

# Rezultātu interpretācija kontekstā ar iepriekšējiem sabiedrisko mediju auditorijas pētījumiem Latvijā

**Dr Jānis Juzefovičs**  
Rīgas Stradiņa universitātes Komunikācijas fakultātes vadošais pētnieks



**Kā skaidrot  
pētījuma  
rezultātus?**

Iepriekšējie  
auditorijas pētījumi  
Latvijā

**Kā izskatāties  
salīdzinājumā ar  
Igauniju?**

Jauns salīdzinošais  
auditorijas pētījums  
Latvijā un Igaunijā

**Sabiedrisko mediju  
lietošanas prakses**

Ziņu mediju repertuāri un  
sabiedrisko mediju loma tajos

**Attieksmes pret  
sabiedriskajiem  
medijiem**

Sabiedriskie  
mediji

vs. komerciālie mediji

= valsts mediji?

**Sabiedrisko  
mediju  
lietošanas  
prakses**

**Ziņu mediju repertuāri un sabiedrisko mediju  
loma tajos**

- **Ziņu mediju repertuāri** - personalizēti un līdz ar to arī ļoti **daudzveidīgi**: ne tikai dažādas ziņu mediju kombinācijas, bet (līdzās ziņu medijiem) arī sociālie mediji, interpersonālā komunikācija un citi ne-žurnālistiski informācijas kanāli

### PIEMĒRS

“Delfi”  
 “Jauns.lv” via “Facebook”  
 “LSM”  
 “Current Time” via “Instagram”

“Es atrodu informāciju “Facebook”. Tur es esmu parakstījis uz “Delfi”, “Jauns.lv” un “LSM”.  
 “Instagramā” es sekoju “Current Time”. Sekoju politikai, ziņām, vēlēšanām, karam”

31 gadi, pārdošanas speciālists, Rīga,  
 FG valoda: krievu

- **Sabiedriskie mediji** ir klātesoši šajos repertuāros, tie netiek izslēgti, bet daudzos gadījumos tie **nav centrāli**

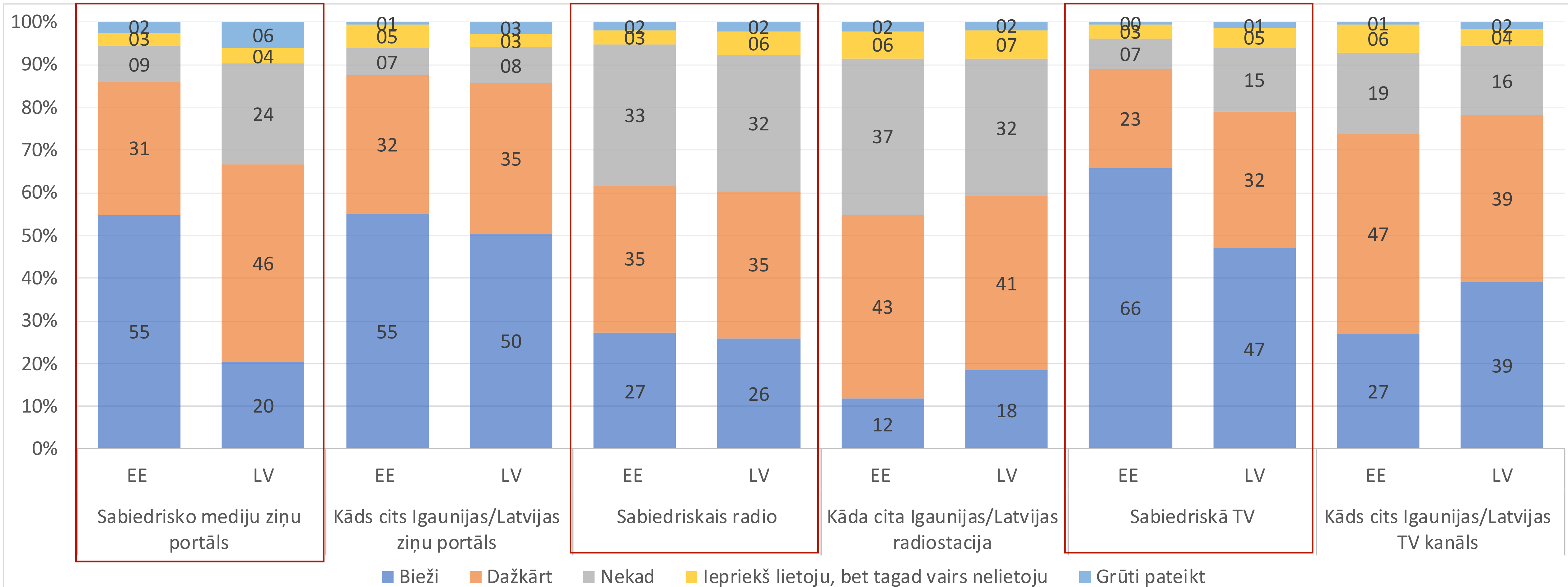
Masu auditoriju laiks, kad vidēji vienu LTV “Panorāmas” epizodi noskatījās vairāk nekā pusmiljons skatītāju, ir garām un šodien par mediju lietotāju uzmanību konkurence ir milzīga

- Igaunijas pieredze gan rāda, ka **sabiedrisko mediju loma** Latvijas iedzīvotāju ziņu mediju repertuāros šodien tomēr **varētu būt nozīmīgāka** nekā tā ir tagad →

# Kādus informācijas avotus Jūs izmantojat, lai iegūtu informāciju par to, kas notiek Igaunijā/Latvijā un ārzemēs saistībā ar Covid-19 pandēmiju?

Ģimenes valoda: igauņu/latviešu Salīdzinošie dati: Latvija/Igaunija

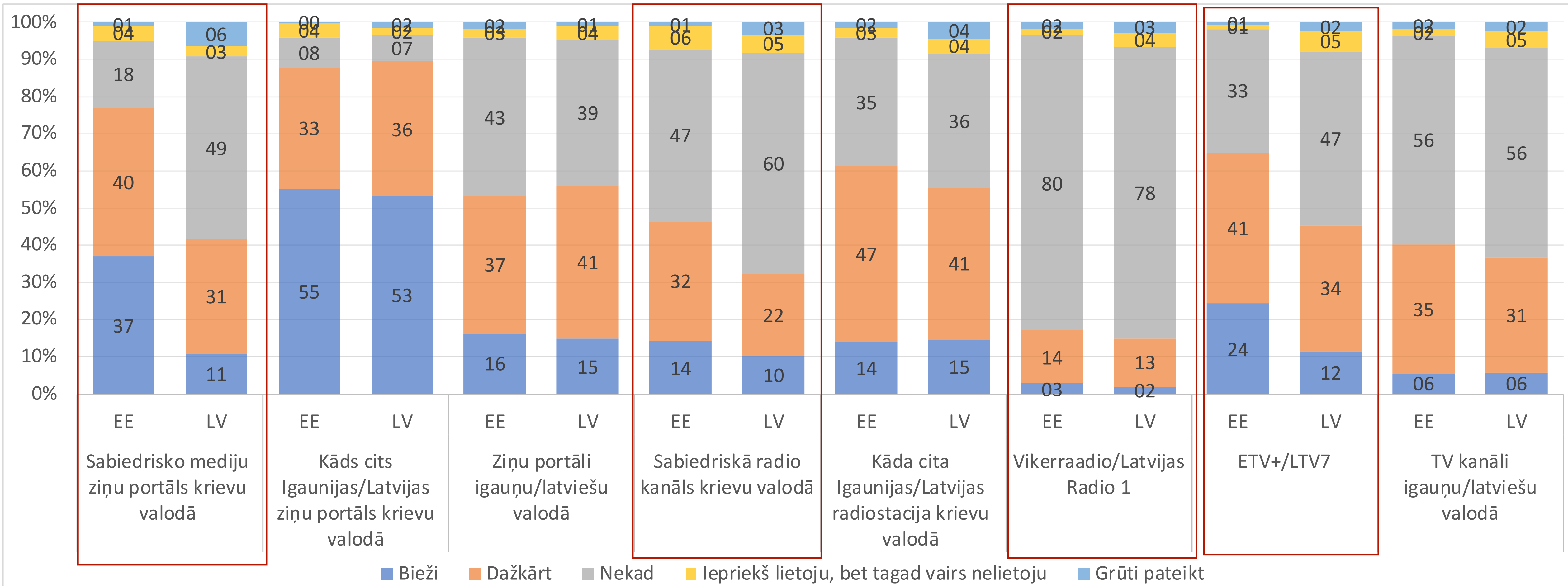
Ziņu mediju repertuāri



Dati: Kantar/RSU, nacionāla reprezentatīva izlase: 982 respondenti Latvijā un 1048 respondenti Igaunijā, 18-74 gadi, 2021.gada maijs, CAWI

# Kādus informācijas avotus Jūs izmantojat, lai iegūtu informāciju par to, kas notiek Igaunijā/Latvijā un ārzemēs saistībā ar Covid-19 pandēmiju?

Ģimenes valoda: krievu Salīdzinošie dati: Latvija/Igaunija



Dati: Kantar/RSU, nacionāla reprezentatīva izlase: 982 respondenti Latvijā un 1048 respondenti Igaunijā, 18-74 gadi, 2021.gada maijs, CAWI

○ Cits nesen veikts pētījums par mediju auditorijām Baltijā rāda, ka Igaunijā sabiedriskos medijus ne tikai vairāk lieto, bet tiem arī ***vairāk uzticas, augstāk vērtē to sniegumu, ieguldījumu*** nekā tas ir Latvijā

○ Tur kopumā attieksme pret vietējiem medijiem un profesionāliem žurnālistiem ir labvēlīgāka, atbalstošāka

Tas redzams arī ***sociālo mediju lietojumā un uztverē***: lai gan abās valstīs pret sociālajiem medijiem izturas piesardzīgi, Latvijā tiem uzticas vairāk un arī lieto vairāk nekā Igaunijā

**Attieksmes pret  
sabiedriskajiem  
medijiem**

**Sabiedriskie mediji**

**vs. komerciālie mediji**

**= valsts mediji?**



- Daļai auditorijas **grūti nošķirt** sabiedriskos medijus **no komerciālajiem medijiem**

**PIEMĒRS**

Trūkst atšķirīguma: saturs un formāti uztverti kā līdzīgi un aizstājami

“Ja salīdzinām TV3 un LTV rīta ziņas, tad manuprāt tas ir viens un tas pats. Vieni un tie paši viesi, tēmas tās pašas, skatu punkts viens un tas pats”

37 gadi, žurnieks, Rīga,  
FG valoda: krievu

- Lai gan runa nav par sabiedrisko mediju sniegumu, bet to uztveri, tas rada **riskus** sabiedrisko mediju **legitimitātei**: ja sabiedriskie mediji tiek uztverti kā tādi, kas maz atšķiras no komerciālajiem medijiem, tad šī auditorijas daļa var apšaubīt sabiedrisko mediju nepieciešamību
- Atbalsts sabiedriskajiem medijiem vairāk balstās to **regulāro lietotāju lojalitātē**, mazāk sabiedrības kopējā ticībā sabiedrisko mediju vērtībām

- Sabiedriskie mediji atzinīgi vērtēti kā **kultūras institūcijas** (nacionālās kultūras mandāts), bet pretrunīgi vērtēta to **politiskā loma** (demokrātiskā funkcija)
- Populārs ir priekšstats par sabiedriskajiem medijiem kā **valsts medijiem**  
Daudziem “valsts medijs” ir vienkārši pazīstamāks, saprotamāks jēdziens nekā “sabiedriskais medijs”
- Ko nozīmē “valsts medijs”? Auditorija šim jēdzienam piešķir dažādus lasījumus, interpretācijas

### PIEMĒRI

Valsts finansēts medijs, bez reklāmām

“[..] LSM ir valsts medijs un tur būs maz reklāmu”

31 gads, pārdošanas speciālists, Rīga,  
FG valoda: krievu

Tāds medijs, kur dominē oficiālie avoti un dienaskārtība

“Ja Kariņš kaut ko norunā, tad “Panorāma” tur ir klāt. [...] Mūs arī mācīja, ka, ja atskan trauksmes signāls, tad jāieslēdz Latvijas radio vai Latvijas televīzija”

46 gadi, sociālā darbiniece, Rīga,  
FG valoda: latviešu

Vieta, kur meklēt oficiālo informāciju krīzes situācijās

Varas rupors: tāds, kas kalpo “establišmenta” interesēs

“Mēs no sabiedriskajiem medijiem gaidām, lai viņi atbalstītu tautu, lai viņi strādātu priekš tautas un ne priekš mūsu ierēdņiem. [...] Es domāju, ka Latvijā nav brīvu mediju”

53 gadi, speciāliste pārtikas jomā, Līvāni,  
FG valoda: latviešu

- Sabiedrisko mediju noraidījums sakņojas vispārīgā anti-mediju noskaņojumā: ***skeptiskā, ciniskā attieksmē pret medijiem***
- Šajā diskursā ne tikai sabiedriskie mediji, bet mediji kopumā tiek uzlūkoti kā tādi, kas ***pakļauti politiskajai instrumentalizācijai***: “mediji kalpo saviem “saimniekiem”, “propaganda ir visur”

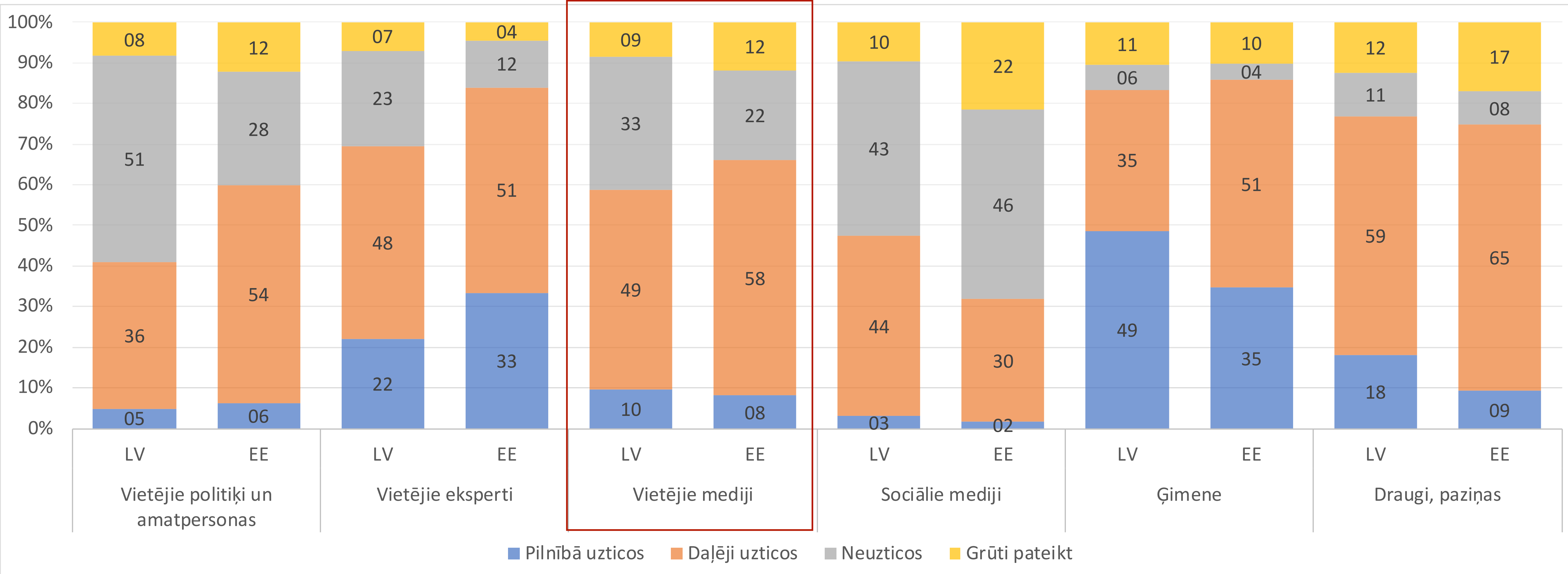
Mērījumi, kas veikti Covid-19 krīzes un Ukrainas kara laikā, rāda, ka uzticēšanās rādītāji sabiedriskajiem medijiem ir pat labāki nekā komercmedijiem, lai gan atšķirība nav liela un kopumā uzticēšanās medijiem raksturojama kā viduvēja

- Šeit vērojamas ne tikai **etno-lingvistiskas**, bet arī **socio-ekonomiskas plaisas** (sabiedrisko) mediju un sabiedrības attiecībās. Medijiem mazāk uzticas un ir skeptiskāki pret tiem krievvalodīgie un tie, kuru socio-ekonomiskais statuss ir zemāks
- Tas savukārt saistīts ar kopējo zemo **uzticēšanos institūcijām**.
- To labi parāda salīdzinošie dati no Igaunijas. Tur kopumā augstāka institucionālā uzticēšanās →

# Cik lielā mērā Jūs uzticiaties informācijai, ko saistībā ar Covid-19 pandēmiju sniedz šie informācijas avoti?

Visi respondenti Salīdzinošie dati: Latvija/Igaunija

Uzticēšanās medijiem un citām institūcijām



Dati: Kantar/RSU, nacionāla reprezentatīva izlase: 982 respondenti Latvijā un 1048 respondenti Igaunijā, 18-74 gadi, 2021.gada maijs, CAWI

Tālāko pētījumu uzdevums: padziļināti skaidrot atšķirības sabiedrisko mediju lietojumā un uztverē Latvijā un Igaunijā

Bet jau tagad varam secināt, ka

- sabiedrisko mediju pozīcijas - gan lietojuma, gan uztveres ziņā - nosaka tas, cik kopumā **spēcīga** ir **sabiedrisko mediju sistēma**
- attieksmes pret sabiedriskajiem medijiem neveidojas izolēti no **attieksmēm pret medijiem un žurnālistiku kopumā un citām institūcijām**



- Risinājums, kā uzlabot sabiedrisko mediju un sabiedrības attiecības Latvijā, līdz ar to nav meklējams tikai pašos sabiedriskajos medijos, bet arī ārpus tiem
- Bet viena lieta, ko sabiedriskie mediji var darīt jau tagad:

vairāk runāt ar sabiedrību, vairāk uzmanības veltīt ***attiecību veidošanai ar sabiedrību***, popularizēt sabiedrisko mediju ideju, komunicēt sabiedrisko mediju atšķirīgumu no komerciālajiem medijiem, skaidrot redakcionālos lēmumus...

Sabiedrības skatījumā sabiedriskie mediji maz atskaitās par savu darbu. Daudziem arī trūkst informācijas, zināšanu par to, kas ir sabiedriskie mediji, kā tie funkcionē, kāds ir to piedāvājums

RIS