

LATVIJAS SABIEDRISKO ELEKTRONISKO
PLAŠSAZIŅAS LĪDZEKĻU OMBUDA
ANDAS RÓŽUKALNES
ZIŅOJUMS
PAR 2022./2023. GADU

ATZINUMI

21 ATZINUMS
(PĒC IESNIEGUMA)

1 VĒRTĒJUMS
(PAR VILTUS ZIŅU)

PĒTĪJUMS UN PUBLIKĀCIJA
PAR 112 SABIEDRĪBAS
PĀRSTĀVJU PARAKSTĪTAS
ATKLĀTĀS VĒSTULES
JAUTĀJUMIEM

MEDIJPRATĪBA

7 VIESLEKCIJAS BIBLIOTĒKĀS:
GULBENE, VALMIERA,
DAUGAVPILS, RĒZEKNE,
KULDĪGA, LIEPĀJA, TUKUMS

SARUNAS KLĀTIENĒ
BIBLIOTĒKĀS
AR ~ 200 CILVĒKIEM

3 VIESLEKCIJAS UNIVERSITĀTĒS

1 LEKCIJA LNB (~600) LATVIJAS
BIBLIOTEKĀRIEM

7 LEKCIJAS RĪGAS SKOLU
SKOLOTĀJIEM

PĒTĪJUMI, VIZĪTES, PUBLICITĀTE

7 PĒTĪJUMI

OMBUDA KONFERENCE
23.09.2022.

3 VIZĪTES PIE MEDIJU
TIESĪBSARGIEM LIETUVĀ, SOMIJĀ,
BEĻGIJĀ

303 PUBLIKĀCIJAS 81 MEDIJĀ

SATURA RĀDĪTĀJS

KOPSAVILKUMS	4
1. IEVADS. OMBUDA DARBA UZSĀKŠANA: MĒRĶI, UZDEVUMI, PRAKTISKI JAUTĀJUMI	6
2. IESNĪEGUMI SABIEDRISKO MEDIJU OMBUDAM	10
3. SADARBĪBA AR SABIEDRISKO MEDIJU DARBINIEKIEM	17
4. MEDIJPRATĪBAS VEICINĀŠANA, SAIKNES AR SABIEDRĪBU VEIDOŠANA	18
5. OMBUDA PUBLICITĀTE MEDIJOS	21
6. OMBUDA INTERNETA MĀJASLAPAS UN SOCIĀLO MEDIJU PROFILA STATISTIKA	23
7. SECINĀJUMI	26
PIELIKUMS. OMBUDA PUBLIKĀCIJU LSM.LV SARAKSTS	27

KOPSAVILKUMS

Ziņojums veidots saskaņā ar Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu un to pārvaldības likuma (SEPLPL) V. daļā definētajām sabiedrisko plašsaziņas līdzekļu ombuda funkcijām.

Ziņojumā ietvertās informācijas periods aptver vienu gadu no 2022. gada 1. marta līdz 2023. gada 28. februārim.

Ziņojumā izklāstīts Latvijas sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu ombuda darbs:

- 1) izskatot personu iesniegumus un pēc savas iniciatīvas veidojot atzinumus par Latvijas sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu Latvijas Radio (LTV) un Latvijas Televīzijas (LTV) sniegto pakalpojumu atbilstību SEPLPL 1. pantā noteiktajam mērķim un 3. pantā noteiktajiem pamatprincipiem, sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu ētikas kodeksiem un redakcionālajām vadlīnijām;
- 2) veicinot sabiedrības medijpratību un uzturot personisku saikni ar sabiedrību;
- 3) risinot ar profesionālo ētiku saistītus sabiedrisko mediju problēmjautājumus;
- 4) darbojoties kā samierinātājam Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu padomes (SEPLP) un sabiedriskā elektroniskā plašsaziņas līdzekļa strīdos par sabiedriskā elektroniskā plašsaziņas līdzekļa programmu un pakalpojumu atbilstību tā ētikas kodeksam un redakcionālajām vadlīnijām.

Kopš stāšanās amatā 2022. gada 1. martā Latvijas sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu ombuds Anda Rožukalne izskatījusi 23 ar sabiedrisko mediju ētiku tieši vai netieši saistītus iesniegumus vai gadījumus (to vidū arī atklātu NVO vēstuli un viltus ziņu par personas nāvi). Lielāko daļu iesniegumu iesniedza privātpersonas vai politiķi, dažu iesniegumu iesniedzēji ir institūcijas, NVO, politisks aktīvis, medija pārstāvis. Iesniegumos, kuru lielākā daļa attiecas uz Latvijas Televīzijas saturu, lielākoties lūgts izvērtēt sabiedrisko mediju darbu saistībā ar avotu izvēli, attiecībām ar avotiem, atbildīgumu, godprātību, žurnālista uzvedību sociālās tīklošanās vietnē. Izvērtējot 23 ar iespējamiem profesionālās ētikas pārkāpumiem saistītus gadījumus, pārkāpums atzīts mazāk nekā pusē no iesniegumiem vai ombuda fiksētajiem piemēriem – 9 gadījumos.

Pirmajā ombuda darba gadā ir izveidoti normatīvais ietvars iesniegumu iesniegšanai un izskatīšanai, sadarbība un regulāra saziņa ar sabiedrisko mediju organizācijām. Atbilstoši SEPLPL noteiktajam pienākumam izveidotas, koleģiāli apspriestas un sabiedrisko mediju organizācijās pieņemtas sabiedrisko mediju redakcionālās vadlīnijas.

Šajā laikā izveidota visaptveroša profesionālās ētikas sistēma, izveidojot redakcionālās vadlīnijas un pārskatot sabiedrisko mediju rīcības un ētikas kodeksus. Veikti septiņi pētījumi profesionālās ētikas problēmu analīzei, notikusi sabiedrisko mediju ombuda konference, sagatavoti un publicēti 12 oriģināli raksti, kuros skaidrotas profesionālās ētikas problēmas. Vienlaikus dažādās formās sniegts ieguldījums sabiedrības medijpratībā un sadarbībā ar dažādu sabiedrības grupu pārstāvjiem.

Sabiedrisko mediju ombuds veidojis sadarbību ar citu valstu (Lietuva, Igaunija, Somija, Beļģija) sabiedrisko mediju ētikas uzraugiem, gūstot iespēju gan konsultēties par aktuāliem jautājumiem, gan attīstīt sabiedrisko mediju pašregulāciju un sadarbību ar auditoriju.

2022. gadā notika septiņu ombuda vieslekciju cikls visu Latvijas reģionu bibliotēkās, kur bija iespēja uzklaut ap 200 sabiedrības pārstāvju viedokļus un padziļināti diskutēt par mediju un žurnālistikas ētiku. Tika sagatavotas lekcijas par profesionālo ētiku Latvijas vispārizglītojošo skolu skolotājiem, bibliotekāriem, augstskolu studentiem, profesionālās ētikas problēmas apspriestas Latvijas Mediju Ētikas padomes rīkotā Mediju Ētikas mēneša un daudzos citos pasākumos (konferencēs, diskusijās – vidēji vienu vai divas reizes nedēļā).

Sabiedrisko mediju ombuds pastāvīgi nodrošināja komunikāciju ar sabiedrību, izmantojot profesionālos medijus, ombuda sadaļu SEPLP mājas lapā un savu lapu Facebook. Nepilna gada laikā ombuds pieminēts 303 publikācijās, 81 medijā. No 2022. gada 7. jūnija, kad tika veikts pirmais ieraksts ombuda FB lapā, tā apmeklēta gandrīz 800 reizes.

1. IEVADS. OMBUDA DARBA UZSĀKŠANA: MĒRĶI, UZDEVUMI, PRAKTISKI JAUTĀJUMI

Latvijas sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu ombuda (turpmāk arī – sabiedrisko mediju ombuds, ombuds, sabiedrisko mediju tiesībsardze) darba uzsākšanas periodu raksturo vairāki būtiski notikumi un krīzes. Dažas dienas pirms pienākumu veikšanas sākuma bija sācies Krievijas pilna mēroga iebrukums Ukrainā. Vēlāk 2022. gada laikā karš Ukrainā izraisīja augstu inflāciju, nopietnu krīzi Latvijas un Eiropas Savienības enerģētikas sektorā, asas diskusijas sociālajos un profesionālajos medijos par karu, Krievijas politiku, etniskajiem, valodas un vērtību jautājumiem Latvijas sabiedrībā. Šie apstākļi, kopš pirmās kara dienas ietekmēja sabiedrisko mediju darbu, jo, pirmkārt, mainījās ziņu dienas kārtība, otrkārt, žurnālistu darba pieejas un iespējas, treškārt, mediju darbs ietekmēja auditorijas attieksmi pret karu, mediju izmantotajiem informācijas avotiem, mediju profesionālajām pieejām. Mainījās arī Latvijas mediju politika attiecībā uz krievvalodīgo minoritāšu saturu, 2022. gada nogalē veidotās jaunās valdības deklarācijā ietverot apņemšanos no sabiedrības līdzekļiem nepalielināt atbalstu mediju saturam krievu valodā.

Tāpēc jau pirmajās darba dienās, sadarbojoties ar sabiedrisko mediju galvenajām redaktorēm, tapa Kara un konfliktu vadlīnijas, tika sagatavotas atbildes uz RUS.LSM.lv žurnālistu jautājumiem par kara atspoguļojumu, publicēts žurnālistu darbu, profesionālās lomas un problēmas skaidrojošs raksts. Jau 2022. gada 15. martā ombuds bija aicināts iepazīstināt ar savu darbu LR Saeimas Cilvēktiesību un sabiedrisko lietu komisiju.

PRAKTISKI JAUTĀJUMI

Ombuda birojs atrodas SEPLP telpās Rīgā, Meistaru ielā 10. Ombuda darba atbalstam piesaistīti šādi SEPLP darbinieki: biroja vadītāja, juriste, mājas lapas administratore, Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu padomes Stratēģiskās attīstības un nozares politikas nodaļas vadītāja (0.5 darba slodze). Paredzētas un notiek regulāras sanāksmes ar SEPLP locekļiem, konsultācijas ar Juridiskā un administratīvā nodrošinājuma departamenta vadītāju.

Ombuda funkciju veikšanai veiktie priekšdarbi:

- lai nodrošinātu ombuda darba un sabiedrisko mediju pašregulācijas caurskatāmību izveidota ombuda sadaļa SEPLP mājas lapā, ietverot jaunumus, kontaktus, publikācijas par ombuda darbu un mediju ētiku, saites uz citu valstu mediju pašregulācijas institūcijām un citu informāciju;
- izveidota vietne, kur elektroniski aizpildīt iesniegumu ombudam;
- izveidota Kārtība, kādā tiek izskatīti sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu ombudam iesniegtie iesniegumi, ko apstiprinājusi SEPLP;
- izveidots un apstiprināts ombuda budžets;
- izveidots ombuda darba plāns 2022. gadam;
- izteikts lūgums Valsts valodas centra Latviešu valodas ekspertu komisijai latviskot vārdu ombuds un saņemts ieteikums izmantot vārdu tiesībsargs, tiesībsardze;
- izveidota ombuda sociālo mediju vizuālā identitāte un izveidots ombuda profils sociālo mediju platformā Facebook;
- izveidota kārtība, kā ombuda atzinumi tiek publicēti sabiedrisko mediju mājas lapās un principi, kā tiek ieviesti ombuda ieteikumi LTV un LR.

Sabiedrisko mediju ombuda funkcijas definētas SEPLPL 19. pantā, kas paredz, ka ombuds:

- 1) pēc savas iniciatīvas vai uz personu iesniegumu pamata sniedz atzinumus, kas saistīti ar sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu programmu un iepriekš sniegto pakalpojumu atbilstību sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu ētikas kodeksiem un redakcionālajām vadlīnijām;
- 2) darbojas kā samierinātājs Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu padomes un sabiedriskā elektroniskā plašsaziņas līdzekļa strīdos par sabiedriskā elektroniskā plašsaziņas līdzekļa programmu un pakalpojumu atbilstību tā ētikas kodeksam un redakcionālajām vadlīnijām;
- 3) veicina sabiedrības medijpratību un uztur personisku saikni ar sabiedrību;
- 4) pēc sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu lūguma sniedz konsultācijas jautājumos, kas saistīti ar to ētikas kodeksiem un redakcionālajām vadlīnijām;
- 5) ne retāk kā reizi gadā publicē Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu padomes tīmekļvietnē un sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu tīmekļvietnēs ziņojumu par savu darbu.

Lai uzsāktu ombuda darbu, tika noteikti mērķi un uzdevumi.

Formulēti šādi galvenie mērķi:

- Izveidot un nostiprināt atklātas un regulāras diskusijas par sabiedrisko mediju profesionālās ētikas jautājumiem tradīciju;
- Iedibināt formātus, ar kuru palīdzību sabiedrisko mediju profesionāļi veido komunikāciju par saviem profesionālajiem lēmumiem, saturu;
- Līdzdarboties redakcionālās darbības vadlīniju veidošanā, rīcības un ētikas kodeksu pilnveidošanā;
- Pārskatīt un pilnveidot esošos rīcības un ētikas kodeksus.

Noteikti šādi galvenie uzdevumi:

- Stiprināt un aizsargāt sabiedrisko mediju neatkarību;
- Atbalstīt profesionālās kvalitātes uzlabošanu;
- Piedalīties profesionālās ētikas attīstīšanā sabiedriskajos medijos;
- Veidot sabiedrības izpratni par žurnālistikas un sabiedrisko mediju profesionālo ētiku;
- Veicināt sabiedrisko mediju un sabiedrības atbildīgu sadarbību.

2022. gada sākumā (marts–aprīlis) tika izveidoti ombuda darbam nepieciešamie dokumenti un sabiedrisko mediju pašregulācijas struktūra (marts–jūnijs): sabiedrisko mediju redakcionālās vadlīnijas (to paredz SEPLPL) un atjaunoti LR un LTV Rīcības un ētikas kodeksi.

Ombuda ikdienas darba pamatā ir iesniegumu izskatīšana, atzinumu veidošana, sabiedrisko mediju satura vērtēšana, sadarbība ar to valdes locekļiem, galvenajām redaktorēm un citiem saturā iesaistītajiem profesionāļiem, medijpratības pasākumu veidošana, atbildes uz žurnālistu jautājumiem, līdzdalība diskusijās, saiknes uzturēšana ar sabiedrību.

Daļu no darba veido sarakste ar privātpersonām un institūcijām.

1.1. OMBUDA OFICIĀLĀS SARAKSTES STRUKTŪRA

Pirmā darbības gada laikā saņemta 51 dažāda rakstura vēstule, lūdzot izvērtēt sabiedrisko mediju saturu, sniegt viedokli vai cita veida informāciju. No privātpersonām saņemtas 24 vēstules (atbildētas 22), 27 vēstules saņemtas no valsts pārvaldes iestādēm, juridiskajām personām, tām nosūtītas 37 vēstules. No sarakstes ar iestādēm, visvairāk vēstules sūtītas sabiedrisko mediju organizācijām: LTV nosūtītas 19, LR – 7 vēstules, no LTV saņemtas 10, no LR – 6 vēstules. Sarakstes lielāko daļu veido informācija par iespējamiem profesionālās ētikas pārkāpumiem un informācijas vai atbilžu uz ombuda jautājumiem lūgumi, atzinumu un ieteikumu nosūtīšana.

1. GRAFIKS. OMBUDA OFICIĀLĀS VĒSTULES.

Privātpersonas

Saņemtas – 24

Atbildētas – 22

Iestādes

Saņemtas – 27

Nosūtītas – 37

Sarakste ar LTV un LR (no sarakstes ar iestādēm kopskaita)

Nosūtītas LTV – 19

Nosūtītas LR – 7

Saņemtas no LTV – 10

Saņemtas no LR – 6

2. IESNIEGUMI SABIEDRISKO MEDIJU OMBUDAM

Lai dotu iespēju sabiedrībai izteikt savas domas par sabiedrisko mediju darbu un veicinātu to darbības atbildīgumu, viens no galvenajiem ombuda pienākumiem ir iesniegumu izskatīšana. Iesniegumi tiek saņemti dažādās formās: izmantojot iesnieguma elektronisko formu SEPLP mājas lapas ombuda sadaļā, elektroniskas vēstules veidā, pa tālruni, personiskās sarunās un tikšanās reizēs. Ja konstatēts, ka iesniegums attiecas uz profesionālās ētikas iespējamu pārkāpumu un tajā minētie fakti vai viedoklis būtu padziļināti jāizvērtē, tiek uzsākta jautājuma izpēte un gatavots ombuda atzinums.

Kopš 2022. gada 1. marta izskatīti 21 iesniegums, papildu sniegtas atbildes uz atklātā vēstulē akcentētiem jautājumiem par diskrimināciju diskusijās, sniegts viens ombuda vērtējums par viltus ziņas, kas saistīta ar nepatiesu informāciju par personas nāvi, publicēšanu sabiedrisko mediju saturā un sociālās tīklošanās vietnēs (kopā 23).

Saņemti arī trīs iesniegumi (vēstulēs un pa telefonu), kas attiecas uz komercmediju publicētu saturu, to iesniedzējiem ieteikts vērsties Latvijas Mediju Ētikas padomē.

Saņemot iesniegumu vai informāciju par iespējamu profesionālās ētikas pārkāpumu sabiedrisko mediju saturā, vispirms, izmantojot Redakcionālās vadlīnijas un sabiedrisko mediju Rīcības un ētikas kodeksus, tiek novērtēti iesniegumā minētie fakti, seko iesniegumā minētā satura analīze, vienlaikus tiek uzdoti jautājumi par iesniegumā minēto saturu atbildīgajiem sabiedrisko mediju darbiniekiem. Nepieciešamības gadījumā notiek saziņa ar iesniedzēju, lai skaidrotu iesniegumā minēto vai lūgtu precizēt informāciju. Visbiežāk ombuda jautājumi tiek sūtīti LTV vai LR galvenajām redaktorēm, programmu vai cita veida satura veidotājiem. Vairāku iesniegumu gadījumos notikušas konsultācijas ar citu valstu sabiedrisko mediju ombudiem, jautājumi uzdoti arī citām valsts iestādēm.

Kad pabeigta satura vērtēšana un saņemtas atbildes, tiek veidots atzinums, atzīstot vai neatzīstot pārkāpumu. Ja nepieciešams, profesionālās ētikas pārkāpuma gadījumā, tiek sniegti ieteikumi un monitorēts ombuda ieteikumu ieviešanas process. Visi atzinumi, anonimizējot iesniedzēju, publicēti ombuda sadaļā SEPLP mājas lapā. Informācija par atzinumiem, kas skar plašas sabiedrības intereses, ievietota arī ombuda Facebook kontā. Tie publicēti arī sabiedrisko mediju interneta vietnēs.

Tālāk sniegta detalizēta informācija par iesniegumu saturu un izskatīšanas rezultātā pieņemtajiem lēmumiem.

2.1. OMBUDA ATZINUMU SATURS

Analizējot iesniegumos ombudam akcentētās sabiedrisko mediju profesionālās problēmas (vienā iesniegumā var būt minētas vairākas), var secināt, ka visvairāk iesniegumu attiecas uz sabiedrisko mediju darbinieku sadarbību ar informācijas avotiem (to izvēle, avota sniegtās informācijas atspoguļojums, kritisks avota sniegtās informācijas vērtējums, attieksme pret informācijas avotu) (1. tabula). Atsevišķi iesniegumi skar arī šādas tēmas: diskriminācija un stereo-

tipizācija sabiedrisko mediju saturā, atbildīguma principa ievērošana, precizitāte, godprātīgums, iespējamie likuma pārkāpumi, žurnālistu uzvedība dažādās komunikācijas situācijās un vidēs.

1. TABULA. IESNIEGUMU OMBUDAM SATURS

Iesniegumā minētais profesionālās ētikas jautājums, problēma, pārkāpums	Skaits	Piezīmes (iesniedzēju norādītie iespējamie pārkāpumi)
Sabiedrisko mediju žurnālisti un to avoti	12	Avotu izvēle, avotu sniegtā informācija, avotu kritisks vērtējums, politiķi kā informācijas avoti.
Stereotipizācija vai diskriminācija	2	Iesniegums par sportistu sievietes apzīmējumiem sporta sacensību komentāros; atklāta vēstule par dzimumu līdztiesību LTV diskusiju raidījumos.
Atbildīgums	1	LTV sižeta dalībnieka bīstama un likumam neatbilstoša uzvedība.
Sabiedrisko mediju darbinieku uzvedība sociālās tīklošanās vietnēs, ziņapmaiņas vietnēs	3	Sabiedrisko mediju darbinieku uzvedība, kas liek apšaubīt tās atbilstību sabiedrisko mediju darbības mērķiem un principiem.
Likuma pārkāpums	4	LTV atkārtojumi priekšvēlēšanu periodā; slēptā reklāma LR podkāstā, padomju ideoloģijas slavināšana klausītāja pasūtītā dziesmā, maldinošas informācijas sniegšana faktu pārbaudes materiālā.
Vispārīgi	1	Ētikas komisijas darbs LTV.

Pārskata periodā visvairāk iesniegumu saņemts par LTV saturu (14), seko Latvijas Radio (6) un LSM.lv (2) (neskaitot gadījumu ar viltus ziņas publicēšanu) (2. grafiks). Lielākā daļa iesniegumu skar ikdienas ziņu un aktualitāšu, sabiedriski politisko diskusiju programmas. Saņemti arī iesniegumi par jauniešiem adresēta satura atbildīgumu, atkārtojumiem priekšvēlēšanu laikā, par politiskās partijas pārstāvošu informācijas avotu apzīmēšanu, sporta komentētāja attieksmi pret sportistiem un pēc klausītāju ieteikumiem veidotas programmas saturu.

2. GRAFIKS. IESNIEGUMU OMBUDAM SKAITS, ATKARĪBĀ NO MEDIJA VAI PLATFORMAS

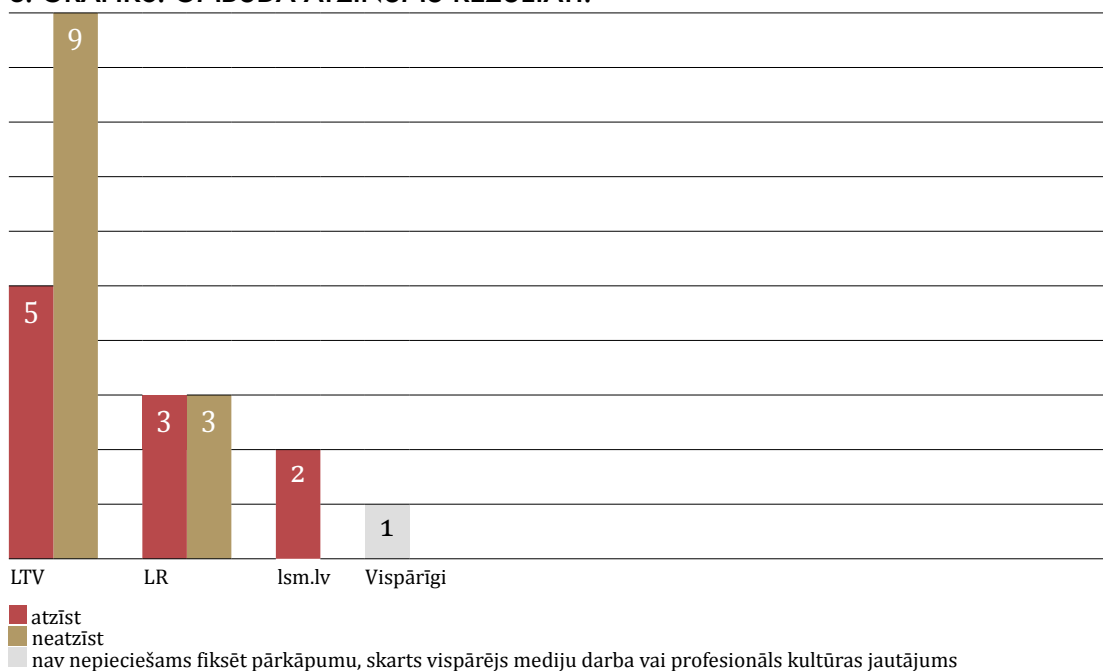
LTV	14
LR	6
lsm.lv	2
Vispārēji	1

Izvērtējot 21 iesniegumu, kā arī to vidū arī atklātu vēstuli un viltus ziņu publikāciju, konstatēti 9 profesionālās ētikas pārkāpumi, 12 gadījumos pārkāpumi nav konstatēti. No iesniegumiem par LTV 5 gadījumos pārkāpums konstatēts, un 9 gadījumos – nav konstatēts. No sešiem iesniegumiem par LR 3 gadījumos pārkāpums konstatēts, 3 gadījumos – nav konstatēts. No diviem

iesniegumiem par LSM.LV, abos gadījumos pārkāpums nav konstatēts. Bet tas atzīts gadījumā ar viltus ziņas publicēšanu LSM.lv (par to nav saņemts iesniegums). Izvērtēts arī vispārīgs mediju prakses jautājums, par kuru nav nepieciešams pieņemt ar profesionālo ētiku saistītu lēmumu (3. grafiks).

Izvērtējot iesniegumus un atzinumus, var secināt, ka sabiedrisko mediju saturā, arī gadījumos, kad profesionālās ētikas pārkāpums atzīts, lielākoties bijuši nelieli pārkāpumi, kas saistīti ar pareizrakstību, virsrakstu un pieteikumu precizitāti, avotu citātu vai to piederības precīzu apzīmēšanu, avotu izvēles pamatotību. Konstatēti dažī rupji pārkāpumi: viltus ziņas publicēšana, saistībā ar nepatiesu informāciju par personas nāvi, profesionālās ētikas normu pārkāpums sociālās tīklošanās vietnē, vairāki gadījumi, kad nepietiekami kritiski novērtēts informācijas avots, radot vienpusīgu saturu. Pārskata periodā nav atzīts kāda likuma pārkāpums.

3. GRAFIKS. OMBUDA ATZINUMU REZULTĀTI.



2.2. OMBUDA IETEIKUMU IEVIEŠANA

Sabiedrisko mediju ombuda darbības mērķis ir novērst profesionālās ētikas pārkāpumu pieļaušanu, kā arī piedāvāt risinājumus profesionālās ētikas dilemmu gadījumā vai situācijās, kad pārkāpums ir pieļauts. Veidojot atzinumus, ombuds, ja nepieciešams, pievienot arī savus ieteikumus, kuru ieviešanai sabiedriskā medija organizācijai, tiek dots saprātīgs termiņš. Ieteikumu mērķis ir uzlabot sabiedrisko mediju profesionālās ētikas līmeni un veicināt diskusiju par to sabiedrisko mediju organizācijās.

Lielākā daļa no atzinumos ieteiktajiem uzlabojumiem ir ieviesti vai saņemtas sabiedrisko mediju galveno redaktoru atbildes par to, kad un kā ieteikumi tiks ieviesti (3. tabula).

3. TABULA. OMBUDA IETEIKUMI, TO IEVIEŠANA

Ieteikumi	Rezultāti, piezīmes
Par LTV Ētikas komisiju struktūru un neitralitāti.	LTV Ētikas padomes nolikumā iekļauts punkts, ka padomes loceklis atstata sevi no lemšanas, ja ir iespējams interešu konflikts.
Par atbalstu uzbrukumam gadījumā sociālās saziņas vietnēs vai citur.	Darbiniekiem pieejams psiholoģisks atbalsts, kā arī juridisks atbalsts, ja uzbrukums ir pamats iesniegumam policijā.
Par neitralitāti personiskā saziņā ar informācijas avotiem.	Ir ieviests Redakcionālajās vadlīnijās.
Par intervijām ziņu raidījumā.	Jautājums ir apspriests un precizēts, kāda ir ziņu raidījumu interviju forma.
Par neitralitātes un precizitātes principu.	Ieviests Redakcionālajās vadlīnijās.
Tulkojuma kvalitātes problēma.	Lauzts līgums un pārslēgts līgums ar citu pakalpojumu sniedzēju. Mainīta Ziņu dienesta tulkojumu nodrošinājuma kārtība, iespēju robežās tulkojumus ierakstīt iepriekš.
Ieteikums norādīt, ja publikācija papildināta.	Portālos tas tiek norādīts. Lineārajā televīzijā tādi gadījumi ir reti, bet, ja tēma tiek turpināta, piemēram, nākamajā ziņu izlaidumā ar jaunu informāciju, tas tiek norādīts.
Precīzi nosaukt ziņas avotu skaitu, lai novērstu maldināšanu.	Ieviests kā precizitātes princips Redakcionālajās vadlīnijās.
Iepazīstināt sporta redakcijas darbiniekus ar UNESCO un citiem ieteikumiem, kas attiecas uz izvairīšanos no diskriminācijas.	Nodots nodaļas vadītājam izpildei. Informē, ka regulāri iepazīstina darbiniekus.
Pārskatīt LR jauniešu formātu atbilstību žurnālistikas pamatprincipiem.	Notikusi apspriede redakcijā. Atzinumā minētie un citi jaunie formāti tiek vērtēti atbilstoši LR satura kvalitātes principiem.

2.3. IESNIEDZĒJU OMBUDAM «PORTRETS»

Iesniegumus ombudam trīs reizes biežāk iesniedz vīrieši (18), salīdzinot ar sievietēm (5). Nav konstatēti kādi temati vai problēmjaudājumi, kas saistīti ar iesniedzēja dzimumu, vienīgā atšķirība, ka valsts institūciju vārdā iesniegumus iesūta vīrieši.

Analizējot iesniedzēju struktūru pēc to statusa (4. grafiks), var konstatēt, ka lielāko daļu iesniegumu iesniedz privātpersonas (11) un politiķi (8), divas reizes iesniegumu iesniegusi valsts institūcija; politisks aktīvistis, NVO pārstāve un atklātas vēstules veidotāji (iesniedzēji iekļauti vienā grupā), medija pārstāvis – vienu reizi.

4. GRAFIKS. IESNIEDZĒJU STATUSS

Privātpersona	11
Politīķis	8
Valsts institūcija	2
Politisks aktīvistis	1
NVO, atklāta vēstule	2
Medija pārstāvis	1

Žurnālistikas profesionālā ētika un mediju ētika pieder pie praktiskās ētikas, tā definē konkrētas jomas profesionāļu darbību, palīdz pieņemt lēmumu ētikas dilemmu situācijās. Lai skaidri definētu savas profesionālās vērtības, principus, profesionālās ētikas normas, sabiedriskie mediji ir izveidojuši pašregulācijas dokumentus, ar tiem ikviens var iepazīties sabiedrisko mediju mājas lapās. Lai praktiski lietotu izstrādātos dokumentus, ombuda darbības sākumā izveidota kārtība, kādā iesniedzami iesniegumi ombudam. Tā nosaka, ka iesniedzējs iesniegumā definē iespējamus profesionālās ētikas pārkāpumus, izmantojot sabiedrisko mediju pašregulācijas dokumentus.

Lielākā daļa no iesniedzējiem (13) savā iesniegumā ir definējuši iespējamus ētikas pārkāpumus (5. grafiks), minot konkrētus redakcionālo vadlīniju vai Rīcības un ētikas kodeksu punktus, 11 iesniedzēji tos nav definējuši.

Analizējot iesniegumus pēc iesniedzēja statusa, var konstatēt, ka privātpersonas parasti norāda konkrētus ētikas pārkāpumus (7), atsevišķos gadījumos (4) pārkāpums nav norādīts. Politīķis 2 gadījumos norādījis pārkāpumu, 6 – nav norādījis, valsts institūciju pārstāvji – nav norādījuši (2), politiskais aktīvistis – norādījis (1), sabiedrības pārstāvji atklātā vēstulē norādīja, NVO iesniegumā nebija norādījusi, medija pārstāvis – nebija norādījis.

5. GRAFIKS. IESNIEGUMU SATURS (PĒC IESNIEDZĒJU STATUSA)

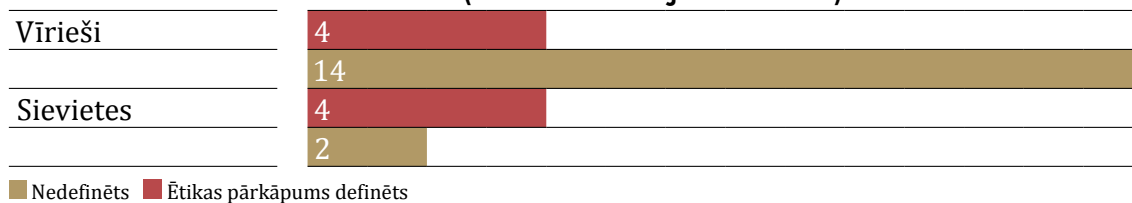
Privātpersona	4	7
Politīķis	2	6
Valsts institūcija	2	
Politisks aktīvistis	1	
NVO, atklāta vēstule	1	1
Medija pārstāvis	1	

■ Nedefinēts ■ Ētikas pārkāpums definēts

Ētikas pārkāpuma norādīšana iesniegumā ne vienmēr nozīmē, ka konkrētais profesionālās ētikas pārkāpums tiek atzīts. Iesniegumos minētie piemēri un gadījumi tiek izskatīti ļoti detalizēti, izsverot, kā un vai kāds pārkāpums varētu tikt pieļauts, kādi bija žurnālistu vai redaktoru profesionālie lēmumi un darbības, nolūki, vērtējot, cik smags varētu būt ētikas pārkāpums. Vairākos gadījumos pēc situācijas analīzes tika konstatēts cits, nevis iesniegumā norādītais pārkāpums. Daļā iesniegumu līdzās ētikas pārkāpumiem, norādīti arī likumu pārkāpumi vai arī lūgts izvērtēt iesniegumu, izmantojot likumu normas.

Novērtējot iesniedzēju vēlmi norādīt konkrētus profesionālās ētikas pārkāpumus pēc iesniedzēja dzimuma (6. grafiks), var secināt, ka vīrieši, kas kopumā biežāk vērsušies ar iesniegumiem pie ombuda, retāk definē ētikas pārkāpumu (četras reizes tas minēts, četrpadsmit – nav minēts). Savukārt sievietes parasti norādījušas pārkāpumu: četros gadījumos no sešiem tas norādīts, divos – nav norādīts.

6. GRAFIKS. IESNIEGUMU SATURS (PĒC IESNIEDZĒJU DZIMUMA)



Ja iesniegums nav skaidrs, ombuds vienmēr lūdz iesniedzēju precizēt savu skatījumu un norādīt konkrētus ētikas pārkāpumus. Šāda pieeja medijos un sabiedrībā palīdz veidot padziļinātu izpratni par profesionālo ētiku žurnālistikā un mediju vidē.

Pēc ombuda lūguma, lielākā daļa no iesniedzējiem precizē savu iesniegumu (parasti privātpersonas), daļa no iesniedzējiem tos nav precizējuši (politiķi un institūcijas pārstāvis).

Iesniedzēju norādīto pārkāpumu analīze palīdz saprast, kā sabiedrības pārstāvji vērtē sabiedrisko mediju darbu. Iesniedzēju vērtējumi dod iespēju uzlabot pašregulācijas dokumentus un veidot priekšlikumus mediju darba pilnveidošanai.

Analizējot, kāds ir iesniegumu rezultāts, ņemot vērā iesniedzēja statusu, var teikt, ka iedzīvotāju jeb privātpersonu iesniegumu gadījumā lielākoties pārkāpumi tiek atzīti (3. tabula). Kopumā privātpersonas kā iesniedzēji parāda padziļinātu izpratni par mediju un žurnālistikas profesionālo ētiku, sabiedrisko mediju ietekmi un sociālo atbildību.

Tā kā sabiedriskie mediji ir atkarīgi no politiskiem lēmumiem par to budžetu un attīstību, un Latvijas politiķi nereti publiski izsaka savas domas par sabiedrisko mediju saturu, īpaša uzmanība ombuda pirmā darbības gada laikā tika pievērsta politiķu iesniegumiem. Politiķi atrodas varas pozīcijā un viņu iesniegumi var tikt skatīti kontekstā ar risku ietekmēt sabiedrisko mediju darbu un redakcionālo neatkarību.

Tika saņemti pieci iesniegumi no politiķiem, vienu no tiem bija parakstījuši četri politiķi. No visiem iesniegumiem, vienā gadījumā tika atzīts profesionālās ētikas principa «atbildīgums» pārkāpums. Politiķu iesniegumos tika skarti šādi jautājumi: politiķa un žurnālista personiskā komunikācija; jautājums par iespējam slēptu politisko partiju reklamēšanu, sabiedrisko mediju saturā norādot politiķu un amatpersonu politisko piederību; sabiedrības drošību apdraudošas

situācijas pieļaušana sižeta filmēšanas laikā; informācijas avotu izvēle; iebildumi par politika publiskajā komunikācijā minēto faktu pārbaudi.

Politiskā aktīvista iesniegumā minētie pārkāpumi netika atzīti, pēc mediju pārstāvja iesnieguma – tika atzīts profesionālās ētikas pārkāpums, no divu NVO iesniegumiem minētais – nav atzīts pārkāpums, no diviem institūcijas iesniegumiem – nevienā gadījumā netika atzīti pārkāpumi.

3. TABULA. IESNIEGUMU REZULTĀTS (PĒC IESNIEDZĒJA)

Iesniedzējs/lēmums	Atzīts profesionālās ētikas pārkāpums	Nav atzīts	Kopā (no iesniegumiem)
Privātpersona	6	5	11
Politikis	1	7	8 (5 iesniegumi)
NVO, atklāta vēstule	-	2	2
Politisks aktīvis	-	2	2
Medija pārstāvis	1	-	1
Institūcijas pārstāvis	-	2	2

3. SADARBĪBA AR SABIEDRISKO MEDIJU DARBINIEKIEM

Visas ombuda funkcijas ir saistītas ar regulāru sadarbību ar sabiedrisko mediju organizācijām. Šī sadarbība ietver informācijas apmaiņu, atbilžu uz jautājumiem sniegšanu, diskusijas par profesionālās ētikas problēmjautājumiem, problēmsituāciju analīzi un risināšanu.

Sadarbība ar sabiedrisko mediju galvenajām redaktorēm un citiem darbiniekiem ietvērusi:

- Kara un konfliktu žurnālistikas vadlīniju veidošana un apspriešana.
- Informācijas un pētījumu par profesionālo ētiku sabiedriskajos medijos sniegšana.
- Darbs pie redakcionālo vadlīniju veidošanas (tikšanās, diskusijas, darbs ar tekstu, vadlīniju apspriešana mediju organizācijās).
- Tikšanās ar LTV Ziņu dienesta un RUS.LSM.lv darbiniekiem.
- Tikšanās ar pieci.lv darbiniekiem par interešu konfliktu jautājumu un influenceru darbību LR.
- Regulāras diskusijas par sabiedrisko mediju saturu, jaunajiem formātiem, iesniegumiem ombudam.
- Diskusijas par mediju un žurnālistikas ētiku ar LTV valdi, Ziņu dienesta vadītāju, redaktoriem, žurnālistiem.

3.1. PIEREDZES APMAIŅA, VIZĪTES PIE ES VALSTU ŪMBUDIEM

Lai iepazītos ar citu ES valstu sabiedrisko mediju pašregulācijas praksi, pirmajā darba gadā notika trīs vizītes pie citu ES valstus mediju ombudiem (Somija, Lietuva, Beļģija), kā arī regulāras konsultācijas par būtiskiem mediju ētikas problēmjautājumiem (kara žurnālistikas ētika, interešu konflikts, dzimumu līdztiesība sabiedriski politisko diskusiju raidījumos, uzbrukumi žurnālistiem un pašcenzūra).

2022. gada 8. decembrī tiesībsardze bija uzaicināta raksturot Latvijas mediju pašregulāciju un ombuda darbu Igaunijas žurnālistu savienības gada konferencē.

4. MEDIJPRATĪBAS VEICINĀŠANA, SAIKNES AR SABIEDRĪBU VEIDOŠANA

Likumā definētās funkcijas uzlabot sabiedrības medijpratību un nodrošināt personisku saikni ar sabiedrību dažādās aktivitātēs un pasākumos daļēji pārklājas. Lai gan ne visas aktivitātes ir publiskas (sarakste ar iesniedzējiem, sabiedrības pārstāvju domu uzklauššana pa tālruni vai e-pasta formā, atbilžu sniegšana uz jautājumiem u.c.), lielu daļu ombuda darba aizņem medijpratības aktivitātes. Ombuda veiktie pētījumi ir pamats, lai veidotu izglītojošus rakstus, prezentācijas konferencēs un diskusijās.

Pirmajā ombuda darba gadā sabiedrības medijpratības veicināšana notika šādās formās:

- **Izglītojošu rakstu** veidošana un publicēšana (publicēti 12 raksti LSM.lv sadaļā «Ārpus ētera», sarakstu skat. 1. pielikums, kā arī 3 raksti ombuda mājas lapas sadaļā).
- **Vieslekcijas par žurnālistikas un mediju ētiku bibliotēkās** (7 vieslekcijas visos Latvijas reģionos, LNB medijpratības pasākumā, skolu mūžizglītības programmā skolotājiem (septiņas lekcijas); trīs universitātēs (ViA, LU, IREX medijpratības projekts, RSU kultūras žurnālistikas vasaras skola);
- **Pētījumi**, to iecerēšana un veikšana, sekundāro datu analīze, lai vērtētu aktuālās problēmas un skaidrotu profesionālās ētikas jautājumus;
- **Intervijas, diskusijas** medijos, diskusiju festivālā LAMPA (divas diskusijas), Latvijas Mediju ētikas mēnesī, UNESCO Medijpratības nedēļā, Francijas vēstniecībā u.c. (vidēji 1 -2 diskusijas nedēļā);
- **Tikšanās** ar dažādu iestāžu un institūciju pārstāvjiem: LTV un LR darbiniekiem, citu valstu mediju ombudiem, citu valstu žurnālistiem, LR Tiesībsarga biroja pārstāvjiem, Kultūras ministrijas pārstāvjiem, Ministru Kabineta Stratēģiskās komunikācijas koordinācijas departamenta pārstāvjiem, NEPLP pārstāvjiem, Baltijas Mediju Izcilības centra pārstāvjiem, CERT pārstāvjiem, dažādu ES valstu vēstniekiem, dalība dažādās konferencēs un pasākumos.

Vieslekciju saturs:

- Mediju ētika un žurnālistikas ētika;
- Mediju ētikas vēsture un pieejas;
- Mediju pašregulācija, ombuda institūcijas izveidošanās;
- Mediju pašregulācijas sistēma Latvijā;
- Sabiedrisko mediju ētika, pašregulācijas dokumenti un principi;
- Sabiedrisko mediju sabiedriskā labuma tests, citi dati un pētījumi par sabiedrisko mediju darbu;
- Sabiedrisko mediju ombuda pienākumi un pilnvaras;
- Skaidrojums, kā vērsties pie ombuda, iesnieguma forma un informācija;
- Aicinājums iesniegt jautājumus, sniegt komentārus un norādīt uz iespējamiem profesionālās ētikas pārkāpumiem;
- Mediju ētikas pārkāpumu aktuālo piemēru analīze un skaidrošana.

4.1. PĒTĪJUMI

Medijpratība ir dinamiska un multidisciplināra joma, kas pastāvīgi attīstās, tāpēc medijpratības aktivitātes ombuda darbā, pirmkārt, ir datos balstītas, otrkārt, paredzētas dažādu sabiedrības mērķa grupu izglītošanai. Pirmajā darba gadā galvenās definētās mērķa grupas ir Latvijas reģionu iedzīvotāji, bibliotekāri, Latvijas skolēni un studenti, sabiedrisko mediju auditorija.

Lai atbildētu uz aktuāliem ar profesionālo ētiku saistītiem jautājumiem, 2022. gadā tika veikti vairāki pētījumi:

- 1) Sabiedrisko mediju ētikas pētījumu un ētikas kodeksu meta analīze, veidojot Kara un konfliktu vadlīnijas un Redakcionālās vadlīnijas;
- 2) Mediju auditorijas pētījums (fokusa grupas), lai noteiktu Latvijas sabiedrības pārstāvju sabiedrisko mediju uztveri (pētījuma ziņojums 2022. gada Latvijas Sabiedrisko mediju ombuda konferencē: <https://www.seplp.lv/lv/ombuda-konference-2022>);
- 3) Pētījums par dzimumu līdzsvaru LTV diskusijās (236 raidījumu kvantitatīva kontentanalīze);
- 4) Literatūras un pētījumu analīze par dzimumu diskrimināciju sabiedrisko mediju diskusijās;
- 5) Literatūras un pētījumu analīze par sportistu sieviešu diskrimināciju sporta žurnālistikā;
- 6) Literatūras, pētījumu datu analīze un oriģināls Latvijas Twitter vides satura pētījums par uzbrukumiem žurnālistiem;
- 7) Oriģināls pētījums par avotu izmantojumu politikas diskusijās pēc vēlēšanām LTV (53 raidījumu kvantitatīva kontentanalīze).

4.2. OMBUDA KONFERENCE

Viens no Latvijas sabiedrisko mediju ombuda uzdevumiem ir veicināt dialogu starp sabiedriskajiem medijiem un sabiedrību. Lai aktualizētu šī dialoga veidošanai būtiskus jautājumus, 2022. gada 23. septembrī notika pirmā Latvijas sabiedrisko mediju ombuda konference «Ieklausīties, ieraudzīt, izprast: sabiedriskie mediji un sabiedrība».

Konferences pirmajā daļā kaimiņvalstu kolēģi – Igaunijas sabiedriskā medija ERR ombuds Tarmu Tammerks (Tarmu Tammerk), kuram ir 15 gadu pieredze strādājot šajā amatā, un Daina Elena Andrikiene (Daina Elena Andrikiene), Lietuvas sabiedriskā medija LRT ētikas kontroliere, kura šajā amatā ir nedaudz vairāk kā gadu, iepazīstināja ar to, kādi ir viņu pienākumi, ko tie var vai nevar ietekmēt, ar ko ikdienā pamatā nākas nodarboties un kāds ir praktiskais piespums sabiedrībai un medijiem no ombuda institūcijas darbības.

Konferences centrālā uzmanība bija veltīta 2022. gada vasarā veikta kvalitatīva auditorijas uztveres pētījuma rezultātu prezentēšanai. Pētījumu pēc Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu padomes pasūtījuma 2022. gada augustā – septembrī veica tirgus un sociālo pētījumu centrs «Latvijas Fakti», organizējot 7 sabiedrisko mediju mērķa auditoriju fokusa grupas (pētījuma pārskata ziņojums pieejams zemāk). Šī pētījuma rezultāti tika vērtēti arī kontekstā ar citiem līdz šim veiktu pētījumu rezultātiem.

Konferences noslēdzošajā daļā savukārt tika aktualizēts jautājums par dažādiem uzbrukumiem, ar kuriem sastopas žurnālisti, lai ikdienā darītu savu darbu un nodrošinātu sabiedrību ar informāciju. Gatavojoties konferencei sabiedrisko mediju ombuds aktualizēja šo jautājumu ar vairākām tematiskām publikācijām sabiedrisko mediju portālā lsm.lv un ombuda mājaslapā, kā arī tika veikts sociālo mediju pētījums, kurā tika analizēts pret žurnālistiem un medijiem, tai skaitā, sabiedriskajiem medijiem vērtais anti-mediju sentiments.

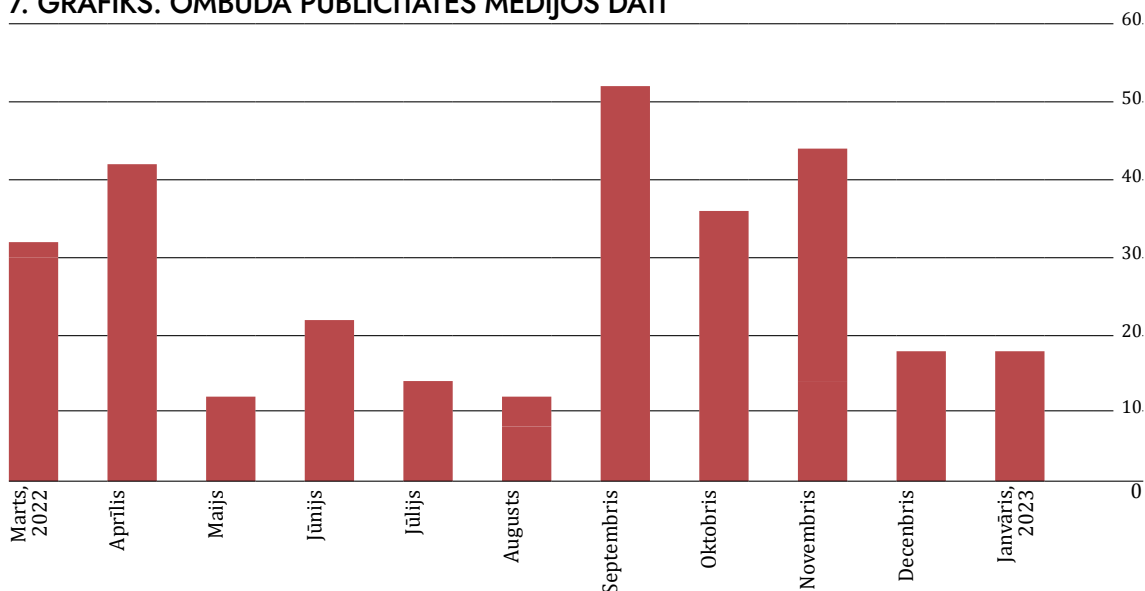
Konferencē šim jautājuma tika veltītas arī divas diskusijas – viena ar profesionāliem žurnālistiem un redaktoriem un viena ar lēmuma pieņēmējiem un mediju vadītājiem. Par šo tēmu konferencē uzstājās arī Somijas sabiedriskā medija YLE ombuda biroja pārstāvis sadarbībai ar auditoriju Timo Huovinen (Timo Huovinen).

Pasākuma interneta tiešraidi nodrošināja LTV un LSM.lv.

5. OMBUDA PUBLICITĀTE MEDIJOS

Latvijas sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu ombuds LETA mediju monitoringā laika periodā no 2022. gada 1. marta līdz 2023. gada 31. janvārim ir fiksēts 303 publikācijās (7. grafiks), kurās minēts ombuds kā institūcija vai tiesībsardze Anda Rožukalne. Pārskata periodā nevienā no mēnešiem publikāciju skaits nav bijis mazāks par 10, vidēji – 28 publikācijas, jo tiesībsardze tika aicināta piedalīties 1 – 3 publiskās diskusijās mēnesī, kā arī katru nedēļu sniedza 1 – 2 intervijas medijiem.

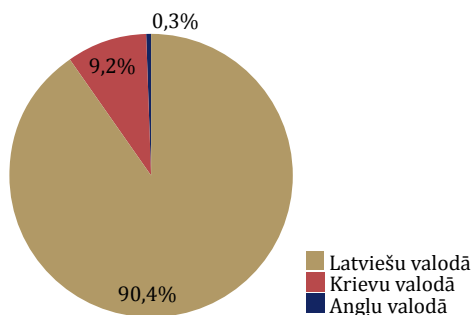
7. GRAFIKS. OMBUDA PUBLICITĀTES MEDIJOS DATI



Mazāk publikāciju ir vasaras mēnešos (maijs, jūlijs, augusts). Aktīvākie publicitātes periodi ir bijuši 2022. gada martā un aprīlī, ko var skaidrot ar ombuda kā institūcijas izveidi, un 2022. gada rudenī. Septembrī publicitāte sasniedza augstāko punktu ar 52 publikācijām. Tas saistāms ar pirmās sabiedrisko mediju ombuda konferences «Ieklausīties, ieraudzīt, izprast: sabiedriskie mediji un sabiedrība» norisi 2022. gada 23. septembrī (24 publikācijas vienā dienā).

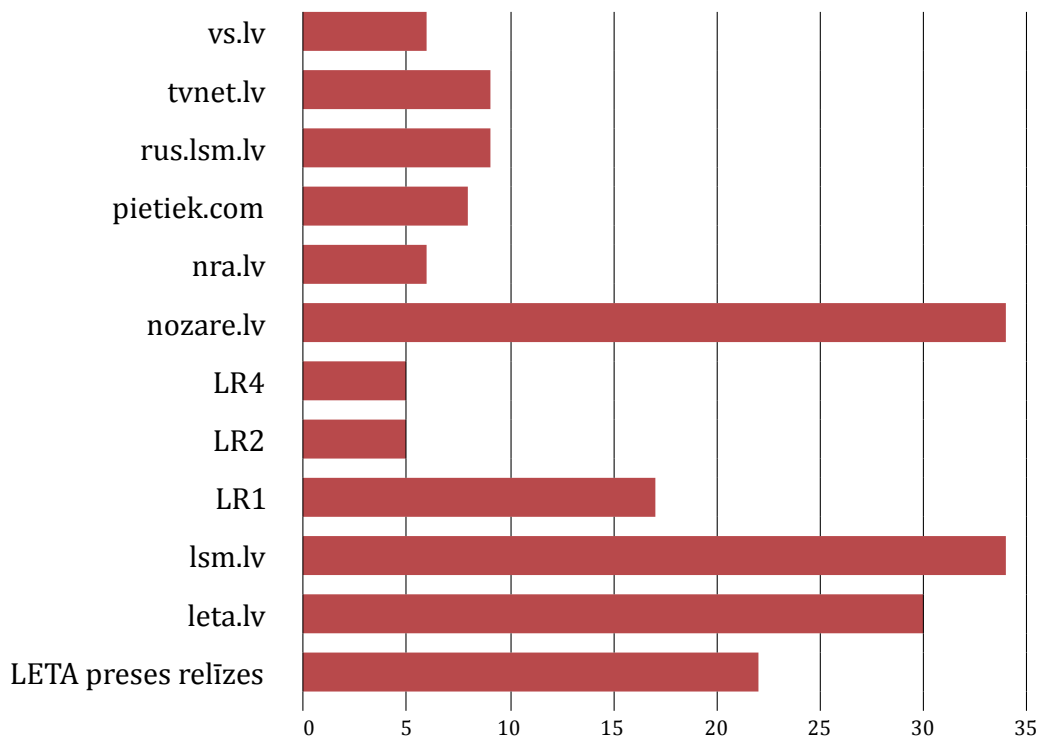
Lielākā daļa (90%) publikāciju ir publicētas latviešu valodā (8. grafiks), pārējās krievu valodā. Tikai viena publikācija bijusi angļu valodā, ko īsi pēc ombuda institūcijas izveides bija publicējis en.lsm.lv. LETA monitoringa analizē tikai Latvijas mediju vidi. A. Rožukalne sniegusi divas intervijas Igaunijas sabiedriskajam medijam ERR, Lietuvas medijam LRT.

8. GRAFIKS. PUBLIKĀCIJU SKAITS (PĒC VALODAS)



Kopumā publikācijas par ombudu parādījušās 81 dažāda nosaukuma medijos un interneta vietnēs. No visām publikācijām 61,1% parādījušās izdevumos un vietnēs, kas par ombudu 11 mēnešu laikā vēstījuši vairāk kā 5 reizes, kamēr 12.2% publicējuši ziņu par ombudu tikai vienu reizi (9. grafiks). Liela daļa no tiem ir lokālas un reģionālas interneta vietnes un vietējie drukātie izdevumi, kuri vēstījuši par ombuda publiskajām lekcijām reģionu bibliotēkās.

9. GRAFIKS. MEDIJI, Kuros BIJUŠAS VAIRĀK PAR PIECĀM PUBLIKĀCIJĀM



Visvairāk publikāciju par ombudu parādījušās LETA (ziņu, preses relīžu un nozare.lv sadaļās), kā arī Latvijas Sabiedrisko mediju vienotajā interneta portālā LSM.lv un LR kanālos.

6. OMBUDA INTERNETA MĀJASLAPAS UN SOCIĀLO MEDIJU PROFILA STATISTIKA

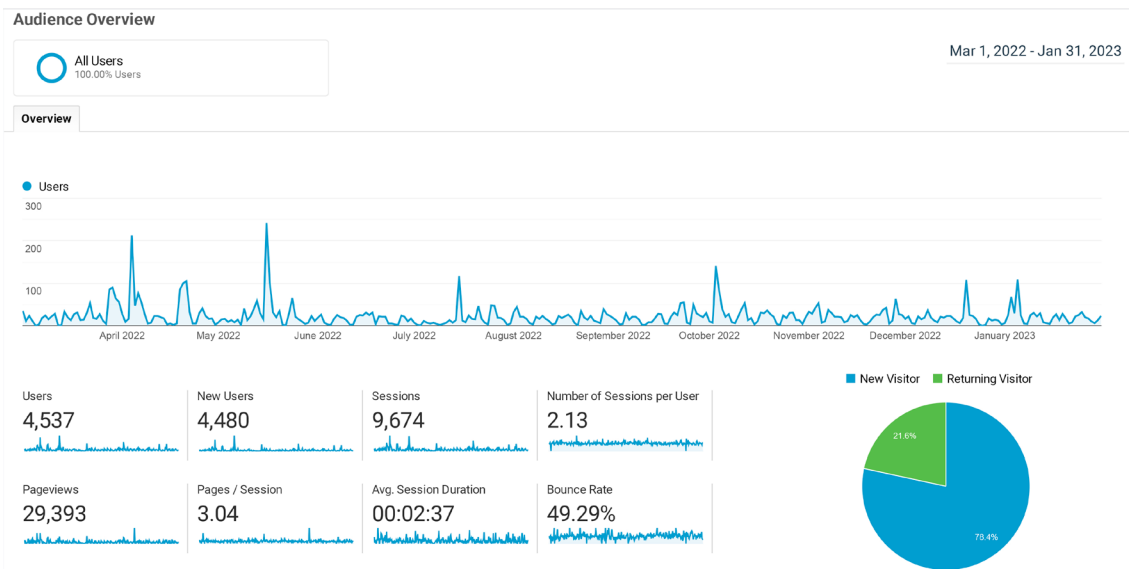
Ombuda interneta vietne ir daļa no SEPLP interneta vietnes www.seplp.lv. Lapas adresū struktūra ir veidota tā, ka Google Analytics nav iespējams iegūt automatizētu kopainu tikai par ombuda sadaļu un tajā publicētajiem ierakstiem. Taču, ja raugās uz kopējiem lapas apmeklējuma datiem un saturu, kas piesaistījis lielāko auditorijas uzmanību, redzams, ka populārāko šķirklju vidū ir arī ar ombuda darbību saistītais saturs. Piemēram, sadaļa Atzinumi ir otrā biežāk apmeklētā mājaslapas sadaļa laika periodā no 2022. gada 1. marta līdz 2023. gada 31. janvārim, piesaistot teju 1200 lapas skatījumu jeb Pageviews (10. grafiks).

10. GRAFIKS. SEPLP MĀJAS LAPAS STATISTIKA

Page	Pageviews	Unique Pageviews	Avg. Time on Page	Entrances	Bounce Rate	% Exit	Page Value
	25,293 (100.00%) (25,293)	21,281 (100.00%) (21,281)	00:01:17 Avg. for: 100.00% (00:01:17)	9,654 (100.00%) (9,654)	49.29% Avg. for: 49.29% (49.29%)	32.84% Avg. for: 32.84% (32.84%)	€3.90 (€3.90)
1. /v	8,534 (33.62%)	5,457 (25.64%)	00:01:09	5,060 (52.41%)	30.36%	26.68%	€3.90 (€3.90)
2. /v/atzinumi	1,181 (4.68%)	794 (3.73%)	00:01:30	297 (3.08%)	83.16%	40.56%	€3.90 (€3.90)
3. /v/jaunumi	828 (3.28%)	559 (2.61%)	00:02:02	119 (1.23%)	45.38%	30.43%	€3.90 (€3.90)
4. /v/darbeski	737 (2.91%)	589 (2.76%)	00:01:51	186 (1.93%)	54.79%	54.00%	€3.90 (€3.90)
5. /v/par-mums/hozas-regulejosi-lemumi	735 (2.90%)	550 (2.58%)	00:02:58	152 (1.57%)	82.24%	46.39%	€3.90 (€3.90)
6. /v/jaunumi-0	721 (2.85%)	436 (2.05%)	00:00:38	22 (0.23%)	27.27%	10.82%	€3.90 (€3.90)
7. /v/par-mums/ombuds	715 (2.83%)	442 (2.08%)	00:00:26	54 (0.56%)	13.21%	7.69%	€3.90 (€3.90)
8. /v/hadiba	685 (2.71%)	480 (2.26%)	00:00:09	23 (0.24%)	34.78%	6.54%	€3.90 (€3.90)
9. /v/par-mums/kapitalsabiedrības/fināso-radi	679 (2.70%)	385 (1.81%)	00:00:25	19 (0.19%)	36.84%	7.66%	€3.90 (€3.90)
10. /v/par-mums/darības-jomas	630 (2.50%)	484 (2.27%)	00:01:20	43 (0.45%)	72.09%	32.58%	€3.90 (€3.90)
11. /v/par-mums/kapitalsabiedrības/fināso-telestija	587 (2.32%)	359 (1.68%)	00:00:53	11 (0.11%)	9.09%	8.54%	€3.90 (€3.90)
12. /v/par-mums/kapitalsabiedrības	443 (1.75%)	237 (1.11%)	00:00:21	18 (0.19%)	5.56%	3.61%	€3.90 (€3.90)
13. /v/darbeski/jasni-sikano-0	413 (1.63%)	359 (1.68%)	00:01:11	74 (0.77%)	64.00%	27.36%	€3.90 (€3.90)
14. /v/atzinumi/ledzesiba-medju-diskusijas-kapco-tas-it-wal-nar-svairg	361 (1.43%)	291 (1.37%)	00:05:49	246 (2.55%)	70.56%	75.62%	€3.90 (€3.90)
15. /v/ienota-sabiedriska-medja-koncepcija	359 (1.42%)	322 (1.51%)	00:02:08	85 (0.88%)	63.53%	60.72%	€3.90 (€3.90)

Kopumā redzams, ka 2022. gada otrajā pusgadā SEPLP mājaslapai ir bijis par aptuveni 1000 sesijām vairāk un apmeklējums kļuvis kopumā stabilāks, kas varētu tikt skaidrots arī ar organizācijas un ombuda Facebook lapu aktivitāti.

11. GRAFIKS. SEPLP UN OMBUDA MĀJASLAPAS STATISTIKA (SKATĪJUMI)



Lielākā daļa mājaslapas apmeklējuma «virсотņu» saistāmi ar SEPLP vai ombuda Facebook lapu publikācijām (11. grafiks). Tā, piemēram, pēdējās divas virсотnes sakrīt ar ombuda Facebook lapas ierakstiem (20.12. par Savicka gadījumu, 05.01.2023. par atzinumu par LR darbinieka rīcību).

Ombuda Facebook lapa tika izveidota 2022. gada 1. jūnijā, pirmais ieraksts tika publicēts 7. jūnijā. Īsā laikā, balstoties uz personīgiem uzaicinājumiem, lapai izdevās piesaistīt sākotnējo sekotāju bāzi. Pēc tam tā papildinājies ar atsevišķiem jauniem sekotājiem.

12. GRAFIKS. OMBUDA FB LAPAS SEKOTĀJU SKAITS UN SASNIEDZAMĪBAS DATI



Ombuda Facebook lapas sasniedzamība jeb Reach septiņos lapas darbības mēnešos mērāma 5257.

13. GRAFIKS. OMBUDA FB LAPAS SASNIEDZAMĪBAS DATI



14. GRAFIKS. OMBUDA FB LAPAS APMEKLĒJUMS

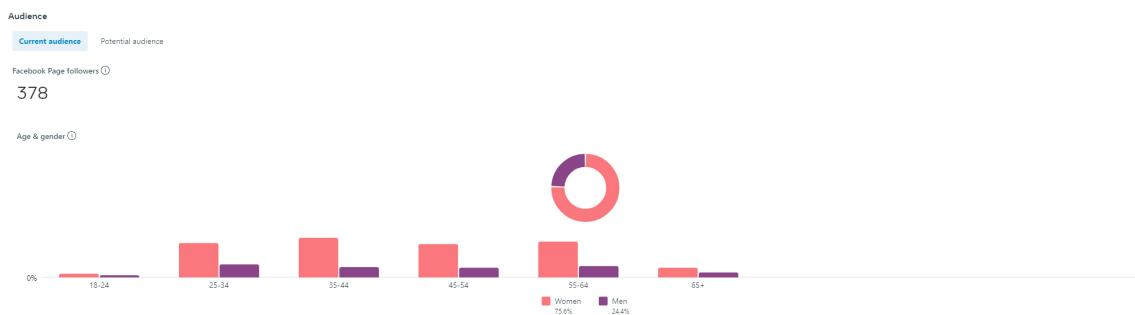


Ombuda Facebook lapa septiņos mēnešos apmeklēta teju 800 reižu.

Iepriekšējiem diviem rādītājiem ir novērojama tieša korelācija ar jaunu ierakstu publicēšanas biežumu. Proti, katrs jauns ieraksts veicina sasniedzamības kāpumus, taču publikāciju starplaiķos lapa sasniedzamība ir neliela.

Facebook Insights dati liecina, ka ombuda Facebook lapas sekotāji ir pamatā (75,6%) sievietes. Līdzīgā skaitā lapas sekotāju vidū ir iedzīvotāji no 25 līdz 64 gadiem, mazāk lapai seko jaunieši (18–24) un FB lietotāji vecumā no 65 gadiem. Vīrieši-sekotāji visās vecuma grupās lapai seko būtiski mazāk.

15. GRAFIKS. OMBUDA FB LAPAS SEKOTĀJU DZIMUMA STRUKTŪRA



Lapas pamatauditoriju veido Latvijā dzīvojošie – 94,7%, no kuriem lielākā daļa dzīvojoši Rīgā – 71,1%. Šie dati sakrīt ar vispārējiem datiem par Latvijas iedzīvotāju FB lietojumu, šo tīklošanās platformu vairāk izmanto sievietes un tās ir aktīvākas.

7. SECINĀJUMI

Latvijas sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu ombuds pirmajā darbības gadā ir izpildījis šādus galvenos mērķus un uzdevumus:

- Izveidota sistēma, kā sabiedrības pārstāvji var saņemt atbildes uz jautājumiem, kā notiek iesniegumu izvērtējums par sabiedrisko mediju satura atbilstību profesionālās ētikas normām;
- Izveidoti sabiedrisko mediju sabiedriskā pasūtījuma vērtēšanas kritēriji un novērtējums par 2021. gadu;
- Regulāri tiek skaidroti sabiedrisko mediju ombuda darba principi un atzinumi, rosinot diskusiju un nodrošinot ombuda darba caurskatāmību;
- Sabiedrība kopumā un tās dažādas mērķa grupas regulāri tiek iepazīstinātas ar sabiedrisko mediju ombuda darbu, profesionālās ētikas problēmām un citiem ar sabiedrisko mediju atbildīgumu saistītiem jautājumiem;
- Sabiedriskie mediji regulāri apspriež profesionālās ētikas jautājumus un izmanto jaunizveidotos pašregulācijas dokumentus ikdienas ētikas dilemmu risināšanai un jaunu formātu vai satura projekta veidošanai;
- Sabiedriskie mediji izveidojuši formātus, kuros regulāri iepazīstina savu auditoriju ar mediju darba un žurnālistikas jautājumiem, piedāvājot t.s. žurnālistiku par žurnālistiem (LTV video podkāsts «Dzīvei nav melnraksta» un LR raidījums «Mediju anatomija», diskusijas «Krustpunktā” u.c.), kā arī LR veidoja sabiedrisko mediju atpazīstamības un to darbības izpratnes sociālo kampaņu «Latvijas sabiedriskie mediji. Mani. Arī tavi».
- Izveidoti stabili kontakti un regulāra sadarbība, kā arī pieredzes apmaiņa ar Latvijas sabiedrisko mediju organizācijām, Latvijas mediju politikas veidotājiem, Latvijas bibliotēkām, augstskolām, vairāku ES valstu sabiedrisko mediju ombudiem.
- Sabiedrisko mediju ombuds regulāri informē sabiedrību par profesionālās ētikas problēmjaudājumiem un rosina par to diskusijas; informācija par ombuda darbu un sabiedrisko mediju pašregulāciju regulāri pieejama profesionālos medijos, ombuda sadaļā SEPLP mājas lapā, publiskās diskusijās, sociālās tīklošanās platformu ombuda kontā.

PIELIKUMS. PUBLIKĀCIJAS LSM.LV PAR OMBUDA DARBU UN MEDIJU ĒTIKU

1. Anda Rožukalne: Karš un žurnālistika par karu.* https://www.lsm.lv/raksts/arpus-etera/arpus-etera/anda-rozukalne-kars-un-zurnalistika-par-karu.a446729/?utm_source=lsm&utm_medium=theme&utm_campaign=theme
2. Anda Rožukalne: Brīvība izvēlēties informācijas avotus ir viedokļu daudzveidības pamats. https://www.lsm.lv/raksts/arpus-etera/arpus-etera/anda-rozukalne-briviba-izveleties-informacijas-avotus-ir-viedoklu-daudzveidibas-pamats.a451293/?utm_source=lsm&utm_medium=theme&utm_campaign=theme
3. Anda Rožukalne: 3 jautājumi par sabiedrisko mediju redakcionālajām vadlīnijām. https://www.lsm.lv/raksts/arpus-etera/arpus-etera/anda-rozukalne-3-jautajumi-par-sabiedrisko-mediju-redakcionalajam-vadlinijam.a467161/?utm_source=lsm&utm_medium=theme&utm_campaign=theme
4. Anda Rožukalne: Uzbrukumi žurnālistiem kā ikdienas rutīna. Ko tas nozīmē? <https://www.lsm.lv/raksts/arpus-etera/arpus-etera/anda-rozukalne-uzbrukumi-zurnalistiem-ka-ikdienas-rutina-ko-tas-nozime.a472067/>
5. Anda Rožukalne: Katrs trešais Latvijas žurnālists naidīgi apsūkāts, reģionu žurnālistiem uzbrūk retāk. https://www.lsm.lv/raksts/arpus-etera/arpus-etera/anda-rozukalne-katrs-tresais-latvijas-zurnalists-naidigi-apsaukats-regionu-zurnalistiem-uzbruk-retak.a472683/?utm_source=lsm&utm_medium=theme&utm_campaign=theme
6. Anda Rožukalne: «Es iesūdzēšu tevi tiesā!» Stratēģiskā tiesvedība – viens no žurnālistu apklusināšanas veidiem. https://www.lsm.lv/raksts/arpus-etera/arpus-etera/anda-rozukalne-es-iesudzesu-tevi-tiesa-strategiska-tiesvediba--viens-no-zurnalistu-apklusinasanas-veidiem.a473341/?utm_source=lsm&utm_medium=theme&utm_campaign=theme
7. Anda Rožukalne: Vai norāde uz piederību kādam politiskajam spēkam slēpti reklamē konkrētas partijas? <https://www.lsm.lv/raksts/arpus-etera/arpus-etera/anda-rozukalne-vai-norade-uz-piederibu-kadam-politiskajam-spekam-slepti-reklame-konkretas-partijas.a468148/>
8. Līga Ozoliņa, Anda Rožukalne: Kurš būs asprātīgāks un riebīgāks? Pētām pret medijiem vērstos izteikumus tviterī. https://www.lsm.lv/raksts/arpus-etera/arpus-etera/liga-ozolina-anda-rozukalne-kurs-bus-aspratigaks-un-riebigaks-petam-pret-medijiem-verstos-izteikumus-tviteri.a474471/?utm_source=lsm&utm_medium=theme&utm_campaign=theme
9. Līga Ozoliņa, Anda Rožukalne: Vai tiešām valsts nodevēji? Pētām Latvijas tviteri par medijiem un žurnālistiem. https://www.lsm.lv/raksts/arpus-etera/arpus-etera/liga-ozolina-anda-rozukalne-vai-tiesam-valsts-nodeveji-petam-latvijas-tviteri-par-medijiem-un-zurnalistiem.a476500/?utm_source=lsm&utm_medium=theme&utm_campaign=theme

10. Anda Rožukalne: Sporta žurnālistika – vide, kurā sacenšas «vīri» un «meitenes». https://www.lsm.lv/raksts/arpus-etera/arpus-etera/anda-rozukalne-sporta-zurnalistika--vide-kura-sacensas-viri-un-meitenes.a471519/?utm_source=lsm&utm_medium=theme&utm_campaign=theme
11. Rožukalne: LTV saturā par valdības tapšanu visbiežāk intervēti JV, AS un NA pārstāvji: https://www.lsm.lv/raksts/arpus-etera/arpus-etera/anda-rozukalne-ltv-satura-par-valdibas-tapsanu-visbiezak-interveti-jv-as-un-na-parstavji.a484445/?utm_source=lsm&utm_medium=theme&utm_campaign=theme
12. Anda Rožukalne: Kara vai miera žurnālistika? Nē, patriotiskā! <https://www.lsm.lv/raksts/arpus-etera/arpus-etera/anda-rozukalne-kara-vai-miera-zurnalistika-ne-patriotiska.a494377/>