefoviča konstatētajiem: (1) novērotāji no attāluma; (2) atturīgie patērētāji; (3) mediju nihilisti; (4) valdošās varas kritiķi. Novērotāji no attāluma patērē propagandas saturu, jo izjūt pozitīvas emocijas, novērojot un izzinot saturu, kuru paši ideoloģiski neatbalsta un to apzināšana dod zināmu kontroles sajūtu pār apkārto notiekošo informācijas karu. Atturīgie patērētāji arī patērē propagandas medijus, taču tikai izklaidei un praktiskai vajadzībai, skaidri apzinoties alternatīvo mediju vājo kvalitāti un tendenciozitāti. Mediju nihilisti neuzticas medijiem kopumā un uzskata, ka plašāks mediju patēriņš ļauj identificēt notikumu jēgu un sakarību. Visubeidzot, valdošās varas kritiķi ir noskaņoti pret savas valsts eliti un pilnībā uzticas Kremļa propagandai un tās sniegtajai informācijai, to nekritiski patērējot.¹⁸

Ņemot vērā augstākminēto, šī pētījuma ietvaros īstenoto fokusgrupu rezultāti skatīti kontekstā ar iepriekšminētajiem secinājumiem par krievu valodā vai Krievijas propagandas veidotā satura patēriņu plašākā kontekstā, distancējoties no etnocentriskas perspektīvas. Šāda pieeja respektē Satversmē garantēto cieņu pret mazākumtautībām un to tiesības saglabāt un attīstīt savu valodu, etnisko un kultūras savdabību, tajā pašā laikā respektējot arī katra indivīda unikalitāti un apzinoties mūsdienu sabiedrības un mediju telpas fragmentāciju. Tāpēc fokusgrupu diskusiju rezultātu analīzes mērķis ir rast atbildi uz šādiem jautājumiem:

¹⁷ C. Wagnsson, T. Blad & A. Hoyle (2024) 'Keeping an Eye on the Other Side': RT, Sputnik, and Their Peculiar Appeal in Democratic Societies, *The International Journal of Press/Politics*, 29(4), pp. 1109–1133.

¹⁸ Ibid., 1127.

- (1) Kādas izmaiņas, ja vispār, šobrīd ir konstatējamas mazākumtautību mediju patēriņā salīdzinājuma ar iepriekšējiem pētījumiem?
- (2) Kā mazākumtautības interpretē savas mediju patēriņa prakses un vai tas liecina, ka nepieciešams mainīt līdzšinējo pieeju sabiedrisko mediju attiecībā pret sabiedrisko mediju satura veidošanu mazākumtautībām?

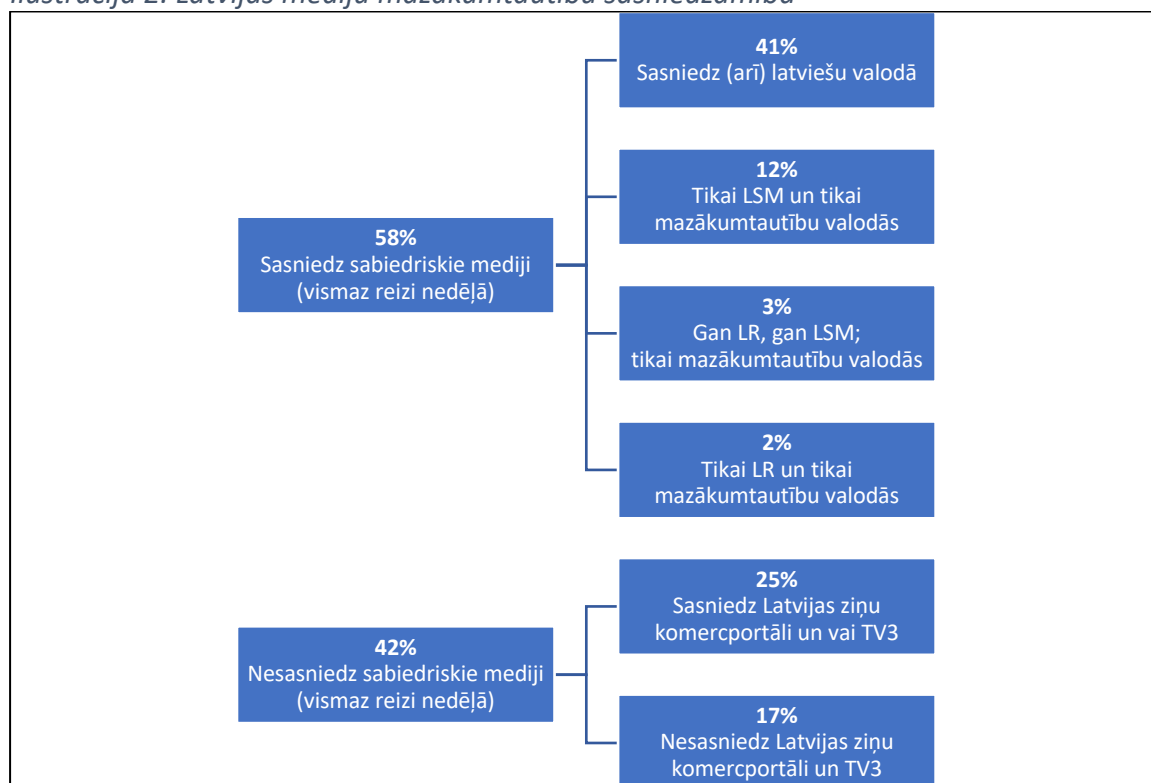
Pirmais pētnieciskais jautājums vērsts pret to, lai noskaidrotu jaunākās tendences mediju paradumos, to patēriņā un atbilstību sabiedrisko mediju stratēģijās un sabiedriskajā pasūtījumā minētajiem pieņēmumiem un mērķauditorijām. Otrais pētnieciskais jautājums vērsts uz to, lai spētu identificēt turpmākās attīstības virzienus mazākumtautību satura veidošanā sabiedriskajiem medijiem kopsakarībā ar mazākumtautību mediju lietošanas paradumiem.

Jāņem vērā, ka fokusgrupu diskusijas ir kvalitatīva pētniecības metode ar noteiktiem ierobežojumiem. Tā nav reprezentatīva iedzīvotāju aptauja, tāpēc izteiktie viedokļi un paradumi var nebūt vienīgie un to pārlika vispārināšana var novest pie mazākumtautību stereotipizācijas. Tāpēc fokusgrupu diskusiju analīze īstenota roku rokā ar kvantitatīvu datu analīzi no 2024. gada iedzīvotāju aptaujas par sabiedrisko mediju sabiedrisko labumu un iepriekš publicētiem Latvijas iedzīvotāju valodu lietojumu sabiedriskajos medijos raksturojošiem kvalitatīvajiem pētījumiem. Taču tas nemazina varbūtību, ka fokusgrupu diskusiju dalībnieku vidū nav pārstāvēti visi iespējami mediju lietotāju tipāži, kas identificēti augstākminētajos zinātniskajos rakstos. Tā, piemēram, vienā no diskusijām bija dalībnieks (skat. Dalībnieku 1123 (Rīga 30-50)), kas izteicās vispārīgi, diskusijās neiesaistījās un atteicās precizēt savas atbildes, piemēram, par to, kādus konkrētus autorus vai pat tematus YouTube kanālā skatās. Nav nosakāms, vai minētais dalībnieks ir politiski aktīvs un galēji prokrievisks, nevēloties savu pozīciju atklāti paust vai arī apolītisks, nevēloties iesaistīties diskusijās par mediju jautājumiem un mazākumtautībām. Taču tas atkārtoti norāda uz nepieciešamību apzināties kvalitatīvo pētījumu robežas un mērķi: noskaidrot argumentācijas pamatotību, izprast diskusiju dalībnieku skatījumu par lietu dabu un kādos jautājumos minētā sabiedrības grupa ir vienota un spēj nonākt pie kopsaucēja un cik lielā mērā tajā ir novērojami daudzveidīgi vai pretēji viedokļi, attieksmes un rīcība.

2. Mazākumtautību mediju patēriņa mērķi un vajadzības

Līdzīgi kā ikviens, mazākumtautību iedzīvotāji ikdienā vēlas būt informēti par aktuālajiem notikumiem, īpaši pievēršot uzmanību notikumiem, kas ietekmē viņu ikdienu, par ko informāciju viņi iegūst arī no Latvijas medijiem. Saskaņā ar Sabiedrisko mediju sabiedriskā labuma aptauju 2024, vien katrs sestais mazākumtautību iedzīvotājs Latvijā nepatērē kādu Latvijas populārākos (DELFI, TVNET, LSM u.c.) interneta portālus vai televīzijas kanālus (Latvijas Televīzijas kanālus vai TV3). Proti, lielākā daļa mazākumtautību lieto sabiedriskos medijus vai vismaz kādu no Latvijas ziņu komercportāliem vai kanālu TV3, kura vakaru ziņu pārraide ir stabili viena no skatītākajām pārraidēm Latvijā saskaņā ar *Kantar TNS* datiem (skat. Ilustrāciju nr. 2).¹⁹

Ilustrācija 2. Latvijas mediju mazākumtautību sasniedzamība



Piezīme: Mazākumtautības (N=1,389) šeit aptvertas visplašākajā definīcijā (Ietver jebkuru respondentu, kas atbilst vismaz vienam no šiem kritērijiem: Identificē sevi kā piederīgu mazākumtautībām; ģimenes sarunvaloda: Krievu/Cita; tautība: Krievu/Cita). Pamatojumu šādam mazākumtautību tvērumam skat. sadaļā “Izpratne par mazākumtautībām paredzētajām tiesībām un pašidentifikācija”.

Avots: Sabiedrisko mediju sabiedriskais labums, 2024

Fokusgrupu diskusijās novērojams, ka liela daļa respondentu mediju saturu lieto selektīvi un apzināti izvairās no informācijas, kas saistīta, piemēram, ar politiku vai karu Ukrainā:

DALĪBNIĒKS 133 (Rīga 50+): Godīgi sakot, pēdējā laikā tas, kas notiek, politiskos jaunumus es vispār negribu skatīties. Vienkārši negribu. Kaut ko izglītojošu, kaut ko tādu... Piemēram, kino. Radio jā. Radio, kad citu reizi patrāpās no rītiem, to es labprāt paklausos. Tur reizēm trāpās

¹⁹ Skat. <https://www.kantar.lv/petijumu-dati/televizija/>

interesantas [pārraides]. Varbūt pat ne par politiskajām tēmām, bet diezgan interesantas tāpat.

DALĪBNIKES 189 (Daugavpils): Agrāk lasīju politiskas ziņas, bet tagad to vairs nedaru, jo tas rada tikai stresu. Cenšos izvairīties no šādām ziņām un vairāk pievērsties izklaidējošam vai noderīgam saturam, piemēram, gatavošanai, virtuvei, bērniem un mazbērniem.

Daudzi īsteno adaptīvas mediju lietojuma stratēģijas, vienubrīd esot apolitiskiem, kad tas saistās ar ģeopolitiskiem notikumiem, citubrīd patērējot ziņas intensīvi, noklausoties pilnībā sabiedrisko mediju ziņu izlaidumu, ja to saturā nav iekļauta informācija, no kā respondenti izvairās:

DALĪBNIKES 367 (Rīga, 30-50): Un pārāk daudz tās informācijas [par karu]. [...]. Bet manas mīļās ziņas sešos vakarā LTV1 – tas, kas Latvijā provincē notiek: skolu atvērta, vēl kaut kāds konkurss, vēl kaut kas – Ērenpreisa riteņu sacensības, un es to ar prieku skatos.

DALĪBNIKES 754: Jā, mūsu notikumi, tas, kas pie mums notiek. Kara gaitu mēs vienkāršie cilvēki nevarēsim tāpat ietekmēt, neesam politiķi.

DALĪBNIKES 367: Bet pēc divām stundām Panorāma – šausmas, bēdz prom no televizora. Tas ir karš Ukrainā, Gazas sektors un viss. Galvenais, katru dienu.

DALĪBNIKES 20 (Rīga 50+): Lai viņi mazāk par karu runā. Padoms medijiem – mazāk runāt par gatavošanos karam. Mums te baumas klīst, mēs gatavojamies karam, bet vai tas būs pēc trīs, pieciem gadiem, vai kāds kaut ko prognozē?

DALĪBNIKES 327: Pie kam [uzsver, ka] tā obligāti būs.

DALĪBNIKES 20: “Tā obligāti būs. Krievija uzbruks.” - lūk, tas ir jāizvāc vispirms.

Daži izvairās no informācijas par notiekošo karadarbību tādēļ, ka viņi jūtas bezspēcīgi ietekmēt situāciju un tā ir emocionāli smaga, taču pēdējā citātā novērojama arī Kremļa naratīvu ietekme, postulējot, ka Krievija ir miermīlīga valsts. Citiem vārdiem, novērojams, ka mediju patēriņā lietotājiem ir tendence izslēgt no Latvijas ziņu portālu patēriņa vēstījumus arī tad, ja tie nesaskan ar Krievijas oficiālajiem ārpolitikas vēstījumiem. Daļa tāpēc izvēlas patērēt ārzemju medijus, uzskatot, ka tie ir mazāk sensacionāli attiecībā uz ģeopolitiski sensitīviem notikumiem:

DALĪBNIKES 367 (Rīga 30-50): “Kad man vajag normālas, objektīvas ziņas, es skatos BBC news un Euronews. Jo mums viss kaut kā – ja par Ukrainu, tad viss ir šausmīgs, spridzināja un tamlīdzīgi. Bet es zvanu pazīstamiem ukraiņiem, prasīju, kā viņiem tur, bet viņi saka, ka viss ir normāli. Tieši šī neobjektivitāte, lai tikai būtu sensācija [...]. Bet angļu valodā – kā viņi var tā distancēti, skaisti [...].”

Jāņem vērā, ka Sabiedrisko mediju sabiedriskā labuma aptauja 2024 tikai daļēji sakrīt ar fokusgrupu diskusijās pausto attiecībā uz mazākumtautību interesi par atsevišķiem mediju žanriem. Statistiski nozīmīgas atšķirīgas (kontrolējot pēc dzimuma, vecuma, reģiona un izglītības) salīdzinājumā starp latviešiem un mazākumtautībām nav konstatējamā attiecībā uz interesi par politikas un ekonomikas ziņām un kopumā par ekonomiku mediju saturā. Taču vienlaicīgi aptaujas dati liecina, ka mazākumtautībām mazāk interesē procesu analīze, tai skaitā analītika, viedokļi un komentāri, kā arī sabiedrībā notiekošās diskusijas, kā arī ārpolitikas

tēmas. Tas liecina, ka tieši gadījumos, kad ir runa par viedokļu sadursmi vai plašāka informācija nevis tikai fakti, mazākumtautības no šī satura mēdz izvairīties biežāk nekā latvieši.

Iespējams, ka šāda informācija rada kognitīvu disonansi ikdienā, kuru spilgti demonstrē viena dalībnieka teiktais, kurš ikdienā patērē daudzveidīgu mediju saturu gan latviešu, gan krievu valodā:

DALĪBNIKES 754 (Rīga 30-50): Mana ģimene ir krievvalodīgie, kolēģi, vadība ir latvieši. Attiecīgi, krievi man pārmet, ka es aizstāvu latviešus, bet latvieši, ka aizstāvu krievus, tad, ja es cenšos izteikt citu viedokli [pēc izlasītā latviešu un krievu valodā veidotā satura medijos]. [...] Sanāk, ka darbā es aizstāvu krievus, bet mājās – latviešus. Esmu ienaidnieks gan tur, gan tur.

Tas izskaidro, kāpēc daudzi izvēlas apolītisku pozīciju, kas no mediju saturu izslēdz konfrontējošu viedokļu un emocionāli piesātinātu saturu, tā vietā ikdienā koncentrējoties uz izklaidējošu saturu medijos. Taču, ja notiek mediju selektīva izlase, kā mazākumtautību iedzīvotāji izvēlas, kurus medijus patērēt vai nē? Lai to izprastu, nākamajā apakšnodaļā skaidrota fokusgrupu dalībnieku mediju vides vērtējums un kādu lomu tajā veic sabiedriskie mediji.

2.1. Sabiedrisko mediju loma mediju vidē

Lielākoties fokusgrupu dalībnieki nespēja ātri formulēt, vai un kādas ir galvenās atšķirības starp Latvijas komerciālo un sabiedrisko mediju saturu, daudziem, visupirms, norādot, ka atšķirības neredz. Piemēram, viens dalībnieks Daugavpilī izteicās, ka “ziņas lasu, bet nekad nepievēršu uzmanību to autoram”. Savukārt Liepājā kāds dalībnieks norādīja, ka “es lasu visu, pat nedalu sabiedriskie mediji vai komerciālie. [...] Tas, ka LSM ir sabiedriskais medijs, bet Delfi, TVNET ir komerciālais medijs, mani tas neuztrauc.” Tomēr diskusiju laikā kopumā iezīmējas divas respondentu vērtējumā definētas raksturīpašības par Latvijas sabiedriskajiem medijiem, kas ir savstarpēji saistītas.

Pirmkārt, sabiedrisko mediju saturs tik vērtēts kā mazāk sensacionāls un komerciāls. Pat brīžos, kad diskusiju dalībnieki uzteic sabiedrisko mediju neatkarību iepretim komercmedijiem, tas lielākoties saistīts ar satura pasniegšanas veidu. Proti, komercmediji bieži tiek kritizēti par lielu reklāmu un izklaidējoša satura apjomu, maksas pakalpojumu ieviešanu, kas, pēc lietotāju domām, samazina vai nav veicinājuši satura kvalitāti un rada iesaidi, ka tie vairāk ir orientēti uz peļņas gūšanu. Šāda attieksme atspoguļo priekšstatu, ka komerciālie mediji bieži prioritizē populāru vai sensacionālu saturu:

DALĪBNIKES 327 (Rīga 50+): Galvenajai lapai [ziņu portālos] ir jābūt, lai savāktu maksimālu skaitu lasītāju. [...] Tās [galvenās lapas ziņas] ir drausmīgas lietas. Un tāpēc šie portāli – viņi tam ir paredzēti. Komerciālie – tie jau vairāk, kaut kā speciāli to dara vairāk nekā sabiedriskie mediji. Jo sabiedriskajos medijos strādājošais žurnālists saņem algu no valsts, līdz ar to viņš ir mierīgāks un jūtas pārliecinātāks nekā žurnālists, kurš strādā komerciālajos medijos.

Taču vienlaicīgi daudzi dalībnieki pauda aizdomas par sabiedrisko mediju spēju būt neatkarīgiem. Proti, visās fokusgrupās izskanēja arī viedoklis, ka sabiedriskie mediji pārstāv nevis visas sabiedrības, bet valdošās varas pozīcijas. Dalībnieki atzīst, ka saturā ir viedokļu

daudzveidība, bet tā vairāk saistīta ar plašāku skatījumu, kas ietver komplimentāru viedokļu un draudzīgo valstu pozīcijas, izslēdzot pretēju un Krievijas viedokli, kurš tiek biežāk iekļauts komercmediju saturā:

DALĪBNIĒKS 655 (Liepāja): Privātie [mediji] var norādīt saviem žurnālistiem, kādā virzienā virzīties, bet sabiedriskie – viņiem sevī jāieņem visa sabiedrība, it kā būtu jāsniedz patiesība, arī tur par partijām...

DALĪBNIĒKS 675: Plašākas tēmas aizskar, mazliet vairāk. Nedaudz vairāk.

MODERATORS: Piemēram?

DALĪBNIĒKS 675: Piemēram, pasaules ziņas, ja tas nav komerciālais kanāls, jo viņi dara tā, kā viņiem liek. Citos ieliek citas ziņas, citu viedokli.

DALĪBNIĒKS 655: Nu, tajos pašos Delfi tiek ielikti arī ziņas arī no Krievijas. Tas teica to, cits teica vēl kaut ko. Nedaudz tādā ietvarā. Sabiedriskajos medijos vairāk tiek ieturēta valstiska pozīcija. Tur ziņas par Ukrainu, tur vēl kaut kas, Rajevs - kaut kāds bijušais pulkvedis, viņiem tiek piešķirts laukums, bet tur vairāk, es saprotu, ziņas tiek vairāk ņemtas no BBC, Bloomberg vai vēl no kāda...

DALĪBNIĒKS 675: Viedokļu vairāk.

DALĪBNIĒKS 655: Vairāk pasaules ziņu. Sabiedriskajos tomēr vairāk prevalē Latvijas versijas, Latvijas ziņas. Politiskās arī no pasaules, bet, visticamāk, skatoties no mūsu Latvijas politiķu skatu punkta.

Pakavējoties pie Dalībnieka 655, viņa izteikumi vēlāk diskusijā apstiprina izpratni par dažādu demokrātisko institūciju, tai skaitā sabiedrisko mediju, lomu. Kaut gan viņš uzsver, ka neuzskata sabiedrisko medijus par cenzētiem, tam nepiekrīt citi diskusijas dalībnieki:

DALĪBNIĒKS 655 (Liepāja): Man šķiet, ka sabiedriskie mediji... Es nevaru teikt, ka "ievēro valsts noteikto virzienu", jo valsts ir viens, valdība ir otrs, bet Saeima vēl kaut kas cits, nedomāju arī, ka ir pasūtītie raksti kaut kādi. Bet redaktori tur sēž – visi ir patrioti. Pa nezinu, kā redakcija strādā. Es pat nedomāju, ka tur ir kaut kāda cenzūra.

DALĪBNIĒKS 1198: Es domāju, ka tur nav visu atļauts rakstīt- kaut kas ir atļauts, bet kaut kas tomēr nav.

DALĪBNIĒKS 660: Kaut kāda cenzūra jau tomēr pastāv.

DALĪBNIĒKS 675: Ja salīdzinām ar gadiem desmit atpakaļ...

DALĪBNIĒKS 655: Par to jau neviens neko nesaka.

Proti, šajā diskusijas fragmentā apstiprinās, ka mediju telpa desmit gadu periodā ir piedzīvojusi būtiskas pārmaiņas mazākumtautību uztverē. To skatījumā mediju redakcijas, no vienas puses, iespējams arī ir neatkarīgas, taču, no otras puses, pat šajos gadījumos tiek uztvertas kā ideoloģiski vienvērtīgas un monolītas. Citiem vārdiem, mediju vide ir polarizēta mazākumtautību skatījumā. Šādā kontekstā vairums dalībnieku pauž vispārēju skepsi pret visiem medijiem, uzskatot, ka jebkuri plašsaziņas līdzekļi atspoguļo tikai vienu noteiktu skatījumu, kuru bieži nosaka īpašnieku, valsts vai ekonomisko grupējumu intereses.

2.2. Uzticēšanās medijiem

Fokusgrupu diskusijās vērojams, ka uzticēšanās medijiem ir ārkārtīgi atšķirība. Ir respondenti, kas augstu vērtē sabiedrisko mediju saturu, piemēram, Daugavpilī diskusijas dalībniece norādīja: "Lai gan televīziju ikdienā neskatāmies, mums ar vīru ir izveidojusies tradīcija skatīties "Panorāmu" un "Pasaules panorāmu". Vīrs atrod ierakstu, un katru dienu to skatāmies – tā ir kļuvusi par mūsu rituālu. Tas, kas man patīk, ir, ka šie raidījumi sniedz objektīvu skatījumu uz notikumiem." Citi savukārt pauž pretēju viedokli. Turklāt, respondenti pauž lielāku neuzticēšanos tieši krieviski rakstošajiem žurnālistiem:

DALĪBNIĒKS 356 (Rīga 50+): Tas, kas attiecas uz politiku, uz ārējo pasauli, uzskatu, ka vairs nespēju to uztvert normāli. Dzirdu melus katrā teikumā, tāpēc jau vairs tam nepievēršu uzmanību.

MODERATORS: Tas ir neatkarīgi no tā, vai tas ir latviešu valodā vai krievu valodā?

DALĪBNIĒKS 356: Krievu žurnālisti – tie, kas ir palikuši profesijā, ja runājam par dažu notikumu novērtēšanu, visi ir piekāpušies. Pārējie vai nu ir aizgājuši no profesijas, [vai nu] sēž cietumā. Vienkārši, noteiktas tēmas skatīties, tas ir muļķot sevi.

DALĪBNIĒKS 864 (Rīga 30-50): Neatkarīgie mediji... To var apskatīt uz kanāla "Doždj" piemēru, kas no Krievijas atbēga uz Latviju. Jā, Krievijā ar visu to, ka nav demokrātijas tas, nezina kāpēc, tur noturējās 9 gadus, Latvijā tikai 3 mēnešus un tika slēgts. Tālāk pārbrauca uz Holandi.

Lai arī uzticēšanās ir svarīgs faktors, tas nav vienīgais un noteicošais kritērijs mediju patēriņā. Mediju lietojums tiek vairāk balstīts uz intertekstualitāti – dažādu informācijas avotu kombinēšanu un salīdzināšanu – nevis uz lojalitāti vai uzticību vienam noteiktam medijam. Uzticēšanās ir sekundāra.

DALĪBNIĒKS 655 (Liepāja): Tajā pašā Inbox lasi virsrakstus un ja esi nonācis, nezini, kaut kādā krievu portālā, tad skaties, kas tas tāds ir, kur, kā esi nonācis. Var uzticēties vai nē.

DALĪBNIĒKS 1198: Sākumā izlasi un tikai tad domā – tam var uzticēties vai nē?

DALĪBNIĒKS 655: Jā, tikai pēc tam domā.

Vienlaicīgi Latvijas mazākumtautību mediju patēriņa paradumi arvien vairāk orientējas uz ziņu agregatoriem un sociālajām tīmekļa vietnēm, īpaši platformu *Telegram*. Dalībnieki novērtē to spēju pielāgoties personīgām interesēm un saturam, kā arī sasaistītas ar konkrētām personībām, kuru skatījums sakrīt ar respondenta pasaules redzējumu un tiek uztverts uzticamāks nekā mediju veidots saturs, attiecībā uz kuriem nav tik pārredzama saturs veidošanas un īpašnieku struktūra:

DALĪBNIĒKS 356 (Rīga 50+): Ja mēs runājam par Latvijas medijiem, tad es atziņos, ka mana attieksme ir ārkārtīgi negatīva. Vienīgais, kas mani interesē Latvijas medijos – kādus likumus pieņēma, kas ar manu pensiju notiks, kur ceļus remontē, kādus ceļu satiksmes noteikumus pamainīja – tiksi tādu tīru informāciju. Visu, kas attiecas uz politiku, es ne.. Principiāli ne.. Nu, kā principiāli – gadās, ka es klausos. Bet viņi mani tā šokē ar saviem meliem, ka es vienkārši no tiem izvairos.

MODERATORS: Tādā gadījumā, kas ir jūsu alternatīva?

DALĪBNIĒKS 356: Visa pārējā pasaule. Teiksim tā, ir vienkārši uzticības personas. Nu, kā uzticības? Cilvēki, kuriem es sekoju, kuriem es uzticos, kuri domā apmēram tādā pat virzienā,

kurā arī es. Es sekojot šīm mediju personām, veidoju savu skatījumu par notikumiem, pamatojoties uz viņu kumulatīvo viedokli. Sociālais tīkls X, kas pieder Īlonam Maskam, tagad man ir sācis patikt – ziņas, pietiekami objektīvas, bez kaut kā lieka. Līdz ar to visas pasaules kopums aiz Latvijas robežām veido to, kā es redzu pasauli.

DALĪBNIIEKS 824 (Rīga 50+): pēdējos 5 gados esmu ievērojis, ka visas ziņas 99% ir meli. Banāli meli. Un ko tur skatīties? Jā, praktiski esmu pārtraucis "ložņāt" pa visiem ziņu portāliem internetā, gan latviešu, gan krievu. Man ir daudz zināmu žurnālistu, kas apraksta tēmu latviešu un krievu valodās dažādi. Latviešiem raksta par ļaunumu, ka mums ir tas, tas un tas, bet krieviem – pie mums viss ir kārtībā. [...] Pats sev, neskatoties ne uz ko, informāciju ņemu no Facebook. Man tur viss ir tā konfigurēts – atvēru un viss, kas tev vajadzīgs. Protams, gadās, ka ne viss ir vajadzīgs, bet reizēm tie nejaušie ir tas, kas tev interesē. Gan BB, gan TVNET, arī citi.

Sociālie tīkli, neskatoties uz konkurenci no Telegram un līdzīgām platformām, joprojām spēlē svarīgu lomu informācijas izplatīšanā, tie mēdz kalpot par platformām, kurās informāciju pirmie izplata nevis mediji, bet vietējie politiķi. Daugavpilī dalībnieki norādīja, ka, ja būs kāds nozīmīgs notikums vai aktuāla ziņa, piemēram, pilsētas mēra Andreja Elksniņa dalība svarīgā diskusijā vai lēmumā, viņi visticamāk vispirms uzzinās to no Elksniņa Instagram profila, nevis no medijem:

MODERATORS (Daugavpils): Bet vispār, ja [Daugavpils mērs Andrejs] Elksniņš vai kāds cits no Daugavpils parādās televīzijā, Jums ir lielāka interese [skatīties sabiedriskos medijus]?

DALĪBNIIEKS 380: Viņš taču visu publicēs, un mēs pēc tam paskatīsimies.

DALĪBNIIEKS 186: Jā, pēc tam vietējās avīzes izveidos apkopojumu un mēs to skatīsimies.

DALĪBNIIEKS 244: Pēc tam Elksniņa Instagramā visu varēs apskatīties, padalīties ar to tālāk.

DALĪBNIIEKS 242: Atkal, tā teikt, izvēlamies vienkāršāko un vieglāko ceļu. Tas ir, kāpēc...

DALĪBNIIEKS 244: ... iespringt...

DALĪBNIIEKS 242: ... iespringt un meklēt šo kanālu, klausīties šo tiešraidi, ja pēc tam mums pašiem par to visu atnāks pastāstīt.

DALĪBNIIEKS 244: ... paši piedāvās...

Šis fenomens izceļ vietējās elites lomu, ar kuru ir izveidojušās ciešas tiešās komunikācijas attiecības, ziņu izplatīšanā, apejot tradicionālos medijus un sasniedzot auditoriju tieši. Taču vienlaicīgi ir iedzīvotāji, kas arī sociālo tīklu saturu ir pielāgojuši tā, lai tajā viņiem neparādītos politisks saturs:

DALĪBNIIEKS 327 (Rīga 50+): Sociālos tīklos izmantoju vien tikai izklaidei, piemēram, Instagram, bet pārējo, es uzskatu, par ziņu informācijas izgāztuvi. Cilvēki šajās platformās darbojas saistībā ar savu mērķu sasniegšanu, kas vispār nav saistīti ar mani.

2.3. Intertekstualitāte mazākumtautību iedzīvotāju mediju patēriņā

Kaut gan visai mediju videi mazākumtautības piedēvē zemu uzticēšanos, tas nenozīmē, ka mediji netiek patērēti. Vairākkārt diskusijās izskanēja vēlme mediju saturā identificēt "patiesību", kuru nav iespējams panākt, lietojot tikai vienu mediju. It sevišķi to dalībnieku vidū, kas aktīvi interesējas par notiekošo, dominēja pieeja patērēt plašu mediju klāstu, lai gūtu dažādas perspektīvas un viedokļu daudzveidību:

DALĪBNIKS 675 (Liepāja): Ziņas skatos visas it kā, man patīk dažādi viedokļi, bet katram jau ir savs viedoklis. Katrs var noteiktā vecumā sev izdarīt secinājumus – kas tā kā vairāk ir patiesība, kas tāda nav. Bet dažādi viedokļi mani interesē.

DALĪBNIKS 327 (Rīga 50+): Es pavisam noteikti lasu tos rakstus, kas neatbilst manam viedoklim. Ir jau arī jādzird. Saziņa nav tikai tad, kad tu runā savu viedokli, bet kad tu dzirdi, ko tev saka. Varbūt viņam pat nav taisnība, bet tu sapratīsi, kas ir tas, kur viņam nav taisnība. Varbūt pat pamēģināsi viņam pateikt: "Klau, tas, par ko tu esi tik pārliecināts, nav taisnība".

Dalībnieks 242 (Daugavpils): Ja Delfos ir kāda interesanta ziņa, vienmēr paskatos komentārus, jo tur var redzēt, cik cilvēku ir izteikušies, un tas palīdz saprast, ko domā sabiedrība. Man ir svarīgi salīdzināt savu viedokli ar citiem, lai redzētu, vai tas sakrīt ar tautas domām.

Dalībnieks 242 (Daugavpils): Vispirms izpētu Yandex, pēc tam Delfi. Protams, daudz ziņu ir pretrunīgas – tās pašas tēmas tiek atspoguļotas no dažādiem skatupunktiem, un tad man jāpadomā, kurš raksts ir tuvāks patiesībai. Šķiet, ka visi kaut kādā mērā melo, tāpēc ir svarīgi saprast, kurš piedomā vairāk, kurš – mazāk.

MODERATORS (Rīga 30-50): Bet es pareizi saprotu, ka Jūs neuzticaties Krievijas medijiem?

DALĪBNIKS 307: Melo visi. [...]

DALĪBNIKS 367: Vēl jo vairāk tagad, kad notiek informācijas karš. Tās ir apzinātas valstiskas darbības – dezinformēt. Tas ir, mēs vispār nedrīkstam zināt, saprast, kas ir patiesība.

[...]

MODERATORS: Labi, bet ko tad darīt tādā pasaulē, kur visi melo?

DALĪBNIKS 864: Analizēt un tikai. Klausīties vairākus viedokļus – ukraiņu mediju, baltkrievu, krievu, arī vietējo un tad visu salikt kopā.

DALĪBNIKS 367: Atbalstu [šo viedokli].

Vēlme skatīt dažādus viedokļus un avotus patiesības identificēšanai tiek piešķirta ļoti augsta vērtība un tai pretnostatīta nekritiska mediju lietošana, kura patērē vienpusēju informāciju:

DALĪBNIKS 864 (Rīga 30-50): Ja mēs gribam runāt par sabiedrību, kurā cilvēks savu viedokli pieņem pats, viņam ir jābūt jebkādam informācijas avotam un viņš jau to filtrē. Bet, ja mums ir tieši aizliegumi uz noteiktiem kanāliem, kuri nedrīkst paust noteiktu viedokli, mums ir tikai noteikta informācijas plūsma, kuru mēs drīkstam saņemt, mēs nevaram būt objektīvi. Un pat tad, ja arī šī plūsma dalās pareizajā un ne tik pareizajā informācijā, tad mēs nekādi nevaram saņemt patieso situācijas izklāstu.

DALĪBNIKS 754: Tas viss ir tad, ja cilvēks salīdzina. Bet par piemēru varu minēt savu vīra ģimeni, kuri skatījās tikai krievu kanālus un tikai Putinu, tad viņi tā arī runāja. Viņi nelasīja

latviešu versijas, neskatījās Latvijas ziņas, skatījās tikai to, ko viņiem tur rādīja. No vienas galējības otrā.

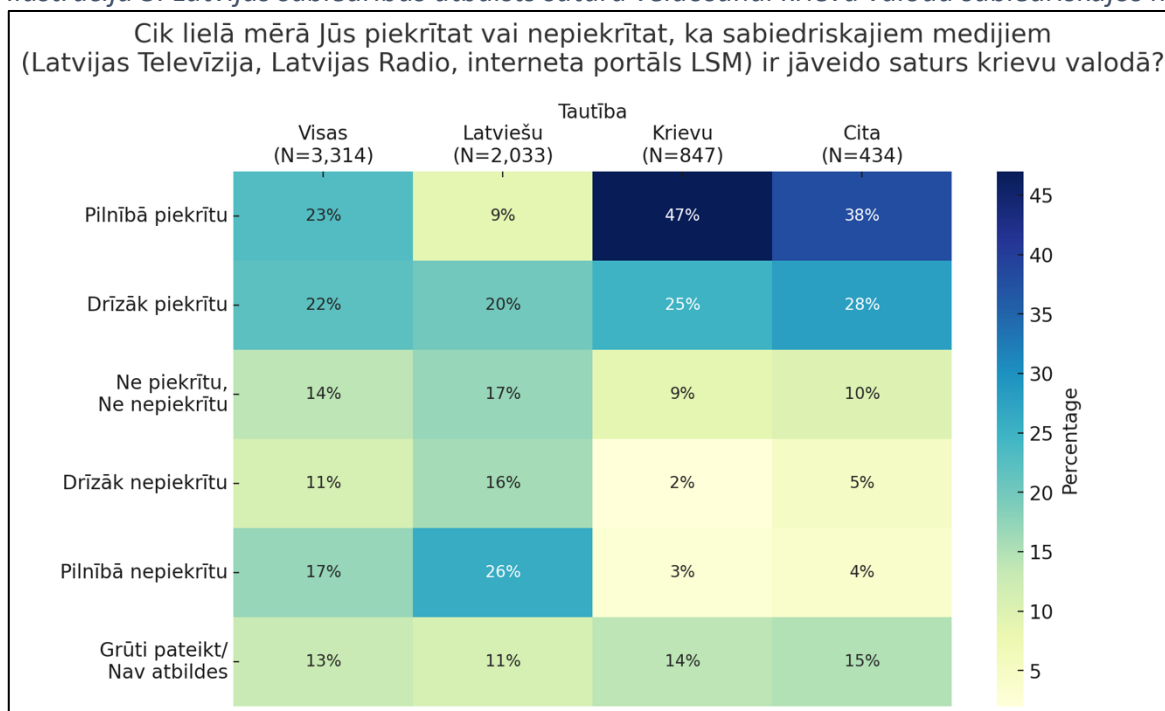
Kopumā ņemot, fokusgrupu rezultāti norāda, ka mazākumtautību mediju patēriņš tiek balstīts uz intertekstualitāti – dažādu informācijas avotu kombinēšanu un salīdzināšanu – nevis uz lojalitāti vai uzticību vienam noteiktam medijam. Mazākumtautību iedzīvotāji nepaļaujas uz vienu noteiktu mediju vai pat vienas valsts medijiem, bet savu skatījumu veido, iepazīstoties ar pēc iespējas plašāku avotu loku. Tā kā daudzi no tiem nav tradicionālo mediju veidoti vai ir vienpusēji un tendenciozi, viņu uzticība vai lojalitāte ziņu saturam kopumā ir samazinājusies vai pat pilnībā izzudusi, sekundāru nozīmi piešķirot ziņas autoram vai medijam. Šī fragmentācija, kas rada intensīvu ziņu plūsmu no tradicionālajiem medijiem līdz sociālajiem tīkliem, tērzētavām un ziņu agregatoriem, veido jaunu mediju ekosistēmu, kur lietotāji cenšas izlasīt nevis vienā medijā zemtekstuālu, bet gan kontekstuālu informāciju no plašu informācijas avotu klāsta, lai identificētu to, ko viņi dēvē par patiesību. Tā ietvaros sabiedriskie mediji ir izziņas avots par Latvijas valsts pozīciju noteiktos jautājumos. Dažiem tā ir oficiāla un kontrolēta pozīcija, citi to uztver kā neatkarīgu, uzticībai šim avotam esot atkarīgai no paša personīgās pozīcijas un ideoloģiskās pārliecības.

Vienlaicīgi, ņemot vērā, ka mazākumtautībām raksturīga zemāka interese par viedokļu, komentāru un diskusiju tematiem medijos, iespējams, ka intertekstualitāte ir saistīta ar vēlmi medijos atrast viedokli, ar kuru sakrīt viedoklis, lai pārliecinātos, ka tāds eksistē. Šādā skatījumā skatot mazākumtautību mediju paradumus, var izprast, kāpēc ir tik saasināta vēlme mediju saturā identificēt “patiesību”, jo acīmredzami pēdējo desmit gadu laikā viedokļu daudzveidība līdz ar Krievijas propagandas kanālu ierobežotu piekļuvi, ir dabiski mazinājusies un daļa sabiedrības, kas simpatizē Krievijas viedoklim, ar to vairs tik bieži un viegli mediju saturā nesaskaras, kas tagad prasa padziļinātāku un alternatīvu mediju izmantošanu iepretim tradicionālajām mediju platformām un kanāliem.

3. Mazākumtautību valodu lietojums mediju patēriņā

Viena no Latvijas mazākumtautību skaidrām iezīmēm mediju patēriņa paradumos ir valoda, jo viņu dzimtā valoda lielākoties nav latviešu valoda. Tieši tas varētu arī izskaidrot, kāpēc mazākumtautību vidū atbalsts lēmumam sabiedrisko mediju saturu veidot arī krievu valodā ir augstāks nekā latviešu vidū saskaņā ar Sabiedrisko mediju sabiedriskā labuma aptauja 2024. Proti, šim jautājumam Latvijas sabiedrībā ir augsta polarizācija atkarībā no respondenta tautības: latviešu vidū tam atbalstu pauž mazākums, kamēr mazākumtautību vidū tam ir pārliecinošs atbalsts (skat. Ilustrāciju nr. 3).

Ilustrācija 3. Latvijas sabiedrības atbalsts satura veidošanai krievu valodā sabiedriskajos medijos

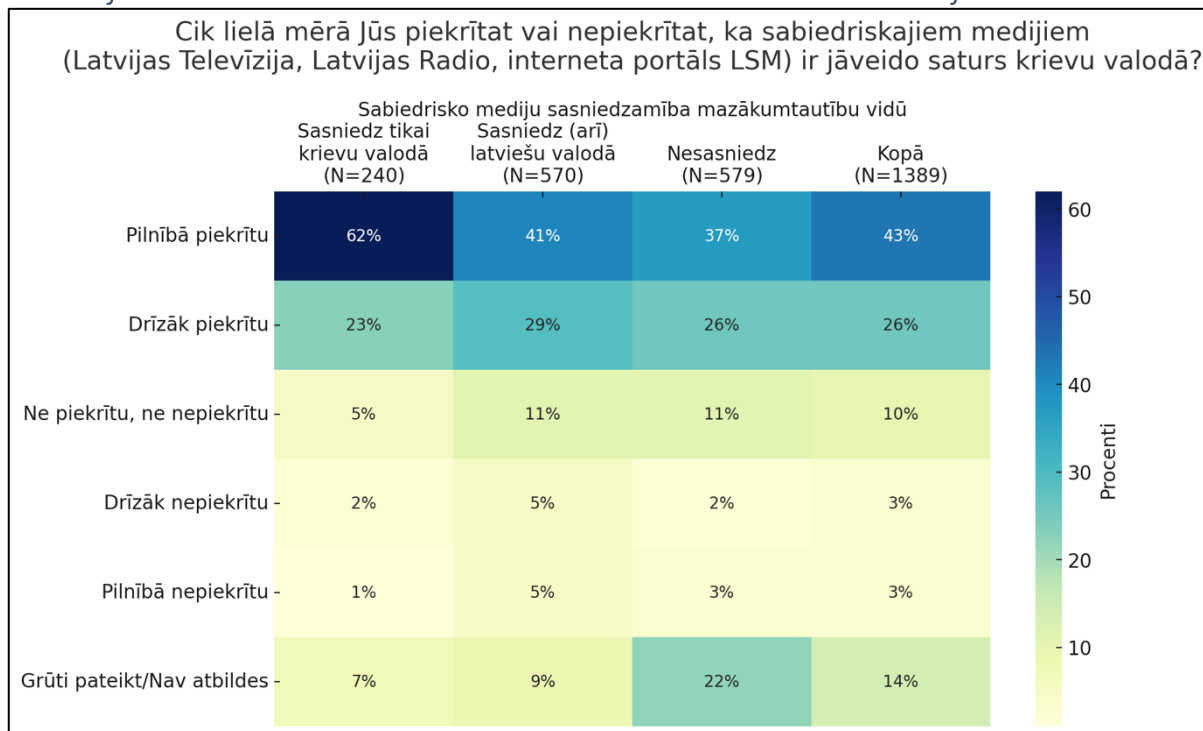


Avots: Sabiedrisko mediju sabiedriskā labuma aptauja 2024

Mazākumtautību vidū atbalsts satura veidošanai krievu valodā pieaug līdz ar vecumu, bet to būtiski ietekmē vai un kādā valodā tiek patērēti sabiedriskie mediji. Tos, kurus nerasniedz sabiedriskie mediji, ievērojami biežāk atturas paust savu viedokli, savukārt to vidū, kas sabiedriskos medijos patērē tikai un vienīgi krievu valodā, absolūts vairākums atbalsta šāda satura veidošanu (skat. Ilustrāciju nr. 4).

Arī fokusgrupu rezultāti apliecina, ka mazākumtautību valodu lietojums mediju patēriņā ir cieši saistīts ar latviešu valodas prasmēm. Turklāt, ne tik daudz ar zināšanām, cik ar pašnovērtējumu, cik liela kognitīvā slodze ir nepieciešama, lai saprastu saturu latviešu valodā. Attiecīgi tālāk atsevišķi analizēti šo divu grupu mediju patēriņa paradumi.

Ilustrācija 4. Atbalsts saturam krievu valodā atkarībā no sabiedrisko mediju sasniedzamības



Avots: Sabiedrisko mediju sabiedriskā labuma aptauja 2024

3.1. Iedzīvotāji, kas vāji pārvalda latviešu valodu

Vienā pusē ir iedzīvotāji, kuri nemaz vai slikti pārvalda latviešu valodu, lai to ikdienā izmantotu mediju patēriņam:

DALĪBNIKES 242 (Daugavpils): Man darbā bieži jārunā latviešu valodā, taču tā nav mana dzimtā valoda. Es jūtu, ka runājot krieviski, man tas neprasa pūles, bet runājot latviešu valodā, ir sajūta, ka es strādāju. Kad atnāku mājās no darba, man gribas atpūsties no tā, bet vēl klausīties TV vai radio, vai lasīt latviešu valodā – tas ir tāpat kā turpināt strādāt. [Tad] Vajag sevi piespiest, apsmadzeņot, galvā tulkot uz krievu valodu un saprast. Šī visa man jau pietiek darbā.

DALĪBNIKES 189 (Daugavpils): Man ir līdzīgi – negribas iespringt [lasot latviešu valodā], kā citi jau teica. Man pašam savas problēmas augstāk par griestiem, pietiek! Tās pašas receptes es varu atrast arī krievu valodā.

DALĪBNIKES 380 (Daugavpils): Nē, ir cilvēki, kuriem tiešām ne pārāk viegli padodas valodas. Arī man ir bērni – divi brīvi runā, viens valodu ne pa kam nevar iemācīties. Ko viņa darīs, ja nevarēs lasīt dzimtajā valodā, nezinu.

MODERATORS: Bet tas būtu [bijis paredzēts aizliegt saturu mazākumtautību valodās] tikai sabiedriskajos medijos, ne privātajos.

DALĪBNIKES 380: Bez sabiedriskajiem medijiem jau varbūt kaut kā izdzīvotu, bet vienkārši redzu to pēc pieredzes ar saviem bērniem.

MODERATORS: Kā Jums, Dalībniek 244?

DALĪBNIĒKS 244: Man jau nebūtu ar to problēmu, bet ievērot to noteikti ievērotu. Īpašas atšķirības jau nebūtu. Bet kaut ko gribētu lasīt savā dzimtajā valodā – valodā, kurā domāju.

Kā redzams no šiem citātiem, tad šāds viedoklis īpaši dominēja Daugavpilī, kur diskusijas dalībnieki atklāti atzina, ka ikdienā sadzīvē maz tiek izmantota latviešu valoda, ņemot vērā arī šajā apkārtnē esošo etnisko sastāvu, kur krievvalodīgā kopiena veido vairākumu. Turklāt ir plašs vietējo mediju klāsts krievu valodā, tādējādi iespējams šajā valodā iegūt plašu informāciju gan par vietējiem, gan nacionāla mēroga notikumiem. Atšķirīga situācija ir Liepājā, kur šī iemesla dēļ arī daudz biežāk mazākumtautības mēdz izmantot tulkošanas rīkus:

MODERATORS (Liepāja): Bet vietējie portāli jums latviešu valodā vai arī...

DALĪBNIĒKS 655: Vietējie portāli tikai latviešu valodā mums.

DALĪBNIĒKS 1198: Nē, vai tad?

DALĪBNIĒKS 660: Jā.

DALĪBNIĒKS 675: Jā, latviešu.

DALĪBNIĒKS 1198: Es vienkārši jau vairs neievēroju.

DALĪBNIĒKS 655: Un atkal pārskrien virsrakstiem, saprast var. Atver tekstu – saprast nu tā, domu saproti, bet ja gribi dziļāk visu tekstu saprast, tad jāieslēdz tulkoātājs.

DALĪBNIĒKS 356 (Rīga 50+): Starp citu, Windows tur viss ir tā atstrādāts automātiski, ka vari jebkuru valodu uzlikt un tas tev automātiski krievu valodā pasniegs informāciju. Youtube tu vari uzlikt titrus jebkurā valodā. Ja kādam tas dzīvē var noderēt, tad izmantojiet to. Pie kam tas ir bezmaksas.

Visās diskusijās, kur dalībnieki pieminēja tulkoātāju izmantošanu, tā kvalitāte gan lielākoties netika vērtēta augsta. Tas norāda, ka tulkoātanas rīki šobrīd nav sasnieguši tādu kvalitātes līmeni, lai tie varētu aizvietot cilvēka veidotu tulkojumu. Reizēm pat dalībniekiem bija aizdomas, ka mediju saturs krievu valodā tiek veidots ar tulkoātāja palīdzību, par ko liecina sliktā valodas kvalitāte. Tiesa, sabiedrisko mediju mazākumtautību platformai gan lietotāji piešķir labāku vērtējumu šajā ziņā pār komercportāliem krievu valodā:

DALĪBNIĒKS 1198 (Liepāja): Krievu valodā ir ļoti daudz kļūdu, nu, ļoti daudz. Un tā dēļ – viena kļūda pēc otras. Labi tur, ja tās ir gramatiskās kļūdas, tas vēl nebūtu nekas. Bet kad gramatiskās kļūdas pāriet...

DALĪBNIĒKS 655: ... Stilstiskās kļūdas. Tas, vienkārši sakot, paņem latviešu tekstu un iemet tulkoātājā, līdz ar to mēdz būt vienkārši drausmīgi.

[...]

MODERATORS: Vai to jūs pamanāt portālā LSM vai...?

[...]

DALĪBNIĒKS 1198: Nemāku pateikt konkrēti. Kaut kādi tādi, kurus tur Facebook izmet, MIXNEWS, TVNET – šiem tur ir vesela kaudze kļūdu. Bet LSM es vairāk skatos, tāpēc ja arī viņi kaut ko pateica, tad to pasaka [gramatiski] pareizi. Tur nav tāda, ka lasi un redzi, nu, kā tā [var uzrakstīt]?

Šiem iedzīvotājiem arī ir grūtības uztvert bilingvālu saturu, taču, kā nodrošināt tulkojumu dažādās pārraidēs, vienotas receptes nav, jo tas atkarīgs no situācijas:

MODERATORS (Liepāja): Dalībnieks 660, jums būtu grūtāk [saprast, ja raidījuma dalībnieka teikto latviski nepārtulkotu krievu valodā]?

DALĪBNIKES 660: Man būtu grūtāk. Labāk, lai ir balss [pārrunāts pāri krievu valodā jeb overvoice]. Jo ne vienmēr skaties, gadās, kad, ka kaut ko dari un tad klausies. Darbā es arī esmu austiņās un tad arī klausos.

DALĪBNIKES 655: Man vajadzīgs, lai būtu rakstīts. Ar dzirdi dažus vārdus nevarētu pareizi saprast, tēmu sapratīšu. Bet vispār krievu valodā labāk.

DALĪBNIKES 675: Klausīties vai labāk redzēt titrus?

DALĪBNIKES 1198: Ja sarunā ir latviešu valoda, tad labāk ir dzirdēt tulkojumu vai ar titriem?

DALĪBNIKES 655: Pat tad, ja ir surdotulkotājs un saruna ir latviešu valodā, man rakstīto tekstu ir vieglāk saprast kā runāto. Arī ja ir jātulko [no latviešu valodas] uz krievu valodu, jābūt uzrakstītam.

Kā redzams, Dalībniekam 660 audiovizuālais saturs ir fona medijs, tāpēc titriem netiek dota priekšroka. Tajā pašā laikā Dalībniekam 655 ir tieši pretēji: tīkamākais risinājums būtu papildināt latviešu valodā veidoto saturu ar titriem. Šajā gadījumā jāpievērš arī uzmanība tam, ka priekšroka tiek dota titriem arī latviešu valodā, kas ļauj labāk saprast latviski teikto.

Jāuzsver, ka fokusgrupu diskusiju dalībnieku vidū pastāvēja kardināli atšķirīgas attieksmes pret krievu valodas lomu sabiedrībā. Bija iedzīvotāji, kuri pauda, ka tai jābūt līdzvērtīgai latviešu valodai, bet izskanēja arī pretēji viedokļi, piemēram:

DALĪBNIKES 468 (Rīga 30-50): Mans viedoklis. Es neesmu latviete, valodu es tikai mācos. Ja es tagad, dotajā brīdī pārvaldītu latviešu valodu pietiekami, informāciju spētu lasīt latviešu valodā, tad par krievu valodu es pat nerunātu tagad. Tātad, tagad tas ir tāds pagaidu laiks, kamēr es vēl nepārzinu latviešu valodu, bet tas drīz beigsies. Tad es domāšu, bet kas traucēja mācīties tās valsts valodu, kurā mēs dzīvojam.

Tas atkārtoti norāda, ka mazākumtautību vidū pastāv ne tikai mediju lietojumu paradumu, bet arī viedokļu daudzveidība. Skatot šo sabiedrības grupu kā monolītu, nav iespējams veidot efektīvu komunikāciju un sabiedriskajiem medijiem sasniegt šo auditoriju.

3.2. Iedzīvotāji, kas labi pārvalda latviešu valodu

Otrā pusē ir mazākumtautību pārstāvji, kuri brīvi vai labi pārvalda latviešu valodu. Šajā gadījumā diskusiju dalībnieki (tai skaitā arī Daugavpilī) reizēm pat nevar atcerēties, vai rakstu lasījuši krievu vai latviešu valodā. Drīzāk, valodu zināšanas tiek uztverta kā priekšrocība iegūt un patērēt plašāku informācijas un avotu loku, kas šobrīd tiek uzskatīts par prioritāti.

MODERATORS (Daugavpils): Ja atgriežamies atpakaļ pie jautājuma – kādā valodā lasīt vai skatīties, Dalībnieks 380, kā ir ar Jums?

DALĪBNIKES 380: Es neredzu atšķirības, kādā valodā lasīt vai skatīties, jo informāciju uztveru vienādi abās valodās.

MODERATORS: Kāda Jums ir šī proporcija? 80 pret 20 – klasiskās proporcijas modelis vienā vai otrā valodā?

DALĪBNIKES 380: Sazināties man ir vieglāk krievu valodā, bet uztverot informāciju, man ir pilnīgi vienlīga.

MODERATORS: Un kādā valodā sanāk redzēt vairāk informāciju?

DALĪBNIKS 380: Pat nepateikšu – laikam 50 pret 50.

MODERATORS: Interesanti. Jūs to vienkārši nezināt?

DALĪBNIKS 380: Drīzāk es tam nepievēršu uzmanību.

MODERATORS: Un Jums, Dalībniek 244?

DALĪBNIKS 244: Man, noteikti, arī ir vienalga

Latviešu valodu zināšanas ir viens no instrumentiem, kas tiek izmantots intertekstualitātei un “patiesības” identificēšanai medijos. Mediju atšķirīgais notikumu rāmējums, kas redakcijām var būt nesaistīts ar valodu, bet auditorijas pieprasījumu, ir tas, kas pamato šo intertekstuālo pieeju mediju patēriņā:

DALĪBNIKS 327 (Rīga 50+): Un tā kā esmu tehniskas dabas cilvēks, tad visu man patīk pārbaudīt. Tāpēc nereti es salīdzinu, ko raksta latviešu portālos. Vispirms gan es sāku ar krievu portāliem, kaut kas aizķēra un tad meklēju informāciju, ar kuru salīdzināt. Tāpat man patīk lasīt informāciju ne tikai Delfos, ne tikai BB vai LSM, pareizāk sakot, gan tur, gan tur, gan tur. Kāpēc? Kaut kur informācija ir vienkārši pārfrāzēta, bet kaut kur parādās arī papildinājumi. Līdz ar to tas dod paplašinātāku situācijas novērtējumu. Tieši tas pats attiecas arī uz visu Latvijas kopējo situāciju. Attiecīgi starptautiskajā kontekstā, tur ir tieši tā pati pieeja, tikai citi portāli, piemēram, Deutsche welle, Euronews.

DALĪBNIKS 754 (Rīga 30-50): Latviešu un krievu – abas versijas es lasu. Krievu konteksts ir veidots krievvalodīgajiem, latviešu – latviešiem. Viens un tas pats temats tiek pasniegts dažādās versijās. Tāpēc, lai būtu objektīvs viedoklis par notikumiem, labāk būtu lasīt divas versijas, lai vismaz kaut ko pa vidu saprastu. Tad ir iespējams salikt faktus.

Citos gadījumos gan šīs atšķirības ir tieši cēlonis, lai mediju patēriņu ierobežotu ar šaurāku informācijas avotu klāstu. Precīzāk, novērojami centieni izvairīties no intertekstualitātes radītās viedokļu daudzveidības:

Dalībnieks 307 (Rīga 30-50): Lasu Delfi – aplikācijā caur telefonu krievu versiju, jo esmu ievērojis, ka krievu un latviešu versijas diametrāli atšķiras. Tāda sajūta, ka tās vienkārši ved vienu pret otru. Tas ir, vieni un tie paši notikumi tiek apskatīti no dažādu viedokļu puses, tāpēc, lai nebūtu konfliktu, es vienkārši nelasu [latviešu versiju].

Līdz ar plašākām valodu zināšanām mazākumtautībām ir lielākas izvēles iespējas, kurus no medijiem patērēt un dažkārt patērēt tikai to, kas vistuvāk atbilst paša pasaules uztverei un skatījumam, ja lietotāja pieeja satura patēriņā nav saistīta ar intertekstualitāti. Citiem vārdiem, nevis valoda nosaka konkrētā medija patēriņu, bet gan medija redakcionālā politika, kā tas ir redzams šajā gadījumā:

DALĪBNIKS 367 (Rīga 30-50): Es vēl piebildešu par Delfi. Es arī esmu pārstājusi lasīt krievu versiju, tas jau bija sen, jo tie kļiedzošie virsraksti, kuros vienas šausmas, bet kad lasi, tad tur nekā nav. Tāpēc es arī pārgāju uz latviešu versiju. Tā vienkārši ir mierīgāk.

Reizumis pat uzskatot, ka redakcionāla politika starp latviešu un krievu valodā pieejamo informāciju viena un tā paša medija ietvaros ir situatīvi epizodiska:

DALĪBNIIEKS 327 (Rīga 50+): Lai arī informācija viena un tā pati [latviešu un krievu valodā veidotam saturam], tieši šī intensitāte ir atšķirīga, tā ir divpusēja – ja krievu valodā neteiksim, ka tā ir ļauna, bet ar tādu piesitienu, tad latviešu valodā tā ir mierīgāka. Bet ir informācija, kas tiek pasniegta otrādi, ja mums tāda mierīgāka, it kā vietām maina. Es sev to biju izskaidrojis, ka tas ir saistīts ar tulkotāja darbu, ar cilvēku, kurš to ir tulkojis.

DALĪBNIIEKS 824: Viņi netulko.

DALĪBNIIEKS 327: Tā kā es nezinu šo virtuvi, tad es to tā sapratu. Cilvēks pārtulkoja, tajā brīdī bija dusmīgs, tas ietekmēja kādus vārdus izvēlējās, bet varbūt tas ir mehanizēts tulkojums. Es biju ievērojis, ka ir atšķirība, bet ar ko tā saistīta... Es vairāk saistītu ar tulkošanu.

Taču visbiežāk redakcionālās politikas atšķirība tiek skaidrota ar slēptu cenzūru no valsts un mediju īpašnieku puses:

DALĪBNIIEKS 242 (Daugavpils): uzdevums ir nodot šo informāciju tautai, lai tauta būtu noskaņota tā, kā vajag. Attiecīgi, latviešu auditorijai vajag nodot vienu informāciju, bet krievu auditorijai nepieciešama cita informācija, lai varētu valdīt pār valsti.

MODERATORS: Bet tauta lasa visu.

DALĪBNIIEKS 186: Ne tikai partijas to ietekmē. Tas, ka mums visu sponsorē valsts, arī sabiedriskos medijus, pēc būtības nozīmē, ka tie pavisam noteikti nav brīvi.

DALĪBNIIEKS 242: Tas ir pavisam noteikti. Ja sabiedriskie mediji dzīvo uz naudas...

DALĪBNIIEKS 186: Tādējādi viņus vairāk uzrauga, tāpēc atbilstoši auditorijai tiek piedāvāts attiecīgais saturs.

DALĪBNIIEKS 165: Man šķiet, ka tā arī ir.

Tādējādi, Latvijas medijos izveidojusies tradīcija veidot atsevišķas redakcijas, kuras pielāgo saturu dažādām auditorijām atkarībā no valodas lietojuma, mazākumtautību vidū šāda pieeja nevis veicina sajūtu par mediju pluralitāti, bet gan slēptām interesēm. Iespējams, saturs viena medija ietvaros nemaz nav kardināli atšķirīgs, tikpat labi iespējams, ka mazākumtautību mediju lietošanas paradumos ir raksturīgs mēģināt atrast un identificēt šīs atšķirības, uzskatot, ka tādām noteikti jābūt.

3.3. Iedzīvotāji, kas pārvalda vairākas mazākumtautību valodas

Fokusgrupās bija vairāki iedzīvotāji vai kuru lokā ir paziņas ar ukraiņu, baltkrievu vai poļu valodas zināšanām. Fokusgrupās neviens no klātesošajiem sabiedrisko mediju saturu šajās valodās neizmantoja. Novērojams, ka šīs valodu zināšanas tiek izmantotas, lai patērētu saturu attiecīgajās valstīs (ukraiņi – Ukrainas; baltkrievi – Baltkrievijas). Tas varētu būt saistīts ar intertekstualitātes fenomenu: mazākumtautības neuzskata par vajadzīgu lasīt informāciju šajās valodās, jo to tikpat labi jau ir saņēmuši latviešu vai krievu valodā un no pārējās valodās veidotā satura no šiem medijiem nesagaida papildus pievienoto vērtību, lai tā tuvinātu patiesības izziņai. Tā vietā tiek dota priekšroka attiecīgās valsts medijiem, kur tiek piemērota tā pati intertekstualitātes pieeja:

DALĪBNIIEKS 159 (Rīga 30-50): Jā, es lasu baltkrievu valodā, bet tas nenozīmē, ka es šajā valodā sarunājos. Es to neizmantoju. Saprast es varu. Bet jēgu tajā es nesaskatu.

MODERATORS: Bet kaut kādas ziņas, tur speciālie raksti baltkrievu valodā par notikumiem Baltkrievijā – tos arī lasāt?

DALĪBNIĒKS 159: Es cenšos Youtube skatīties Baltkrievijas ziņas. Pie kam cenšos skatīties ziņas gan no Baltkrievijas emigrācijas “Belsat”, un paralēli paskatīties, piemēram, ONT TV. Un tad ir interesanti tie aspekti, kas tiek apskatīti. Vairāk man ir interesanti uzzināt par dzīvi Baltkrievijā, par to, kas tur notiek, jo šobrīd nav tik vienkārši aizbraukt uz turieni. Interesanti ir paskatīties, kas notiek no dažādiem skatupunktiem.

MODERATORS (Daugavpils): Vai Jūs esat pamanījusi, ka RUS LSM viena sadaļa ir arī ukraiņu valodā?

DALĪBNIĒKS 34: Jā.

MODERATORS: Un cik bieži Jūs tās lasāt?

DALĪBNIĒKS 34: Ukraiņu valodā es lasu mazāk. Ir gadījies redzēt ziņas ukraiņu valodā, bet retāk. Jebkurā gadījumā cenšos lasīt latviešu valodā, krievu valodā būtu vienkāršāk, bet es saprotu, ka man vajag lasīt latviski. Man ir arī bērni, viens mācās 6.klasē, otrs ir vecāks, mācās latviešu skolā. Kā tad es viņiem varētu palīdzēt, ja pati nesaprotu valodu.

MODERATORS: Kādus sabiedriskos medijus Jūs skatāties vai lasāt [...] ukraiņu valodā.

DALĪBNIĒKS 34: Ukraiņu valodā es vairāk izmantoju Telegram – tur ir kanāli par brīvu.

Kā redzams, tad priekšroka tiek dota grupu saziņas kanāliem, tāpat arī tiešajai komunikācijai ar radiem un draugiem:

DALĪBNIĒKS 660 (Liepāja): Nē, neviens no viņiem [manām paziņām] neskatās ziņas baltkrievu valodā.

MODERATORS: Un Baltkrievijas ziņas, kas ir LSM portālā, arī nē?

DALĪBNIĒKS 660: Nē. Ziniet, visi sazinās telefoniski, caur datoru, Whatsapp. Visi sazinās savstarpēji. Kādēļ viņiem lasīt ziņas? Ja arī kaut kādi jaunumi ir, tad no radniekiem visu uzzināja.

MODERATORS (Rīga 50+): Vai esat ievērojusi arī saturu ukraiņu valodā?

DALĪBNIĒKS 268: Neko speciāli es nemeklēju. Bet bērni ložņā pa konkrētām tēmām, video un meklē visu, ko vajag. Meklētājā.

MODERATORS: Sociālajos tīklos arī neatceraties, ka būtu kāds padalījies ar saiti uz LSM ukraiņu valodā?

DALĪBNIĒKS 268: Nē, man radi ir Ukrainā. Lasu ziņas par Ukrainu latviešu valodā, zvanu tantei un jautāju: “Kā jums tur iet?”. Nestāstu, ka esmu lasījusi, vien prasu, kas tur, kas te vai citur. Nu, tante pastāsta tur par kaut kādiem notikumiem. Prasu, kā māsīcai iet, kā tur. Man atbild, ka viss mierīgi, klusi. Bet mums jau ir uzrakstīts, ka tur jau ir uzspīdzināts, iznīcināts un sazin kas vēl. Tāpēc – es zvanu, pārbaudu. Ar tādu attieksmi – izlasīju, nenoticēju... Politiku absolūti nē, vairāk izklaidējošu saturu.

Apkopojot iepriekš minēto, fokusgrupu dalībnieku izteikumi norāda uz ierobežotu interesi par Latvijas sabiedrisko medijiem veidoto saturu retāk sastopamajās mazākumtautību valodās, priekšroku dodot saturam latviešu un krievu valodā. Tā vietā, ja ir valodu zināšanas, priekšroka tiek dota tieši attiecīgās valsts medijiem, kur tiek piedāvāts plašāks saturs attiecīgajās valodās un tēmās.

4. Objektīvie un subjektīvie šķēršļi sabiedrisko mediju patēriņam

Ja interneta ziņu patēriņā novērojama daudzveidīgs un dažādu avotu patēriņš, tad televīzijas un radio gadījumā, kā arī izklaides žanrā konstatējams, ka joprojām Latvijā pastāv divas informatīvās telpas. Novērojams, ka tas saistīts ar to, ka mazākumtautības kopš Krievijas televīzijas kanālu slēgšanas vispār mazāk patērē televīziju:

DALĪBNIKES 655 [Liepāja]: Pieņemsim, TV [agrāk] rādīja krievu pārraides. Tu skaties krievu pārraides, spaidi pulti un, bams, esi jau latviešu kanālos. Kaut kas ieinteresēja un tu to noskatījies. Pēc tam krievu pārraides visas pazuda un tad, Dievs ar viņu, no kontakta izrāvām [televīzoru] un viss. Tagad pulti nespaidi.

DALĪBNIKES 242 (Daugavpils): Vēlreiz īsi par programmu kvalitāti. Nezinu, kāpēc, bet, kad sāc pārskatīt Krievijas izklaidējošos kanālus, tie tiešām piesaista un ievilina skatīties. Tātad, tie ir veidoti augstā kvalitātē. Pat es skatos, kaut arī tās ir muļķības, piemēram, kurš šodien tika izdzīts [jeb izbalsots no šova] vai kas notika. Bet Latvijas televīzijā šāda līmeņa programmu vienkārši nav.

DALĪBNIKES 165: Jā, vajadzētu izveidot kaut ko tādu kvalitatīvu, kā jau piedāvāja, piemēram, "Koru karus". Kaut ko tādu. Starptautisku, vispārinātu, ģimenisku...

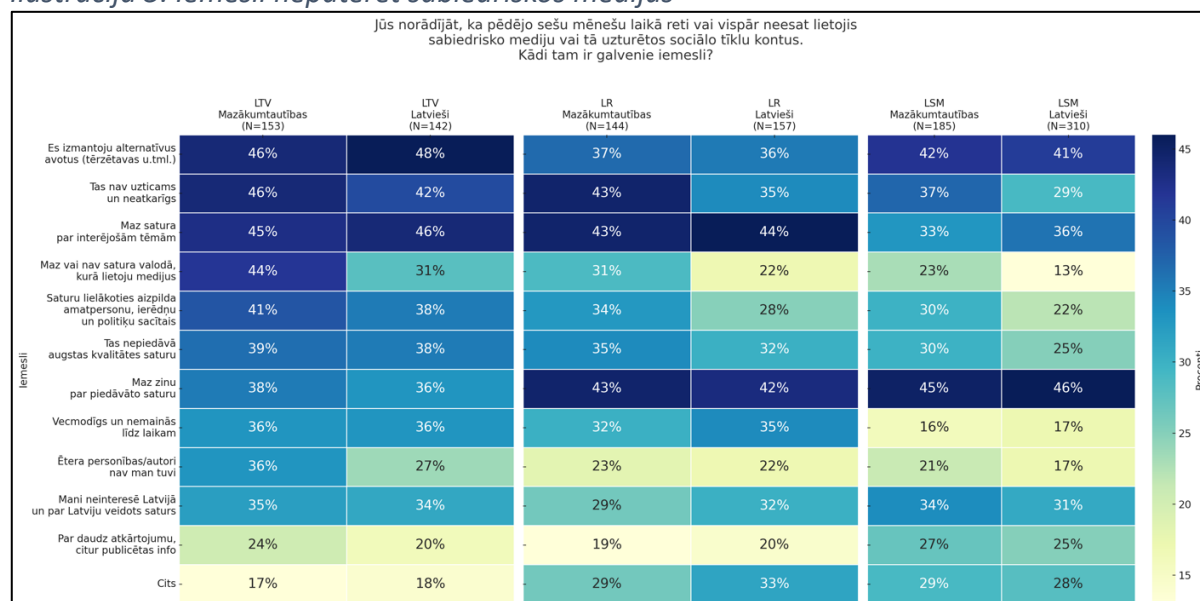
DALĪBNIKES 189: Nepietiek patriotisma, lai mēs varētu lepoties ar to.

DALĪBNIKES 165: Kaut ko tādu, kvalitatīvu.

Kritiski gan jāvērtē Dalībnieka 165 apgalvojums, ka Latvijas televīzijas kanālos izpaliktu izklaidējoša un patriotiska satura, bet šo viedokli neviens fokusgrupas dalībnieks nekonfrontēja. Vienlaicīgi uzreiz diskusijā norādot dalībniekam konkrētus piemērus par patriotisku saturu, piemēram, raidījumu "Es mīlu tevi, Latvija!" vai izklaidi, piemēram, "V.I.P. – Veiksme. Intuīcija. Prāts.", to neviens no klātesošajiem nezināja. Tas norāda, ka nav runa tikai par satura piedāvājumu, bet arī interesējošā satura sasniedzamību vai iespējams pieradumu patērēt izklaidi dzimtajā valodā. Sabiedrisko mediju sabiedriskā labuma aptaujā 2024 starp to mazākumtautību respondentiem, ka reti vai nekad nelieto sabiedriskos medijus kā visbiežāko iemeslu min alternatīvu mediju izmantošanu, neuzticēšanos vai maz interesējoša satura (skat 5. Ilustrāciju).

Lielākoties nelietošanas iemesli mazākumtautībām ir līdzīgi latviešiem, bet iezīmējas arī atšķirīgi iemesli. Visupirms, tas ir satura trūkums valodā, kurā mazākumtautības lieto medijus. Otrkārt, Latvijas Televīzijas gadījumā ievērojami biežāk iedzīvotāji nejūt saikni ar ētera personībām nekā latvieši. Savukārt Latvijas Radio un LSM gadījumā ir lielākas atšķirības starp neuzticēšanos kā iemeslu attiecīgo mediju nelietošanai salīdzinājumā ar Latvijas Televīziju. Šī atšķirība varētu būt saistīta ar faktu, ka gan Latvijas Radio, gan LSM ir atsevišķs kanāls/platforma mazākumtautību valodās, bet, kā norādīts iepriekš (skat. sadaļu 3.2. par mediju redakcionālās neatkarības uztveri, ja saturs tiek veidots vairākās valodās), tas nevis veicina uzticēšanos un sajūtu, ka medija ietvaros pastāv redakcionāls plurālisms, bet gan augstāku neuzticēšanos medijam kopumā un mazina tā patēriņu.

Ilustrācija 5. Iemesli nepatērēt sabiedriskos medijus



Piezīme: Mazākumtautības (N=1,389) šeit aptvertas visplašākajā definīcijā (Ietver jebkuru respondentu, kas atbilst vismaz vienam no šiem kritērijiem: Identificē sevi kā piederīgu mazākumtautībām; ģimenes sarunvaloda: Krievu/Cita; tautība: Krievu/Cita). Pamatojumu šādam mazākumtautību tvērumam skat. sadaļā “Izpratne par mazākumtautībām paredzētajām tiesībām un pašidentifikācija”.

Avots: Sabiedrisko mediju sabiedriskā labuma tests 2024

Arī diskusijās bija gadījums, kad televīzijā vai internetā publicēts diskusiju saturs, kas teorētiski būtu pastiprināti interesējošs mazākumtautībām, ja interesē viedokļu daudzveidība un intertekstualitāte, tieši sabiedriskajos medijos nebija zināms respondentam:

MODERATORS (Liepāja): Bet jūs, Dalībnieks 660, vai kādus komentārus arī lasiet sociālajos tīklos vai rakstos?

DALĪBNIKES 660: Komentāri ir obligāti

MODERATORS: Obligāti?

DALĪBNIKES 660: Es reizēm tieši ar tiem sāku.

MODERATORS: Arī lai redzētu kādas diskusijas?

DALĪBNIKES 660: Es jau redzu, kas tur un kādas tēmas...

MODERATORS: Tad kāpēc tieši pašas diskusijas un intervijas jūs neskatāties?

DALĪBNIKES 660: Es ne tik labi saprotu latviešu valodu.

DALĪBNIKES 1198: Krievu valodā jau arī ir.

MODERATORS: Bet Doma laukums, Youtube – arī ir. Ne visai?

DALĪBNIKES 660: Man tas nešķiet pārāk interesanti.

MODERATORS: Jo?

DALĪBNIKES 660: Tagad [šajā diskusijā] šo to esmu paklausījusies, varbūt kaut kas mani ieinteresēs.

Novērojumu, ka attiecībā uz televīzijas saturu izklaides jomā pastāv divas informatīvās telpas, apstiprina arī paši fokusgrupu diskusiju dalībnieki:

DALĪBNIKES 242 (Daugavpils): Latvieši skatās vienu, un mums, krievi, nevienam nav ne LTV1, ne LTV7. [...] Mēs neskatāmies vienas un tās pašas programmas. Līdz ar to nav iespējams

apspriest, ko esam redzējuši un vai citi to arī ir pamanījuši. Piemēram, kāds saka: "Vakar tur bija tas un tas." Bet kāds "tas un tas"? Man pat nav ne jausmas, kas tur tika rādīts. [...]

DALĪBNIKES 189: Ļoti gribu pieminēt kādu faktu - Padomju laikā, es biju Padomju laiku cilvēks, vēl pagājušajā gadsimtā mēs skatījāmies "Kas, kur, kad". Visa valsts to skatījās un pēc tam pārrunāja.

MODERATORS: "Vienkārši Marija" arī pārsprida...

DALĪBNIKES 189: "Vienkārši Marija" arī. Tādi raidījumi kā "Balss", vienkārši, bez politikas, izklaidējoši. Tādu bija daudz krievu kanālos. Tie ir arī tagad. Es ticu, ka šie raidījumi vēl arvien ir tajos kanālos. Bet es nezinu, vai Latvijā būtu tādi raidījumi, kas būtu pieejami visiem - izklaidējoši raidījumi, kas būtu visiem interesanti un liktu ar nepacietību gaidītu nākamo raidījumu. Manā pieredzē tādi nav redzēti. [...] Es mēģināju Latvijas Televīzijā kaut ko tādu atrast, lai vakaros regulāri paskatītos kādu seriālu, kaut arī bezjēdzīgu, bet es neko neatradu. Varbūt es ne tā meklēju.

DALĪBNIKES 242: Nu, ir tāds raidījums kā "Gudrs, vēl gudrāks". Un arī tad par šo raidījumu es uzzināju, kad sievai skolā teica, ka kāds skolnieks ir aizbraucis uz turieni. Tad mēs paskatījāmies. It kā interesanti. Bet mēs noskatījāmies to vienu raidījumu un vairs pie tā neatgriezāmies, jo nākamās reizes pazīstama skolnieka tur nebija. Līdz ar to nebija arī vēlme..

DALĪBNIKES 189: Man šķiet, ka tie raidījumi ir diezgan garlaicīgi, tādi monotoni.

Minētais norāda, ka pašreizējā fragmentētājā mediju telpā daļai iedzīvotāju ir ilgas pēc tās mediju vides, kas pastāvēja iepriekš ar dažiem informatīvajiem kanāliem. Jāuzsver, ka tam nav tiešas saistības ar Padomju Savienības mediju telpu, bet gan ar plašāku mediju vēsturi, kur agrāk satura piedāvājums bija vienvirziena, bez interaktivitātes un aktīva lietotāja iesaistes. Unificēta mediju dienaskārtība, it sevišķi izklaides jomā, šobrīd ir teju neiespējama. No otras puses, minētais norāda, ka mazākumtautību iesaiste Latvijas informatīvajā telpā ārpus politikas jautājumiem ir vāja, kas arī atspoguļojas tajā, ka Latvijas mediju piedāvājums tām nav saistošs un pievilcīgs.

Citiem vārdiem, šīs auditorijas vajadzības netiek ņemtas vērā un tā nespēj ieraudzīt veidotajos raidījumos personas, kas tās reprezentētu, tai skaitā un jo īpaši attiecībā uz ētera personībām sabiedriskajā televīzijā. Gadījums ar epizodisku "Gudrs, vēl gudrāks" skatīšanos ir spilgts apliecinājums, ka mazākumtautību pārstāvju piedalīšanās izklaides raidījumos piesaista mazākumtautības un var veicināt to sasniedzamību. Taču šajā gadījumā acīmredzami par maz ir ar vienu dalībnieku – iespējams, ja arī raidījumu vadītāju vidū būtu plašāka mazākumtautību pārstāvība, interese un raidījumu sasniedzamība mazākumtautību vidū būtu arī plašāka.

5. Sabiedrisko mediju mērķi attiecībā pret mazākumtautībām un rekomendācijas satura un pieejas veidošanai mazākumtautībām

Šī pētījuma noslēdzošajā nodaļā analizēti fokusgrupu dalībnieku viedokļi par sabiedrisko mediju lomu mazākumtautību garantētajām tiesībām Satversmē. Dalībnieki diskusijās izteica dažādus uzskatus gan par savas etniskās grupas pozīciju sabiedrībā, gan dažādas idejas par sabiedrisko mediju satura turpmāko attīstību atbilstoši interesēm un informācijas vajadzībām. Sabiedrisko mediju mazākumtautību platformas attīstību nevar skatīt atrauti no pašu mazākumtautību pašidentifikācijas, tāpēc sākotnēji analizēti dalībnieku izteikumi par mazākumtautību jēdzienu, savukārt pēcāk identificēti konkrēti satura virzieni, kur attīstīt sabiedrisko mediju saturu mazākumtautību valodās.

5.1. Izpratne par mazākumtautībām paredzētajām tiesībām un pašidentifikācija

Līdzīgi kā fokusgrupu dalībnieku vidū par krievu valodas lomu Latvijā ir dalīti un kardināli pretēji viedokļi, līdzīgi pretēji viedokļi dalībniekiem ir arī par savas etniskās grupas lomu sabiedrībā. Šajā gadījumā daudzi sevi nepieskaita pie mazākumtautībām jeb minoritātei.

MODERATORS (Rīga 30-50): Pēdējais mans jautājums būs – tagad sabiedriskie mediji strādā pie jauna portāla jaunā platformā tieši mazākumtautībām. Vai esat kaut ko par to dzirdējuši vai arī neesat dzirdējuši?

DALĪBNIKES 367: Mazākumtautības - tas ir kas?

[...]

DALĪBNIKES 307: Pats jēdziens mazākumtautība skan aizvainojoši[...]

DALĪBNIKES 468: Man nosaukums – mazākumtautība – nekādi mani tas neuztrauc. Ne pazemo, neko, absolūti normāli.

MODERATORS (Liepāja): Tagad sabiedriskajiem medijiem ir jauns uzdevums, kā attīstīt, to, ko viņi sauc par platformu mazākumtautībām. Esat dzirdējuši par to?

DALĪBNIKES 675: Es esmu dzirdējis, pareizi būtu, esmu lasījis.

MODERATORS: Ko Jūs par to esat dzirdējis?

DALĪBNIKES 675: Ka viņi grib attīstīt platformu mazākumtautībām tieši.

DALĪBNIKES 1198: Mazākumtautības viņiem – tie ir kuri?

MODERATORS: To es Jums gribu pajautāt.

DALĪBNIKES 1198: Latvijā krievi neskaitās mazākumtautības, līdz ar to ir jāsaprot, kādā valodā būs šī platforma un kāds sakars ir mums ar to visu.

DALĪBNIKES 675: Ja tieši ukraiņiem, baltkrievi, poļiem vai vēl kaut kam iespējams, bet krievi šajā visā neietilpst, kā esmu sapratis.

DALĪBNIKES 1198: Mēs jau sen tur neietilpstam, jo krievu ir ļoti daudz un līdz ar to mēs netiekam uzskatīti par mazākumtautību kā tādu.

DALĪBNIKES 675: Kaut gan daudzi krievi, tādi kā es, mani vecāki te dzimuši un auguši – vēl no piecsimtajiem gadiem ir te, jau cik gadsimtus viņi te ir bijuši un es neuzskatu sevi par mazākumtautību. Es te esmu kā pamatiedzīvotājs.

DALĪBNIKES 655: Tāpat esi mazākumtautība. Vienkārši tu esi patriots, pilsonis.

Tā vietā diskusiju dalībnieki nevēlas, lai tos kā īpaši izceltu vai apzīmētu. Daudzi no viņiem vēlas būt vienkārši Latvijas pilsoņi, nevis iezīmēti kā mazākumtautības. Citiem vārdiem sakot, lai gan

Satversmē mazākumtautībām ir paredzētas tiesības un aizsardzība, paši iedzīvotāji to saskata kā hierarhisku un šķeļošu apzīmējumu.

DALĪBNIKS 367 (Rīga 30-50): Ja gribat publicēt dažādās valodās, tad vienkārši izveidojiet izvēlni – LV, RU un citas. Man nepatīk, ka visu laiku ir šis uzstādījums – krievu, latviešu. Visur, kur vien skaties, ir cīņa par krievu valodu. [...] Vienkārši izveidojiet jebkuru [vienu] platformu un tikai, lai valodas var pamainīt. Agrāk tā bija un tas nekā citādi netika nosaukts.

MODERATORS: Dalībnieki 307, Jums varbūt?

DALĪBNIKS 307: Pilnībā piekrītu. Kādēļ vispār vajag izdomāt kaut kādas aizvairojošas tēmas – minoritāte. Krievu valodā runā, vismaz saprot, man liekas, 60% iedzīvotāju.

DALĪBNIKS 824 (Rīga 50+): Pavisam vienkārši – izveidot normālu tulkotāju, lai ielogojoties jau redzi – latviešu versija, krievu versija, vācu versija un tu vari izvēlēties. Kāpēc? Personīgi man vismazāk interesē tas, kas notiek Igaunijā vai Lietuvā, bet mani interesē tas, kas notiek Latvijā.

No otras puses, fokusgrupu dalībnieki citviet pauž pozitīvu sajūsmu par sabiedrisko mediju saturu ne vien latviešu valodā, bet citās valodās un pat dialektos, kaut iepriekš par to dalībnieki ir izteikušies, ka to nelieto:

DALĪBNIKS 327 (Rīga 50+): Esmu dzirdējis, ka [sabiedriskajos medijos] ir kaut kādas pārraides latgaļu valodā, bet Doma laukumā – LR4 ir dažādas valodas: tur ukraiņu, poļu, arī lietuviešu valoda. Tur bija arī tas, kā sauca.... Nu, vienkārši, ne tas, ka es tās saprastu, bet gan tāpēc, ka tu ieslēdzi un – uuuu, interesanti šī valoda skan.

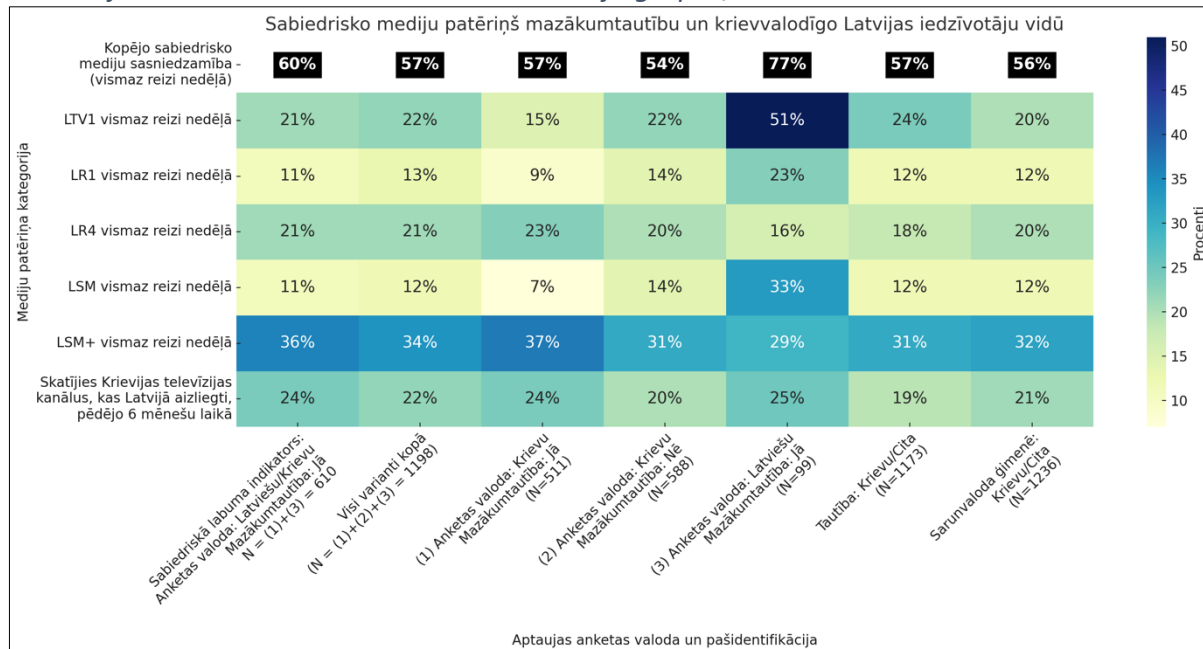
Citiem vārdiem, kaut gan ne visi fokusgrupu dalībnieki sevi identificē kā mazākumtautības, tie visi vēlas attieksmi un aizsardzību, kas tām paredzēta Satversmē. Tas norāda, ka problēma nav pašā konceptā, kas pagērē aizsardzību noteiktai sabiedrības grupai, bet gan apzīmējumā, kurā ir ietverts minoritātes jēdziens. Tā vietā vairums mazākumtautību iedzīvotāju vēlas, lai tos saista ar jēdzieniem, kas nav saistīti ar etnisko izcelsmi, bet gan būtu iekļaujoši un piemērojami neatkarīgi no tautības.

Arī Sabiedrisko mediju sabiedriskā labuma 2024. gada aptaujas dati norāda, ka Latvijā ir ievērojama sabiedrības daļa, kas ikdienā lieto krievu valodu, bet vienlaicīgi neuzskata sevi par piederīgu mazākumtautībām. Šajā aptaujā vienā no jautājumiem tiek noskaidrots, vai respondents sevi uzskata piederīgu par kādu no sabiedrības grupām, kurām saskaņā ar sabiedrisko pasūtījumu sabiedriskajiem medijiem ir īpaši jāpievērš uzmanība: cilvēki ar invaliditāti, lauku iedzīvotāji, kā arī mazākumtautības. Kopumā pie mazākumtautībām sevi pieskaitīja 18% aptaujāto, savukārt anketu krievu valodā izvēlējās aizpildīt 33% jeb gandrīz divreiz vairāk no aptaujas dalībniekiem.

Biežāk respondenti, kuri anketu pilda krievu valodā, bet neidentificē sevi pie mazākumtautībām, ir tie, kuru ģimenē visbiežāk sarunājas latviešu valodā, Latgalē dzīvojošie, iedzīvotāji ar pamatizglītību. Tāpat relatīvi jaunāki iedzīvotāji sevi nesaista ar mazākumtautībām: vecuma grupā no 25-34 gadiem pie mazākumtautībām sevi pieskaitīja 58% aptaujāto, kas izvēlējās aizpildīt anketu krievu valodā, iepretim 51% vecuma grupā no 55-64. Tas liecina, ka ar mazākumtautībām neidentificējas divas atšķirīgas iedzīvotāju grupas, kas ikdienā dod priekšroku krievu valodai: no vienas puses, tie ir jaunāki iedzīvotāji, kuri ikdienā

saskaras ar latviešu valodu (piemēram, to lieto ģimenē), no otras puses, tie ir iedzīvotāji, kas dzīvo vidē, kur latviešu valoda ir retāk sastopama. Kopumā ņemot, šajā daudzveidīgajā iedzīvotāju grupā ir arī zemāka sabiedrisko mediju sasniedzamība nekā to vidū, kas sevi identificē kā mazākumtautības (skat. 6. Ilustrācijas 1. un 4. kolonnu).

Ilustrācija 6. Sasniedzamība dažādās iedzīvotāju grupās, kas saistītas ar mazākumtautībām



Avots: Sabiedrisko mediju sabiedriskā labuma aptauja, 2024

Ilustrācijā norādītas vairākas iespējamās dimensijas, kuras ļauj dažādi definēt mazākumtautības Latvijā. Pašreiz lietotais sabiedriskā labuma novērtējumā (1. kolonna) iekļauj relatīvi maz respondentu. Plašākais tvērums ir gadījumā, ja mazākumtautību definīcijā iekļauj ikvienu, kuram ģimenes sarunvaloda nav latviešu (7. kolonna; šāds tvērums izmantots Latvijas Televīzijas 2023. gada sabiedriskā pasūtījuma atskaitē, analizējot portāla LSM auditorijas dinamiku²⁰), tam seko grupa, kurā apvienoti tie, kuri anketu pildījuši krievu valodā, kopā ar tiem, kuri anketu pildījuši latviešu valodā, bet atzīmējuši sevi kā piederīgu mazākumtautībām (2. kolonna). Aptuveni līdzīgi ir gadījumā, ja mazākumtautības iekļauj ikvienu, kas nav sevi identificējis ar latviešu tautību (6. kolonna). Abos šajos gadījumos sabiedrisko mediju sasniedzamība reizi nedēļā ir nedaudz zemāka (57%) nekā pašreizējā sabiedriskā labuma novērtējumā (60%).

Taču šīs atšķirības nav statistiski nozīmīgas. Tāpat arī citos gadījumos, skatot atsevišķu sabiedrisko mediju kanālu lietojumu, atšķirības lielākoties nav būtiskas un ne vienmēr tendences ir identiskas. Drīzāk, katrā apakšgrupā novērojamas niansētas īpatnības attiecībā par noteiktu sabiedrisko mediju kanālu vai platformu patēriņu. Tas apstiprina tēzi, ka mazākumtautības nav vienota grupa vai ka tās atšķirības ir saistītas ne vien ar attiecīgā respondenta vecumu un to, ka dzimtā valoda nav latviešu valoda. Vienīgais izņēmums ir gadījumā, ja respondente izvēlējusies aizpildīt anketu latviešu valodā un identificējusies kā mazākumtautībām piederīgu, kas ir visretākais gadījums no visiem variantiem (N=99). Šajā gadījumā novērojams būtiski augstāks latviešu valodā veidotā satura kanālu/platformu (LTV1

²⁰ Skat. 29.-30. lpp: <https://www.sepl.lv/lv/media/2262/download?attachment> (skatīts 01.11.2024.)

& LSM & LR1) patēriņš, kamēr LSM+ un LR4 patēriņš ir viszemākais no visām analizētajām grupām, kaut joprojām ir būtisks.

5.2. Mazākumtautībām interesējošā tematika

Diskusiju dalībnieki sabiedriskajos medijos vēlas daudzveidīgu saturu, kas būtu saistīts ar ikdienas dzīvi un mazāk ar iekšpolitiku vai ārpolitiku, kur šāda informācija jau ir komercportālos, kas tiek bieži pasniegta sensacionāli un pārspīlēti, kā arī no kuras mazākumtautību iedzīvotāji mēdz izvairīties pilnībā. Sabiedrisko mediju saturā iedzīvotāji vēlas ieraudzīt citu dienaskārtību:

DALĪBNIKS 655 (Liepāja): Sabiedriskie mediji var konkurēt ar privātajiem. Bet privātajos jau ir reklāma un viss pārējais. [Lai sabiedriskie mediji] Cīnās par to, lai viņus vairāk lasītu, tur ir [jābūt] vairāk starptautisku tēmu, vai arī vēl kaut ko ieliek.

MODERATORS: Sabiedriskajiem medijiem ir kaut kāds saturs, kas kampaņveidīgi...

DALĪBNIKS 655: Jābūt, tur vēsture, kultūra...

MODERATORS: ...“Dod pieci” ir akcija, kur var ziedot invalīdiem, bērniem. To esat pamanījuši?

DALĪBNIKS 660: Ir tāds, jā.

MODERATORS: Viņiem bija rakstu sērija par to, kā Latvija cīnās ar vēzi, visu dara, lai būtu labāk. Arī par to, kāpēc Latvijā tik daudz lieto alkoholu. Akcijas... Ievērojāt to? Tas gāja tā kā pa sērijām.

DALĪBNIKS 655: Es lasīju par vēzi, man mazliet aktuāli bija. Par bērniem lasi, par sunīšiem lasi, kas patversmēs. Atkal jau, ne visi aizraujas ar politiku, ne visi aizraujas ar bērniem un ekonomiku. Ir interesanta tieši vienkāršo ļaužu dzīve, konkrēti, ja runājam, tad slimu cilvēku dzīve, jo, ja ģimenē tev kaut kas tāds ir, tas ļoti ieinteresēs. Ja tu aizraujies ar sunīšiem, kaķīšiem vai piebaro pagalmā kādu tur, tad ieraugu stāstu par kādu patversmi, atkal jau ieinteresēs. Mani ieinteresēs tas pats drons, kas nokrita Rēzeknē. Un atkal jau ir konkrēts procents cilvēku, kurus tas interesēs. Tās ir daudzveidīgas ziņas un tās ir vajadzīgas.

DALĪBNIKS 1198: Pat kulinārija kādam šķitīs interesanta.

DALĪBNIKS 655: Tā ir mūsu dzīve, kas notiek mums līdzās. Daudzi, pieņemsim, atnāk no darba, pie datora apsēdās un pat nezina, kas notiek viņa pagalmā. Bet, iespējams, tev blakus interesanti cilvēki dzīvo, kas ar kaut ko nodarbojas. Kādam tas būtu jāatspoguļo, lai tas mani ieinteresētu, dažreiz izietu pagalmā un lai piedalītos kaut vai tajos pašos “Baltā galdauta” svētkos, vai vēl kaut kur.

Runājot par specifiskām tēmām, visās fokusgrupās mazākumtautību iedzīvotāji uzsvēra nepieciešamību pēc likuma grozījumu un citu normatīvo aktu skaidrojumiem, jo likumi sarakstīti tehniski sarežģītā valodā.

DALĪBNIKS 367 (Rīga 30-50): Likumi labākajā gadījumā ir pārtulkoti angļu valodā, bet latviešu valodā daudz avotu, tas pats “Jurista Vārds”, juristi ir paņēmuši par jebkuru tēmu un uzreiz visu nokomentējuši, par algām, par slimības lapām, vienalga par ko. Un tas ir kvalitatīvs saturs, kas vienkāršā valodā uzrakstīts un vienkāršam cilvēkam ir saprotams. Izlasīji rakstu un saprati.

DALĪBNIKS 655 (Liepāja): [Gribētu vairāk] Pieejamākus skaidrojumus.

DALĪBNIKS 1198: Un tas ir ne tikai par politiku...

MODERATORS: Pārlikt likumu valodu uz vienkāršo valodu.

DALĪBNIIEKS 1198: Jā, uz cilvēku valodu. Par tiem pašiem ceļiem, ko pieminēja Dalībnieks 660. Tas pats.

DALĪBNIIEKS 675: Parasta cilvēka smadzenēm pieejamu, ne juristam, ne grāmatvedim, bet parastam cilvēkam.

DALĪBNIIEKS 655: Ne tik šaurā fokusā.

[...]

DALĪBNIIEKS 675: Tieši to informāciju, kas sagaidāms. Tieši nākotnē.

DALĪBNIIEKS 1198: Lai sabiedriskie mediji vairāk atvērtu acis tiem cilvēkiem, kas tik ļoti neiedziļinās tajā visā, bet tomēr gribētu to visu saprast.

Turklāt šīs informācija interesē ne tikai par izmaiņām, kas skar lielāko daļu Latvijas iedzīvotājus (piemēram, izmaiņas pensiju sistēmā), bet arī specifiskas nozares:

DALĪBNIIEKS 186 (Daugavpils): Es vēl papildināšu. Man ir tāds hobijs – medības. Un ja nebūs sabiedriskie mediji krievu valodā, tad ar visiem noteikumiem, kaut kādiem likumiem, būs jāiepazīstas ar tulkotāja palīdzību.

DALĪBNIIEKS 754 (Rīga 30-50): Ja man ir kaut kādi jautājumi, ja tie saistīti ar likumiem, tad es pāreju pie likumiem. Ja kaut kas jauns ir pieņemts, tad es to izlasu tur – likumos, tā ir. Pieņemsim, man vecākais bērns – meitiņa, ir bērns ar problēmām. Ja kaut kas mainās tajā sfērā, es redzu, ka ir kaut kādas izmaiņas, un ja man ir papildus jautājumi, tad es pāreju uz to pašu Labklājības ministrijas lapu. Pateicoties medijiem es vismaz uzzinu, kad tiek veiktas kaut kādas izmaiņas. Bet no kurienes man citur uzzināt? Likumi.lv katru dienu ieiet? Es to nedarīšu.

Tāpat reģionos (Daugavpilī un Liepājā) iedzīvotāji norādīja, ka vēlētos plašāku reģionos dzīvojošo pārstāvību. Tas ne tik daudz saistīts ar vietējiem notikumiem, par ko saturu nodrošina reģionālie mediji, bet gan saturā iekļaut viedokļus, kas reprezentētu reģionos dzīvojošo domas un uzskatus un kā Rīgā pieņemtie lēmumi uz viņiem attiecas.

DALĪBNIIEKS 186 (Daugavpils): Es noteikti varu teikt, ka tas neattiecas tikai uz Daugavpili, bet uz visu Latvijas teritoriju, izņemot Rīgu. Ja brauksiet uz Liepāju, arī tur teiks, ka informācija ir nepietiekama.

DALĪBNIIEKS 165 (Daugavpils): Man šķiet, ka Latgales pamatproblēmas ir ekonomiskas, un te televīzijai vai citiem medijiem būtu jāsniedz informācija, lai izlīdzinātu situāciju – dodiet informāciju, kas ir pieejama visiem. Tā jau ir katra cilvēka izvēle, ko ņemt vērā. Bet, ja cilvēkam nav darba un viņš ir spiests meklēt kaut ko citur, var arī aizrauties ar nepareizu informāciju.

Taču arī dalībnieki Rīgā norādīja, ka saturā dominē politika un mazāk ir ziņas par ikdienas dzīvi. Iespējams, ka tas saistīts ar situāciju, ka daudzi mazākumtautību iedzīvotāji nepatērē saturu par politiku, tāpēc ikdienā mēdz izjust jaunu ziņu iztrūkumu, jo saturs salīdzinājumā ar politisko dienaskārtību saistītajām ziņām ir nabadzīgāks.

DALĪBNIIEKS 159 (Rīga 30-50): Ļoti pietrūkst kaut kādu kanālu, kas pasniedz vienkāršu informāciju – man būtu interesanti uzzināt, kas notiek Rīgā, kad beigsies kaut kāda ceļa remonts. Tā vietā, ja es ieslēdzu to pašu kanālu “Novoje Vremja”, pārsvarā viss izlaidums ir par

kaut kādiem politiskiem notikumiem, kas man nemaz nav interesanti. To es uzskatu par problēmu, ar kuru esmu saskāries medijos.

MODERATORS: Youtube?

DALĪBNIKES 159: Youtube es skatos tematiskās kolekcijas, kas mani interesē. Tā ir vieta, kur tu atbrīvo savu dvēseli no visas tās politiskās disonanses.

Tieši mediju nespēja skatīt ekonomiku atrauti no politikas ir viens no iemesliem, kāpēc iedzīvotājiem rodas neuzticība arī mediju saturam, uzskatot, ka arī šī vide ir identiska visām pārējām ekonomikas nozarēm valstī:

MODERATORS (Rīga 30-50): Labi. Bet ārpus politikas kaut kas cits [jūs interesē]? Kā jūs teicāt – [medijos ir] vai nu tikai par politiku, vai nu par karu.

DALĪBNIKES 754: Es jau principiāli vairs par politiku nelasu.

DALĪBNIKES 307: Politika, jā. Tā ir visur. Pietiekami netīra lieta, bet tā ir visur. Tas ir, tu atnāc uz veikalu, cenas paceltas. Gribi negribi – atkal jau domā par politiku. Diemžēl, bet patiesība.

DALĪBNIKES 367: Jūs sakāt – kaut ko bez politikas. Diemžēl, Latvijā ekonomiskā vara ir ļoti saistīta ar politisko. Tas ir, pie katra lieta kaut kā veidošanas brīža stāv kāda politiskā partija. Un tu saproti, ka jebkura parādīšanās jebkurā sfērā, vienalga būs saistīta ar politiku. Tur ir politiskās intereses. Un kamēr tu saproti, ka jebkas, kas notiek vai nenotiek tikai tāpēc, ka kādam tas ir izdevīgi vai arī nav izdevīgi politiskajā vidē, tu to tikai skaties caur politisko prizmu. Un tikai tāpēc tu neuzticies kaut kādām ziņām, tāpēc, ka uzreiz – tur tādu likumu pieņem vai arī tur kaut ko cels, un kam tas tagad ir izdevīgi? Un pēc tam, pēc pieciem gadiem mēs jau uzzinām, “Nekā personīga” izmeklē – tas tam bija izdevīgi, kaut kas cits – citam. Tāpat kā ar Lembergu, tagad viss uzpeld.

Fokusgrupu dalībniekiem ir sajūta, ka diskusijās uzaicinātie krievvalodīgie pārstāvji mēdz tikt ierobežoti un nespēj izteikt savu domu.

DALĪBNIKES 1198 (Liepāja): Man patīk, kad viņi [eksperti diskusijās] gandrīz [vienmēr] viens otram iebilst. Es vienalga palikšu pie sava viedokļa, bet interesanti ir paklausīties.

DALĪBNIKES 675: Dažādi viedokļi ir ļoti interesanti.

MODERATORS: Jūs arī sadzirdat dažādus viedokļus?

DALĪBNIKES 1198: Jā, protams.

DALĪBNIKES 675: Jā.

MODERATORS: Bet atšķirīgu [un vienlaicīgi tādu, kas vairāk raksturīgs] jūsu viedoklim?

DALĪBNIKES 1198: Reizēm pat acīmredzami, arī krievu. Es politiskos vairāk skatos – tās Stabilitāte un Saskaņas centrs, arī Latvijas Krievu savienība. Ir redzams, kā viņi periodiski cenšas vilkt deķi uz savu pusi, bet viņiem tas neizdodas. [...] redzi, ka no latviešu puses tieši tāpat ir tāda izteikta agresija par kaut ko, krievi vispār neko nevar izdarīt – [vadītāji] maina tēmu, maina vēl kaut ko. Neļauj pat izteikties cilvēkam. Tas arī ir ļoti pamanāms.

Vēlos pievērst uzmanību, ka šeit problēma mazāk saistīta ar diskusijas vadītāja vai vadītājas stilu, bet vairāk ar to, ka mazākumtautības mēdz saredzēt savu reprezentāciju medijos šauri caur politisko partiju pārstāvjiem. Tas nozīmē, ka cita veida reprezentācija pastāv mazākā mērā, jo ar to mazākumtautību iedzīvotāji sevi neasociē tik lielā mērā kā ar politiskajām partijām un to pārstāvjiem.

6. Secinājumi

Sabiedrisko mediju sabiedriskajos pasūtījumos paustas apņemšanās nodrošināt to veidotajā saturā nozīmīgu lomu un reprezentāciju mazākumtautībām. Gan Latvijas Televīzija, gan Latvijas Radio uzsver vēlmi mazākumtautībām piešķirt pastāvīgu, aktīvu lomu sabiedrisko mediju organizētajās diskusijās ārpus specifiski šīm grupām mērķētajām sabiedrisko mediju platformām. Tiesa, konkrētāki soļi šādas reprezentācijas sasniegšanai nav norādīti. Latvijas Radio gadījumā tās vidējā darbības stratēģijā par laiku no 2019. līdz 2024. gadam par Latvijas Radio 1. programmu un Ziņu dienesta raidījumiem norādīts, ka to tematikā “regulāri tiek iekļauti arī pilsoniskās sabiedrības un integrācijas politikas jautājumi, analizējot galvenās institūciju atbildības, rīcības virzienus un attīstības modeļus” jeb satura tvērums mazākumtautību tematikā ir limitēts par integrācijas un pilsoniskās sabiedrības tēmām. Taisnības labad gan jāpiebilst, ka minētā stratēģija tapa pirms visaptveroša ekspertu izvērtējuma par sabiedrisko mediju sabiedrisko labumu,²¹ no kā arī, visticamāk, ņemta šīs rindkopas sākumā minētā apņemšanās par mazākumtautību iesaistīšanu plašākā tematu lokā, kas ir iekļauta sabiedrisko mediju jaunākajos sabiedriskajos pasūtījumos. Tāpēc vidējā darbības stratēģija ir drīzāk vēsturisks dokuments, kas norāda uz iepriekšējo pieeju sabiedrisko mediju satura veidošanā.

Šobrīd acīmredzami tiek sperti pirmie soļi, lai to mainītu. Tomēr Latvijas Televīzijas gadījumā jaunākajā sabiedriskajā pasūtījumā joprojām uzsvērtā līdzšinējās prakses turpināšana, kurā norādīts, ka uzdevuma “saturā reprezentēt sabiedrības daudzveidību, tajā skaitā mazākumtautības” izpilde paredzēta šādi: “Plašu mazākumtautību loku aptvers multimediju mazākumtautību platforma RUS.LSM. 2024. gadā plānots veidot saturu četrās mazākumtautību valodās: krievu, ukraiņu, poļu un baltkrievu.”²² Savukārt atskaitē par 2023. gadu lielākoties uzsvērts, ka saturs ir atspoguļots *arī* mazākumtautību platformā, nevis kā mazākumtautības reprezentētas latviešu valodā veidotā saturā. Tāpat norādīts, ka LR4 saturs tiek integrēts mazākumtautību platformā.²³ No atskaites netop skaidrs, cik liels īpatsvars ir sadarbībai starpvalodu projektiem (kas tiek arī pieminēti, piemēram, sadarbība starp LTV Ziņu dienestu un mazākumtautību platformu²⁴) un cik liela tā ir vienas valodas ietvaros. Atskaites saturs kopumā liecina, ka starpmediju sadarbība lielākoties notiek pēc valodas kritērija (latviešu valodā veidots saturs – latviešu valodas kanāliem/platformām; mazākumtautību valodā veidotais – mazākumtautību).

Šāda konceptuālā pieeja nav efektīva. Fokusgrupu diskusiju dalībnieki sagaida, ka sabiedriskajos medijos mazākumtautību iedzīvotājiem ir iespēja ieraudzīt sevi ārpus specifiski mazākumtautībām domātiem kanāliem un platformām.

Neizslēdzot iespēju, ka Latvijas mazākumtautību vidū joprojām ir auditorija, kuras mediju patēriņa repertuārs ir salīdzinoši šaurs un nekritisks (piemēram, daži vai viens televīzijas kanāls un/vai ziņu portāls ar vienpusēju informāciju), jāuzsver, ka realitātē tā ir fragmentēta grupa, kuru vieno krievu valodas zināšanas, bet kuras mediju patēriņa paradumi mazāk saistīti ar

²¹ Saulītis & Juzefovičs, *Visaptverošs Sabiedrisko Mediju Sabiedriskā Labuma Izvērtējums Par Laika Periodu 2020-2022*.

²² Skat. 49. lpp.: <https://www.seplp.lv/lv/media/2736/download?attachment> (skatīts 01.11.2024.)

²³ Skat. 108. lpp.: <https://www.seplp.lv/lv/media/2262/download?attachment>

²⁴ Skat. 108.-109. lpp.: *Ibid.*

etnisko izcelsmi, bet gan ar citiem sociāldemogrāfiskajiem apstākļiem.²⁵ Piemēram, Struberga un Ozoliņa apraksta, kā Covid-19 pandēmijā mazākumtautības fokusgrupu diskusiju laikā pauda subjektīvo sajūtu par atstumtību un Latvijas valdības nevēlēšanos viņiem palīdzēt.²⁶ Šāda izjūta, kaut varētu būt izteiktāka mazākumtautībām, nebūtu tieši saistāma ar etnisko izcelsmi, bet gan plašāku sociālpolitisko un ekonomisko situāciju, kuru neļauj saskatīt etnocentriska vai lingvistiska perspektīva.

Latvijas sabiedrisko mediju šo jauno realitāti neņem vērā, kad tiek veidota kanālu un platformu stratēģija Latvijas mazākumtautībām. Proti, tā skata mazākumtautības laikmetā, kad tās patēriņš bija vienveidīgs un uzticēšanās Krievijas propagandai – augsts. 2024. gada septembrī Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu padomes (turpmāk – SEPLP) apstiprinātājā Latvijas Televīzijas multimediju satura platforma mazākumtautībām koncepcijā kā stratēģiskais mērķis un nepieciešamība attīstīt šādu platformu norādīts, ka “Latvijas mazākumtautību auditorijā dominē Krievijā radīto saturu pārraidošie televīzijas kanāli, savukārt to dominance palielina dezinformācijas risku, mazinot Latvijas sabiedrības saliedētību un piederības izjūtu Latvijai un radot riskus Latvijas iedzīvotāju nacionālajai drošībai un vienotībai”. Taču šis apgalvojums attiecas uz vien katru piekto Latvijas krievvalodīgais iedzīvotāju saskaņā ar pavasarī SEPLP pasūtīto iedzīvotāju aptaujas rezultātiem, bet tiek nepamatoti vispārināts.

Arī pēdējos sabiedrisko mediju sabiedrisko pasūtījumu dokumentos netiek veikta ar mediju lietošanas paradumiem saistīta mazākumtautību auditorijas dziļāka segmentācija. Latvijas Radio 2024. gada sabiedriskajā pasūtījumā minēts, ka Latvijas Radio 4 “Doma laukums” mērķauditorija ir vecumā no trim līdz 75+ gadiem, un tā ir “informējoši izglītojoša mazākumtautību programma. Latvijas notikumi un aktualitātes. Vērsta uz integrācijas veicināšanu un piederības izjūtas Latvijai veidošanu.” Savukārt Latvijas Televīzijas 2024. gada sabiedriskajā pasūtījumā LSM+²⁷ platformai auditorija noteikta vecumā no 25 līdz 65 gadiem ar mērķi “informēt, veicināt kritisko domāšanu un piederības sajūtu Latvijai un Eiropas demokrātiskajām vērtībām”. Līdzīgi kā šajos dokumentos, arī iepriekšminētajā koncepcijā izmantoti galvenokārt divi parametri – valoda un vecums – lai definētu sabiedrisko mediju sasniedzamās mazākumtautību mērķauditorijas. Šī identifikācija tiek veikta kvantitatīvi, šauri skatot sabiedrisko mediju konkrēto kanālu un platformu patēriņu, ne plašākā mediju ekosistēmas vidē, identificējot sabiedrisko mediju nekomerciālās intervences mērķi privātajā mediju tirgū.

Nemot to visu vērā un kopsakarā ar fokusgrupu diskusijās uzklausīto, identificējami astoņi secinājumi un astoņas rekomendācijas sabiedriskajiem medijiem attiecībā uz mazākumtautību iedzīvotājiem (vecuma grupā no 30-60 gadiem) un viņu mediju lietošanas paradumiem.

²⁵ Skat. S. Kruk & I. Skulte (2022) The Perils of Defense in an Information War: Media, Minorities, and the Threat Next Door, in: J. Chakars & I. Ekmanis (eds) *Information Wars in the Baltic States*. The Palgrave Macmillan Series in International Political Communication, pp. 187–203 (Cham: Springer International Publishing). Available at https://link.springer.com/10.1007/978-3-030-99987-2_10, accessed October 22, 2024.

²⁶ S. Struberga & Ž. Ozoliņa (2022) Crisis Communication and Resilience: Are Russian and Latvian Speakers in the Same Boat?, *Social Sciences*, 11(5), p. 15.

²⁷ Oriģināldokumentā lietots vēsturiskais nosaukums RUS.LSM.LV, bet šajā ziņojumā visur tiek lietots platformas jaunais nosaukums LSM+.

Secinājumi:

- Mazākumtautību iedzīvotājiem – un nereti vienam un tam pašam indivīdam – visbiežāk raksturīgas divas mediju lietošanas stratēģijas:
 - Intensīva dažādu un pēc iespējas plašāku informācijas avotu patērēšana, kur šo mediju loks ir saistīts ar valodu zināšanām. Daži to dara ar mērķi ieraudzīt sev simpatizējošu viedokli par notiekošo, citi – lai izzinātu pretēju viedokli;
 - Apolitiska un šaura informācijas avotu patērēšana, kur tā saistīta ar nevēlēšanos patērēt politiska rakstura informāciju.
- Krievijas televīziju programmu aizliegšana nav pamudinājusi mazākumtautību iedzīvotājus, kuri aktīvi patērēja šos televīzijas kanālus, aktīvi patērēt citus, tai skaitā latviešu valodā, raidošos televīzijas kanālus. Tā vietā ir novērojams straujš kritums lineārās televīzijas patēriņā, to aizvietojo ar video skatīšanos interneta resursos, sociālajos tīklos un tērzētavās, kuri šobrīd ir galvenie informācijas ieguves avoti mazākumtautību iedzīvotājiem.
- Mazākumtautību iedzīvotāji maz patērē Latvijas sabiedrisko un komercmediju izklaides un kultūras saturu. Ja attiecībā uz politikas un ekonomikas saturu novērojams plašs un daudzveidīgs satura patēriņš, kas liecina par vienotu informatīvo telpu, tad izklaides un kultūras žanros pastāv nošķirtas informatīvās telpas.
- Mazākumtautību iedzīvotāji ievērojami biežāk norāda, ka reti vai nekad nepatērē Latvijas Televīziju, jo tā ētera personības nav tuvas, profesionālas vai harizmātiskas – salīdzinājumā ar latviešiem, kuri tā pauž retāk. Šādas atšķirības starp latviešiem un mazākumtautībām nav novērojamas attiecībā uz Latvijas Radio un LSM saturu, kas liecina, ka medijos ar vairākām redakcijām, kur viena no tām veido saturu mazākumtautību valodā, šobrīd labāk veido saikni ar mazākumtautību iedzīvotājiem.
- Tajā pašā laikā pēc valodas izdalītas atsevišķas redakcijas, kas pastāv viena medija ietvaros, mazākumtautību iedzīvotājiem biežāk rada neuzticēšanos attiecīgajam medijam, nevis tā tiek uztverta kā pluralitātes un daudzveidības īpašība. Proti, valda uzskats, ka latviešu un krievu valodā veidotais saturs tiek apzināti veidots ar būtiski atšķirīgu rāmējumu. Jāuzsver, ka šis nav pētījums, kas analizē mediju saturu, tāpēc šo apgalvojumu nevar pārbaudīt. Citiem vārdiem, iespējams, ka atšķirīgais saturs latviešu un krievu valodā ir mazākumtautību iedzīvotāju mīts, kuru tie katreiz cenšas apstiprināt, patērējot mediju saturu.
- Vienlaicīgi jāuzsver, ka gadījumā, ja tiktu nolemts pārtraukt sabiedrisko mediju saturu veidot mazākumtautību valodās vai būtiski to ierobežot, tas vismaz īstermiņā mazinās mazākumtautību uzticēšanos Latvijas valstij un mediju videi, kuru ilustrē fokusgrupā pieminētais piemērs par kanāla *Doždj* redakcijas slēgšanu Latvijā tam, ka Latvijā nav iespējams pastāvēt neatkarīgiem medijiem, it sevišķi, ja saturu veido krievu valodā.
- Lēmums par sabiedriskā medija satura veidošanu mazākumtautību valodās ierobežošanu vai pārtraukšanu tikai daļēji ietekmētu mazākumtautību iedzīvotāju mediju patēriņa paradumus. Šobrīd visbiežāk (41%) mazākumtautību iedzīvotāji vismaz reizi nedēļā patērē Latvijas sabiedrisko medijus (arī) latviešu valodā. Taču šāds

lēmums tiks uzskatīts par personīgu aizskārumu viņu kā mazākumtautību tiesībām, kas ir garantētas Satversmē.

- Latvijas sabiedrisko mediju saturs, kas tiek veidots ukraiņu, baltkrievu u.c. – bet ne krievu – mazākumtautību valodās, patēriņš ir minimāls. Mazākumtautību iedzīvotāji šīs valodas neizmanto Latvijas mediju satura patēriņam, bet gan attiecīgās valsts mediju, tērzētavu un tiešajai saziņai ar ārpus Latvijas dzīvojošajiem radniekiem un paziņām.

Rekomendācijas:

- 1. Satura kvalitātes noturēšana:** Latvijas sabiedriskajiem medijiem jāturpina saglabāt un attīstīt savas stiprās puses – ne-sensacionāla, un izsvērta satura radīšanu. Tam jāsniedz skaidru izpratni par notikumiem, uzsverot faktu precizitāti un analītisko dziļumu, lai veicinātu informētību, nevis emocionālu polarizāciju vai spriedzi. Daudzi mazākumtautību iedzīvotāji pauž augstu uzticēšanos sabiedriskajiem medijiem un tam par pamatu ir nevis tas, kādā valodā ir veidots saturs, bet gan pats saturs.
- 2. Mazākumtautību valodas kvalitātes nodrošināšana:** Kamēr automātisko tulkotāju kvalitāte vēl nav pietiekama, lai apmierinātu auditorijas prasības, sabiedriskajiem medijiem jā saglabā augsti valodas standarti mazākumtautību valodās. Valodas kvalitāte ir būtiska ne tikai uzticamībai, bet arī lai stiprinātu mazākumtautību auditorijas cieņu pret mediju saturu, kas veidots viņu dzimtajā valodā. Tāpat izskan aicinājumi veidot saturu vieglajā latviešu valodā, kas mudinātu mazākumtautību iedzīvotājus patērēt saturu latviešu valodā.
- 3. Mazākumtautību pieprasīta satura veidošana:** Mazākumtautību iedzīvotāju nav apmierināti ar pieejamo satura apjomu mazākumtautību valodā. Tas ir saprotams, jo mediju redakcijās pieejamie cilvēkresursi, kas veido saturu mazākumtautībām, ir ievērojami mazāks nekā latviešu valodas redakcijām. Jāņem vērā, ka visaugstākais pieprasījums mazākumtautību vidū ir pēc skaidrojoša satura par normatīvo aktu izmaiņām un citiem materiāliem (piemēram, tie varētu būt iesniegumu paraugi vai skaidrojoši materiāli par latvija.gov.lv pakalpojumiem), kas atvieglotu iedzīvotāju valsts un pašvaldības pakalpojumu saņemšanu un palīdzētu valstij iedzīvotājiem sniegt pakalpojumus. Mazāka interese fokusgrupās tiek pausta par politiku un ekonomiku mediju saturā, bet jaunākie kvantitatīvie iedzīvotāju aptaujas dati to neapstiprina.
- 4. Jāpalielina daudzveidība redakcijās:** Mediju redakcijas mazākumtautību skatījumā nav daudzveidīgas, kas rada polarizētu saturu. Ir jāveido redakciju iekšienē etniskā daudzveidība, satura veidošanā iesaistot mazākumtautības. Ne tikai mazākumtautībām, bet visai Latvijas sabiedrībai šie satura veidotāji ir jāierauga un jādzird: gan kā sižetu un rakstu veidotāji, gan kā televīzijas raidījumu vadītāji, sociālo tīklu satura autori un raidierakstu balsis. Sabiedriskajos medijos jāpopularizē prakse, ka latviski runā ar dažādiem akcentiem un reizumis arī ar kļūdām (piemēram, tiešraidēs) – gan latvieši, gan mazākumtautības.
- 5. Jāpalielina daudzveidība latviešu valodā:** Jāturpina paplašināt mazākumtautību iedzīvotāji reprezentāciju medijos, kura šobrīd tiek pārsvarā saskatīta caur sev simpatizējošo politisko partiju pārstāvjiem, mazāk redzot sevi iesaistītus un

reprezentētus izklaides, kultūras, ekonomikas un sociālo tematiku iztirzājošā saturā. Jāizvairās no prakses veidot atsevišķu saturu mazākumtautībām un latviešiem. Tas darāms tikai īpašos gadījumos, tā vietā veidojot saturu Latvijas iedzīvotājiem pēc interesēm un paradumiem, nevis valodas lietojuma. Tas nodrošināms, ja ikdienā satura apmaiņa notiek pāri lingvistisko redakciju robežām.

6. **Mazākumtautību jēdziena pārdefinēšana:** Lai gan normatīvi mazākumtautību jēdziens ir pieļaujams, būtu jāņem vērā, ka ne visi šīs grupas pārstāvji sevi vēlas ar to identificēt. Jēdziens atbilst Satversmē minētajam un plānošanas dokumentos to lietošana ir atbilstoša. Tajā pašā laikā būtu jāpārskata mazākumtautības jēdziens un definīcija sabiedriskā labuma rādītāju kontekstā un šīs sabiedrības grupas tvērums, lai objektīvi novērtētu tās sasniedzamību un apmierinātību ar saturu.
7. **Mērķauditoriju segmentācija mazākumtautību vidū:** Mazākumtautība nav viena, monolīta mērķauditorija. Tās segmentācija jāveido nevis pēc krievu valodas, bet gan latviešu valodas prasmēm. Tāpat mazākumtautībām domātais saturs un to reprezentācijai jābūt ne vien mazākumtautību valodu kanālos/platformās, bet arī latviešu valodas kanālos/platformās. Piemēram, būtu jāizvērtē kopsakarīgi *Latvijas Radio 1* un *Latvijas Radio 4 (Doma laukums)* programmu un mērķauditoriju segmentāciju, to identifikāciju tostarp veidojot nevis pēc valodas, bet gan pēc tematikas un interesēm. Attiecīgi viens no tiem varētu būtu specifiski veltīts augsti izglītotai auditorijai ar labām latviešu valodas prasmēm un īpašu interesi par politiku, savukārt otrs – reģioniem, ar zemām latviešu valodas prasmēm, vietējo studiju veidotu saturu arī mazākumtautību valodās un saturu, kas skar ekonomiku un sociālos jautājumus.
8. **Integrēts daudzvalodu satura modelis vienotā portālā:** Kā ilgtermiņa stratēģiju nākotnē būtu jādomā par integrētu platformu, kur mazākumtautību saturs ir pieejams vienotā vietnē ar latviešu valodu, nevis tas ir izdalīts nostatus. Piemēram, ziņu virsraksti būtu latviešu valodā ar simbolu (+) par tā pieejamību mazākumtautību valodās (un iespējams arī vieglajā latviešu valodā). Noklusējuma valoda būtu latviešu, kas veicinātu latviešu valodas lietojamību. Vienlaicīgi šāda pieeja mazinātu neuzticēšanos medijam, kas rodas, ja vienu un to pašu saturu veido divas redakcijas, kas izdalītas pēc valodas un saturs tiek izvietots divās dažādās interneta platformās.

Minēto rekomendāciju mērķis ir sabiedrisko mediju satura atbilstība Latvijas daudzveidīgajai mazākumtautību mērķauditorijai, tās mediju patēriņu paradumiem un vajadzībām. Vienlaikus jāatceras, ka tās definētas pēc fokusgrupu dalībnieku vēlmēm un vajadzībām. Daudzas no tām ir pretrunā citu tās pašas fokusgrupas dalībnieku vēlmēm un skatījumam. Kompromiss ne vienmēr ir iespējams. Sabiedriskajiem medijiem ir jāskata mazākumtautību satura attīstību kopsakarībā ar citiem jautājumiem un aspektiem, kas respektē ne vien mazākumtautību tiesības un izrāda tām cieņu, bet vienlaicīgi arī ievēro citus Satversmē noteiktos principus, tiesības un pienākumus ikvienam Latvijas iedzīvotājam.

Beigu vēres

- Alyukov, M. (2024) News Reception and Authoritarian Control in a Hybrid Media System: Russian TV Viewers and the Russia-Ukraine Conflict, *Politics*, 44(3), pp. 400–419.
- Denisa-Liepniece, S. (2022) Building or Banning? Russian-Language TV in Latvia, in: J. Chakars & I. Ekmanis (eds) *Information Wars in the Baltic States*. The Palgrave Macmillan Series in International Political Communication, pp. 93–120 (Cham: Springer International Publishing). Available at https://link.springer.com/10.1007/978-3-030-99987-2_6, accessed October 22, 2024.
- Golovchenko, Y. (2022) Fighting Propaganda with Censorship: A Study of the Ukrainian Ban on Russian Social Media, *The Journal of Politics*, 84(2), pp. 639–654.
- Hanley, M. (2022) NATO's Response to Information Warfare Threats, in: J. Chakars & I. Ekmanis (eds) *Information Wars in the Baltic States*. The Palgrave Macmillan Series in International Political Communication, pp. 205–223 (Cham: Springer International Publishing). Available at https://link.springer.com/10.1007/978-3-030-99987-2_11, accessed October 22, 2024.
- Kaprāns, M. & Juzefovičs, J. (2019) Reconsidering Media-Centrism: Latvia's Russian-Speaking Audiences in Light of the Russia–Ukraine Conflict, in: M. Wijermars & K. Lehtisaari (eds) *Freedom of Expression in Russia's New Mediasphere*, 1st ed, pp. 159–185 (Routledge). Available at <https://www.taylorfrancis.com/books/9780429793349>, accessed October 22, 2024.
- Kaprāns, M. & Mieraņa, I. (2019) Minority Reconsidered: Towards a Typology of Latvia's Russophone Identity, *Europe-Asia Studies*, 71(1), pp. 24–47.
- Kruk, S. & Skulte, I. (2022) The Perils of Defense in an Information War: Media, Minorities, and the Threat Next Door, in: J. Chakars & I. Ekmanis (eds) *Information Wars in the Baltic States*. The Palgrave Macmillan Series in International Political Communication, pp. 187–203 (Cham: Springer International Publishing). Available at https://link.springer.com/10.1007/978-3-030-99987-2_10, accessed October 22, 2024.
- Morkūnas, M. (2023) Russian Disinformation in the Baltics: Does It Really Work?, *Public Integrity*, 25(6), pp. 599–613.
- Peisakhin, L. & Rozenas, A. (2018) Electoral Effects of Biased Media: Russian Television in Ukraine, *American Journal of Political Science*, 62(3), pp. 535–550.
- Rodgers, J. & Lanoszka, A. (2023) Russia's Rising Military and Communication Power: From Chechnya to Crimea, *Media, War & Conflict*, 16(2), pp. 135–152.
- Rozukalne, A. (2016) 'All the Necessary Information Is Provided by Russia's Channels'. Russian-Language Radio and TV in Latvia: Audiences and Content, *Baltic Screen Media Review*, 4(1), pp. 106–124.
- Saulītis, A. & Juzefovičs, J. (2023) *Visaptverošs Sabiedrisko Mediju Sabiedriskā Labuma Izvērtējums Par Laika Periodu 2020–2022*, p. 68 (Rīga: Sabiedrisko Elektronisko plašsaziņas līdzekļu padome), Rīga. Available at <https://www.seplp.lv/lv/media/1428/download?attachment>.
- Struberga, S. & Ozoliņa, Ž. (2022) Crisis Communication and Resilience: Are Russian and Latvian Speakers in the Same Boat?, *Social Sciences*, 11(5), p. 216.
- Vihalemm, T. & Juzefovičs, J. (2021) Sense-Making of Conflicting Political News among Baltic Russian-Speaking Audiences, *National Identities*, 23(3), pp. 253–275.

Wagnsson, C., Blad, T. & Hoyle, A. (2024) 'Keeping an Eye on the Other Side': RT, Sputnik, and Their Peculiar Appeal in Democratic Societies, *The International Journal of Press/Politics*, 29(4), pp. 1109–1133.

Pielikums nr. 1. Fokusgrupu diskusiju raksturojums

Daugavpils 14.09.2024.

Respondents	Vecums	Dzīvesvieta	Tautība
242	56	Daugavpils	Krievu
189	60	Daugavpils	Krievu
186	52	Daugavpils	Krievu
165	34	Daugavpils	Krievu
380	45	Daugavpils	Poļu
34	33	Daugavpils	Ukraiņu
244	33	Daugavpils	Krievu

Rīga 50+: 19.09.2024.

Respondents	Vecums	Dzīvesvieta	Tautība
20	56	Rīga	Baltkrievu
133	58	Rīga	Krievu
327	54	Rīga	Krievu
356	64	Rīga	Krievu
824	53	Rīga	Krievu
268	54	Rīga	Ukraiņu
845	57	Rīga	Krievu

Liepāja 22.09.2024.

Respondents	Vecums	Dzīvesvieta	Tautība
655	62	Liepāja	Krievu
660	63	Liepāja	Krievu
675	56	Liepāja	Krievu
1198	33	Liepāja	Krievu

Rīga (30-50) 26.09.2024.

Respondents	Vecums	Dzīvesvieta	Tautība
159	34	Rīga	Baltkrievu
754	38	Rīga	Poļu
468	39	Rīga	Ukraiņu
307	43	Rīga	Krievu
1123	34	Rīga	Krievu
864	34	Rīga	Krievu
367	42	Rīga	Krievu

Pielikums nr. 2. Diskusiju vadlīnijas

1. Ievads

- a. Iepazīstināšana ar pētījuma mērķiem un finansētāju
- b. Anonimitātes un pētījuma ētikas skaidrošana
- c. Ieraksta atļaujas iegūšana

2. Mazākumtautību sabiedrisko un komercmediju patēriņa mērķi un vajadzības

- a. Kāda loma jūsu ikdienā ir ziņām un aktuālajai informācijai? Kur šo informāciju iegūstat un cik bieži?
- b. Kā jūs raksturotu, kas ir Latvijas sabiedriskie mediji un kāda ir to loma Latvijas sabiedrībā iepretim komercmedijiem?
- c. Cik daudz jūs zināt par Latvijas sabiedrisko mediju saturu?
- d. Vai jūs spētu atšķirt ziņu, kas būtu publicēta sabiedriskajos medijos iepretim komercmedijam?

3. Stratēģiskais mērķis kopt latviešu valodu: Mazākumtautību valodas lietojums sabiedrisko mediju patēriņā

- a. Cik bieži jūs patērējat mediju saturu dzimtajā valodā?
- b. Kādos gadījumos jūs patērējat mediju saturu latviešu valodā?
- c. Vai jūs mēdzat patērēt vienu un tā paša medija saturu gan krievu, gan latviešu valodā (piemēram, LSM & LSM+, Delfi & rus.Delfi)?
- d. Vai jūs jūtat satura atšķirības, ja tas ir veidots latviešu valodā vai krievu valodā?
- e. Par kādām tēmām jums būtu apgrūtināši saprast saturu latviešu valodā?

4. Stratēģiskais mērķis stiprināt Latvijas demokrātisko iekārtu un vārda brīvību: Objektīvie un subjektīvie šķēršļi sabiedrisko mediju patēriņam

- a. Sabiedriskie mediji vismaz reizi nedēļā sasniedz 60% no Latvijas mazākumtautībām. Kāpēc, jūsu prātā, liela daļa Latvijas mazākumtautību nelieto sabiedriskos medijus?
- b. Viens no izesliem, kāpēc Latvijas iedzīvotāji ziņas patērē sociālajos tīklos, ir vēlme iepazīties ar komentāriem pie attiecīgajiem ierakstiem, tādējādi paplašinot savas zināšanas par pastāvošo viedokļu daudzveidību.
- c. Cik lielā mērā jūs jūtat interesi noskaidrot, ko par attiecīgo tēmu ziņo Krievijas masu mediji?
- d. Cik lielā mērā jūs jūtat interesi noskaidrot, ko par attiecīgo tēmu ir iespējams atrast *YouTube*?

5. Stratēģiskais mērķis stiprināt Latvijas iedzīvotāju sajūtu, ka viņi ir piederīgi Latvijai un nacionālo kultūru: Sabiedrisko mediju mērķi attiecībā pret mazākumtautībām

- a. Vai sabiedriskajiem medijiem būtu jāveido saturs mazākumtautību valodās?
- b. Sabiedriskie mediji ir nolēmuši drīzumā veidot jaunu mazākumtautību satura piedāvājumu. Ko esat par to dzirdējuši?