

Rīgas Stradiņa universitāte
Komunikācijas fakultāte

Latvijas Republikas Kultūras ministrijas
iniciētā pētījuma projekta
«Mediju atbalsta fonda programmu
2022. gadā īstenoto projektu kvalitātes
izvērtējums»
ziņojums

Autori:

Anda Rožukalne, RSU profesore, vadošā pētniece
Jānis Juzefovičs, RSU vadošais pētnieks
Līga Ozoliņa, RSU pētnieka p.i.

Pasūtītājs, finansējums: LR Kultūras ministrija
Līgums: Nr. 3-L-9/38/2023

Rīgā, 2023

Satura rādītājs

Kopsavilkums	3
1. Kvalitātes izvērtējuma metodoloģija	5
2. Rezultāti	8
3. Secinājumi	31
4. Ieteikumi un priekšlikumi	35
Pielikumi	40

Kopsavilkums

Pētījuma mērķis ir izvērtēt trīs Mediju atbalsta fonda (MAF) programmās – «Atbalsts medijiem sabiedriski nozīmīga satura veidošanai latviešu valodā tematiskajās kategorijās» (TMA), «Reģionālo un vietējo mediju atbalsta programma» (RMA) un «Atbalsts medijiem sabiedriski nozīmīga satura veidošanai un nacionālās kultūrtelpas stiprināšanai latviešu valodā» (NMA) – 2022. gadā atbalstīto projektu satura atbilstību augstvērtīgiem žurnālistikas profesionālās kvalitātes, atbildīguma un ētikas standartiem, kā arī novērtēt to atbilstību saņemtajam finansējumam. Pētnieku uzdevums bija arī izvērtēt un sniegt rekomendācijas MAF programmu nolikumu un vērtēšanas kritēriju pilnveidošanai.

Lai izpildītu mērķi, tika noteikti šādi darba uzdevumi:

1. izlases veidā (30 projekti) veikt 2022. gada MAF programmās atbalstīto projektu kvalitatīvo satura analīzi;
2. veikt MAF programmas reglamentējošo dokumentu analīzi;
3. aprakstīt dokumentu un satura izpētes rezultātus, tos analizēt un interpretēt;
4. izvērtēt 2022. gada un 2023. gada programmu nolikumus un vērtēšanas kritērijus un sniegt rekomendācijas šo nolikumu pilnveides iespējām 2024. gada konkursiem;

Lai izpildītu minētos uzdevumus pēc MAF programmu un projektu struktūras izvērtējuma Kultūras ministrijā (KM) tika iesniegta un no KM puses akceptēta proporcionālā pētījumā iekļauto projektu izlase, kas no 2022. gadā atbalstītajiem 126 projektiem, atbilstoši to īpatsvaram, ietver 11 NMA programmas, 12 RMA programmas un 7 TMA programmas projektus. Katrā no programmām proporcionāli tika analizēti audiālo, audiovizuālo, tīmekļa mediju un preses izdevumu realizētie projekti. Lai projektu kvalitāti novērtētu, tika izveidota kvalitatīvo kritēriju matrica un veikta projektu satura analīze, apkopojot arī kvantitatīvos datus.

Projektu izvērtēšanas gaitā tika ņemts vērā MAF izveidošanas galvenais mērķis – sniegt ieguldījumu kvalitatīvas žurnālistikas attīstībā. Pētījums veikts no 2023. gada augusta līdz 2023. gada oktobrim.

Galvenie rezultāti un secinājumi

Analizējot 30 projektu kvalitātes rādītājus, konstatēts, ka lielākā daļa no projektiem atbilst MAF mērķiem, žurnālistikas un demokrātiskajām vērtībām, daļa no projektiem novērtēti kā daļēji atbilstoši profesionālās kvalitātes kategorijās, kas raksturo atbilstību iesniegto projektu mērķiem un uzdevumiem, kritisku attieksmi pret avotiem, informācijas un viedokļu daudzveidību, informācijas oriģinalitāti un prasmes informāciju pasniegt aizraujoši. Neatbilstība biežāk konstatēta, vērtējot radošu, inovatīvu un eksperimentālu pieeju, auditorijas iesaisti un projektu budžetu. Salīdzinot dažādās MAF programmās radītā satura kvalitāti, konstatēts, ka nacionālo mediju atbalsta programmas projektos lielākoties atbilstoša ir video un audio satura kvalitāte, daļēja atbilstība biežāk konstatēta kategorijās, kas raksturo projekta mērķa auditorijas definēšanas kvalitāti, atbilstību žanra/formāta konvencijām un informācijas oriģinalitāti. Salīdzinoši bieži projektos radītais saturs nav atbilstošs tajos solītajam. Budžeta neatbilstība nozīmē, ka

projektā izmaksas ievērojami pārsniedz to veidošanā ieguldīto darbu un citus resursus, kā arī neatbilst tirgus situācijai. Ja kādā no projektiem konstatētas nepilnības vienā vai divos rādītājos, tās sastopamas arī citās kvalitātes kategorijās. Šie secinājumi nozīmē, ka iespējami uzlabojumi projektu pieteikumu, to vidusposma un pēcuzraudzības vērtēšanā.

Daļēji neatbilstoša vai neatbilstoša satura kvalitāte raksturo projektos radīto saturu daļā sa-
liedētības, pētnieciskās un analītiskās žurnālistikas, melu dekonstrukcijas, mediju kritikas tema-
tiskajās programmās, jo daļa no projektiem neatbilst programmu kritērijiem vai nav izveidoti
atbilstoši projektā solītajam.

Galvenie ieteikumi

Balstoties uz projektu kvalitatīvo un kvantitatīvo izvērtējumu, veikto dokumentu analīzi, ie-
teicams visos projektos rūpīgi vērtēt to pienesumu žurnālistikas kvalitātes uzlabošanai un kva-
litatīvas žurnālistikas īpatsvara palielināšanai. Ieteicams projekta mērķos iekļaut mērķi attīstīt
konstruktīvās žurnālistikas pieeju, jo liela daļa projektu ir stāstoši, aprakstoši, ja arī tiek konsta-
tētas problēmas, tās nav daudzpusīgi analizētas un lielākoties netiek piedāvāti to risinājumi. Lai
izvairīties no tematisko programmu pārāk plašas izpratnes, deklarativisma, viduvēja satura, ie-
sakām, precīzāk definēt atsevišķo programmu mērķus un pieprasīt detalizētu projektu iesnie-
dzēju aprakstu par to, kā šie mērķi tiks sasniegti.

Lai uzlabotu žurnālistikas kvalitāti un mediju uzņēmumu motivāciju investēt tās uzlabošanā,
būtu jāatsakās no prakses žurnālistikas darbu veidošanā piesaistīt veidotājus bez atbilstošas
izglītības un prasmēm, jo šo projektu neatbilstošā kvalitāte ir pretēja MAF mērķiem, tajos radītais
saturš samazina žurnālistikas kā profesionālas darbības vērtību.

Nākamajos MAF darbības posmos iesakām rūpīgāk vērtēt auditorijas iesaistes pasākumus,
sociālo mediju komunikācijas kvalitāti un mediju auditorijas datus, projektu īstenotājiem lūdzot
norādīt nevis kopējo medija, bet projekta sasniegto mērķauditoriju, kā arī izvirzīt vienotus, kat-
rā mediju segmentā pieņemtus auditorijas novērtēšanas kritērijus.

MAF atbalsta saņēmējiem vidusposma atskaitēs būtu jānorāda ne vien izveidoto satura vie-
nību skaits, bet arī procedūras, kā ir novērtēta profesionālā kvalitāte un kādi secinājumi par to
izdarīti, kā tiks uzlabota kvalitāte, ja konstatēti trūkumi. Tāpēc iesakām MAF projektu vērtēšanas
komisijas pārstāvju līgumos iekļaut papildu prasību izlases veidā vidusposmā izvērtēt apstipri-
nātajos projektos radītā satura kvalitāti.

Izvērtējot pieteikumus MAF atbalstam, ieteikums dot priekšroku tiem projektiem, kuru pie-
dāvātais saturs ir oriģināls, atbalstīt tādus projektus, kas sola radīt jaunas zināšanas par esošajiem
mediju, politiskās un sabiedrības dienaskārtības tematiem, kā arī ienest mediju, politiskajā un
sabiedrības dienaskārtībā jaunus, līdz šim maz aplūkotus tematus. Ziņu mediju gadījumā atbalstīt
tādus projektus, kas sola nodrošināt oriģinālziņas (tādu saturu, ko vēlāk citē citi ziņu mediji).
Reģionālo mediju programmā atbalstīt tādus projektus, kas nodrošina vietējās varas uzraudzību,
kritiku; lokalizē nacionālo / starptautisko ziņu mediju dienaskārtību.

Dot priekšroku tādiem projektiem, kas ir oriģināli izmantotā formāta, žanru, informācijas
avotu ziņā. Atbalstīt tādus projektus, kas sola eksperimentālus izteiksmes līdzekļus, ieguldījumus
formas inovācijās.

Ieteicams atbalstīt tādus projektus, kas sola mērķtiecīgu, jēgpilnu auditorijas iesaisti, piedā-
vājot detalizētu aprakstītu auditorijas iesaistes plānu (aktivitātes, izmantotie iesaistes kanāli).

1. Kvalitātes izvērtējuma metodoloģija

No 126 projektiem, kas 2022. gadā atbalstīti MAF programmās, pētījumā analizēti 30 projekti, izlasē iekļaujot projektus no katras programmas – (1) NMA, (2) RMA un (3) TMA – proporcionāli apstiprināto projektu skaitam katrā no programmām (Izvēlēto projektu saraksts skatāms pielikumā Nr. 1.).

Programmā NMA īstenoti 48 projekti, kas veido 38,1% no kopumā 126 projektiem, kas atbalstīti MAF programmās 2022. gadā. Programmā RMA atbalstīti 52 projekti, savukārt programmā TMA – 26 projekti, kas veido attiecīgi 41,3% un 20,6% no projektu kopskaita (sk. 1. tab.). Izlasē līdz ar to iekļauti 11 projekti no NMA programmas, 12 projekti no RMA un 7 projekti no TMA programmas.

Projekti atlasīti tā, lai izlasē būtu pārstāvēti dažādu mediju veidu – audiālo, audivizuālo, interneta un preses – projekti atbilstoši to proporcionālajai pārstāvēšanai katrā no programmām. Programmu RMA un TMA gadījumā ņemts vērā arī projektu proporcionālais sadalījums atbilstoši projekta pieteikumā ietvertajai kategorijai.

1. tabula. Pētījuma izlase.

MAF programma	NMA	RMA	TMA
Projektu īpatsvars no kopumā 2022. gadā atbalstītajiem	48 jeb 38,1%	52 jeb 41,3%	26 jeb 20,6%
Analizēto projektu skaits un struktūra	11 projekti No tiem: 2 – audiālie 3 – audiovizuālie 3 – internets 3 – prese	12 projekti No tiem: 2 – audiālie 2 – audiovizuālie 8 – prese No tiem: 10 – sabiedriski nozīmīgs saturs 2 – Latgales reģions	7 projekti No tiem: 1 – audiālie 2 – audiovizuālie 2 – internets 2 – prese (/internets) No tiem: 1 – diaspora 1 – personas ar invaliditāti 1 – mediju kritika 2 – ziņu satura veidošana 1 – bezmaksas TV apraides programma 1 – vēlēšanu diskusijas

Lai izvērtētu 2022. gadā MAF atbalstītajos projektos radītā satura kvalitāti, izmantota kvalitatīvās un kvantitatīvās kontentanalīzes metode. Projekti vērtēti atbilstoši šādām analīzes kategorijām:

1. Atbilstība Programmas mērķim
2. Atbilstība iesniegtā projekta mērķim, uzdevumiem
3. Atbilstība projekta budžetam
4. Atbilstība demokrātiskajām vērtībām, cilvēktiesībām un vispārpieņemtajām humānajām vērtībām
5. Atbilstība žurnālistikas vērtībām
6. Atbilstība profesionālas žurnālistikas prasībām un profesionālajai ētikai
7. Atbilstība žanra/formāta konvencijām
8. Žurnālista profesionālās kompetences/iepriekšējās sagatavotības, profesionālās meistarības, aplūkotā jautājuma dziļuma atbilstība
9. Saturā iekļautās oriģinālās informācijas vērtējums
10. Radoša, oriģināla, eksperimentāla, inovatīva pieeja
11. Projekta mērķauditorijas definēšanas kvalitāte
12. Auditorijas iesaiste un tās kvalitātes atbilstība
13. Satura pieejamība/piemērotība dažādām digitālajām platformām
14. Vizuālā un audio satura kvalitātes atbilstība
15. Aizraujoši, piesaistoši pasniegta informācija

Katrā no kategorijām sniegts gan kvantitatīvs, gan kvalitatīvs novērtējums (Projektu izvērtēšanas veidlapas paraugs pieejams pielikumā Nr. 2). Balstoties kvalitatīvajā novērtējumā, sniegts projekta satura atbilstības kvantitatīvais novērtējums: katrai analīzes kategorijai norādīts, vai projekts «Atbilst», «Daļēji atbilst» vai «Neatbilst». Gadījumos, kad analīzes kategorija nav attiecināma konkrētajam projektam, norādīts «Nav attiecināms». Kvalitatīvie dati aprakstīti, izmantojot tematiskās analīzes metodes, savukārt kvantitatīvie dati analizēti ar aprakstošās statistikas metožu palīdzību. Dati, kas izvērtējumā apkopoti tabulās, grafikos un diagrammās, no atbilstības perspektīvas ir aprakstīti kā kopumā, tā konkrētu programmu – NMA, RMA un TMA – un mediju veidu – audiāls, audiovizuāls, interneta vai drukātās preses projekts – griezumā.

Līdzās satura analīzei pētnieki iepazīs arī ar katra projekta dokumentāciju: projekta pieteikumu, starpposma un noslēguma pārskatu, kā arī citiem dokumentiem pēc nepieciešamības.

Savukārt, lai izvērtētu un sniegtu rekomendācijas par 2022. gada un 2023. gada MAF programmu nolikumiem, vērtēšanas kritērijiem un dotu priekšlikumus to pilnveides iespējām 2024. gada MAF programmām, veikta Sabiedrības integrācijas fonda tīmekļvietnes sadaļā «Mediju atbalsta fonds (MAF)» (<https://www.sif.gov.lv/lv/mediju-atbalsta-fonds-0>) publicēto 2022. un 2023. gada MAF programmu dokumentu analīze, pastiprinātu uzmanību pievēršot visu programmu:

- konkursa nolikumiem;
- pieteikuma veidlapām;
- projektu budžeta veidlapām;
- projektu īstenošanas līguma projektiem;
- metodiskajiem norādījumiem projekta pieteikuma veidlapas aizpildīšanai;
- vērtēšanas komisijas nolikumiem.

Izvērtējuma noslēgumā ir izstrādāti ieteikumi, kas sadalīti trīs tematiskos virzienos – ieteikumi SIF kā MAF programmu administrētājam, ieteikumi projektu pieteicējiem, lai iesniegtu

augstvērtīgākus projektu pieteikumus un nesaskartos ar problēmām pēcuzraudzības periodā, un ieteikumi vērtētājiem, jo pašreizējā pieredze rāda, ka atsevišķas kategorijas (radošums, inovācijas, ilgtspēja; projekta mērķauditorijas definēšana; tāmes un izdevumu atbilstība, satura izplatīšana digitālajās platformās) daudzos gadījumos novērtētas kā daļēji atbilstošas vai neatbilstošas.

2. Rezultāti un secinājumi

Projektā analizēto MAF atbalstīto saturu var sadalīt trīs lielās grupās:

1. Saturs, kas pilnībā atbilst MAF mērķiem un apliecina godprātīgu attieksmi, izmantojot MAF līdzekļus, kā arī augsta līmeņa profesionālās prasmes, inovatīvu un radošu pieeju, atbildīgumu budžeta veidošanā;
2. Saturs, kas daļēji atbilst MAF un programmas mērķiem, jo daļa satura (piemēram, pēc formas vai izplatīšanas kanālu izmantojuma) atbilst projekta mērķiem, bet kopumā nesniedz ieguldījumu augstas kvalitātes žurnālistikas attīstībā; šajā grupā ietilpst projekti, kuros MAF līdzekļi izlietoti satura radīšanai līdzšinējā kvalitātē, neinvestējot žurnālistikā un tās kvalitātes uzlabošanā;
3. Saturs, kas neatbilst MAF un konkrētas programmas mērķiem, piemēram, nav veidots atbilstoši programmas mērķiem. Projekti, kuru iesniedzēju līdzšinējā darbība neaplicina gatavību strādāt profesionālā žurnālistikā.

Kopumā vērtējot žurnālistikas kvalitāti MAF atbalstītajos projektos, var secināt, ka to nosaka tādi mezo vides faktori kā mediju organizācijas izveidošanas mērķi, tās radītais mediju formāts, mērķa auditorija un medija formāta funkcijas, kā arī redakcionālās darbības kritēriji. Ja tie neparedz inovatīvu pieeju un augstas profesionālās kvalitātes prasības, tad iesniedzēji savu esošo profesionālo līmeni uztver kā piemērotu un MAF atbalsts tiek izlietots satura veidošanai esošajai kvalitātē, neinvestējot augstas kvalitātes žurnālistikā.

2.1. Kvantitatīvās analīzes rezultātu kopsavilkums

No visiem analizētajiem projektiem (sk. 1. att.), to kvalitātes atbilstība pārsvarā konstatēta šādās kategorijās: vizuālā un audio satura kvalitāte, atbilstība žurnālistikas un demokrātiskām vērtībām. Daļēja atbilstība biežāk konstatēta, vērtējot projekta mērķus un uzdevumus, analītisku un kritisku pieeju darbā ar informāciju, informācijas oriģinalitāti un prasmes informāciju pasniegt aizraujoši. Neatbilstība biežāk konstatēta, vērtējot radošu, inovatīvu un eksperimentālu pieeju, auditorijas iesaisti un projektu budžetu.

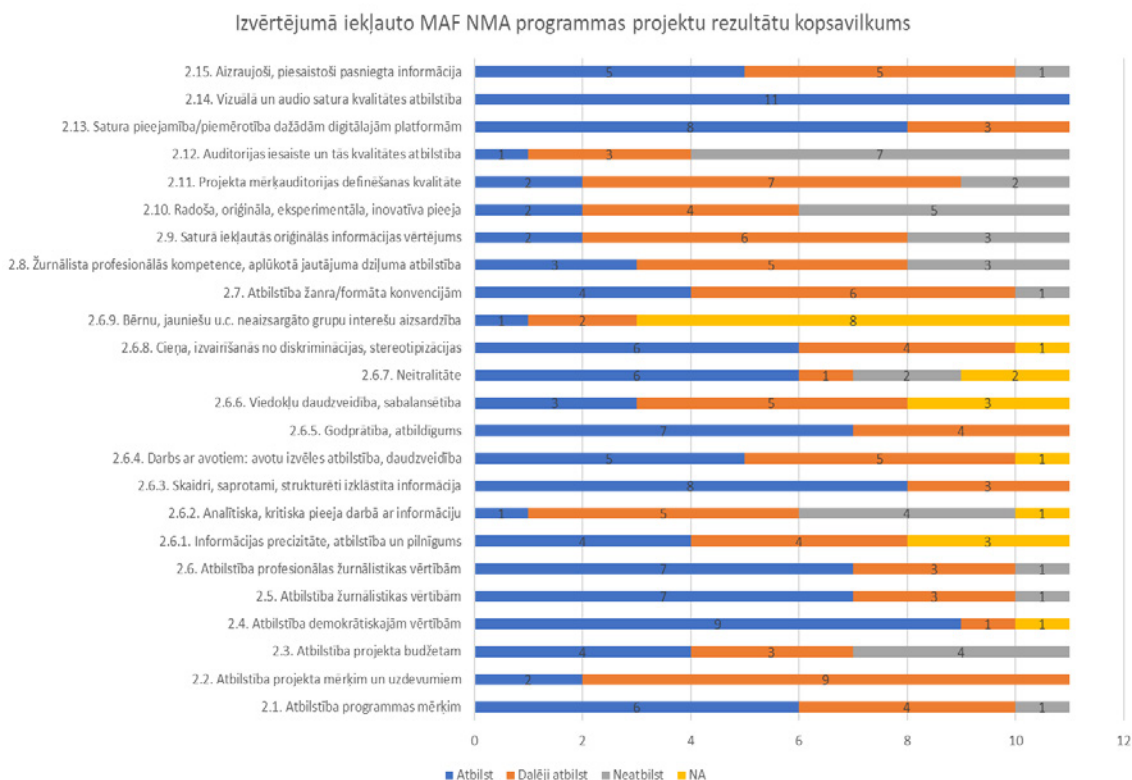
1. attēls. Analizēto MAF projektu rezultātu kopsavilkums.

Izvērtējumā iekļauto MAF projektu rezultātu kopsavilkums



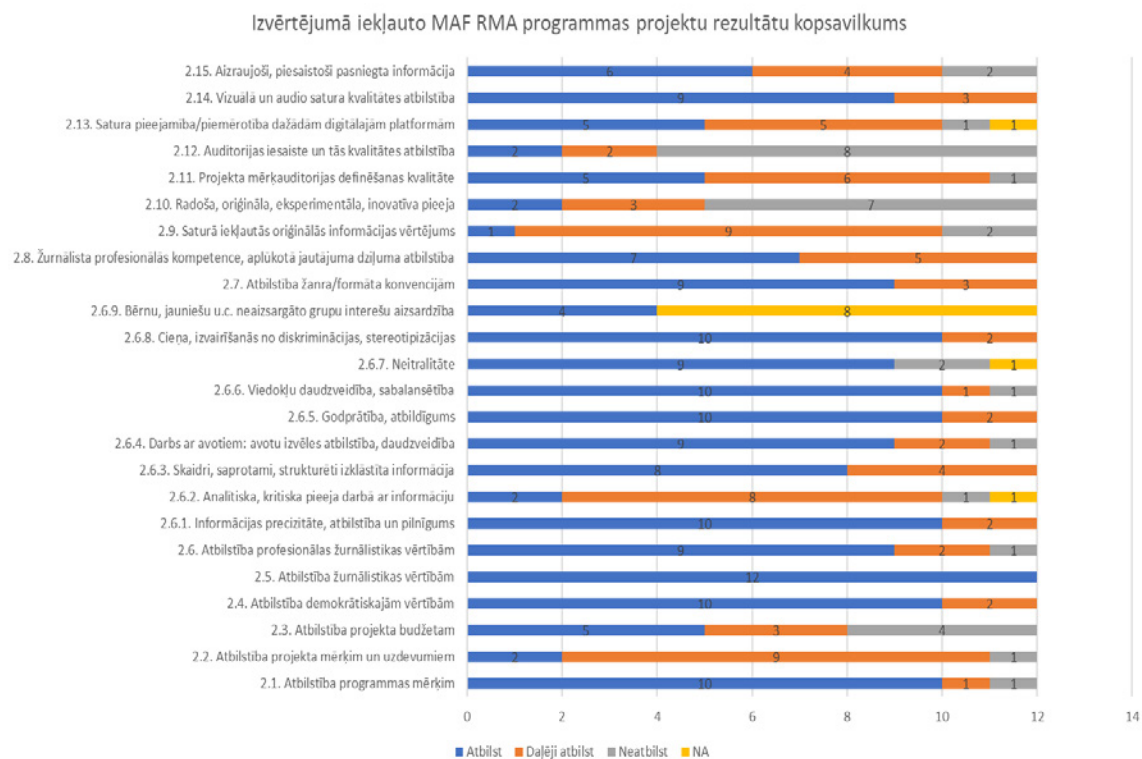
NMA programmas projektu (att. 2. att.) analīze liecina, ka atbilstība konstatēta pārsvarā šādās kategorijās: video un audio satura kvalitāte, atbilstība demokrātiskām vērtībām. Daļēja atbilstība biežāk konstatēta kategorijās, kas raksturo atbilstību projekta mērķiem un uzdevumiem, projekta mērķa auditorijas definēšanas kvalitāti, atbilstību žanra/formāta konvencijām un informācijas oriģinalitāti. Neatbilstība biežāk konstatēta, vērtējot radošu, inovatīvu un eksperimentālu pieeju un auditorijas iesaisti.

2. attēls. Izvērtējumā iekļauto MAF NMA projektu rezultātu kopsavilkums.



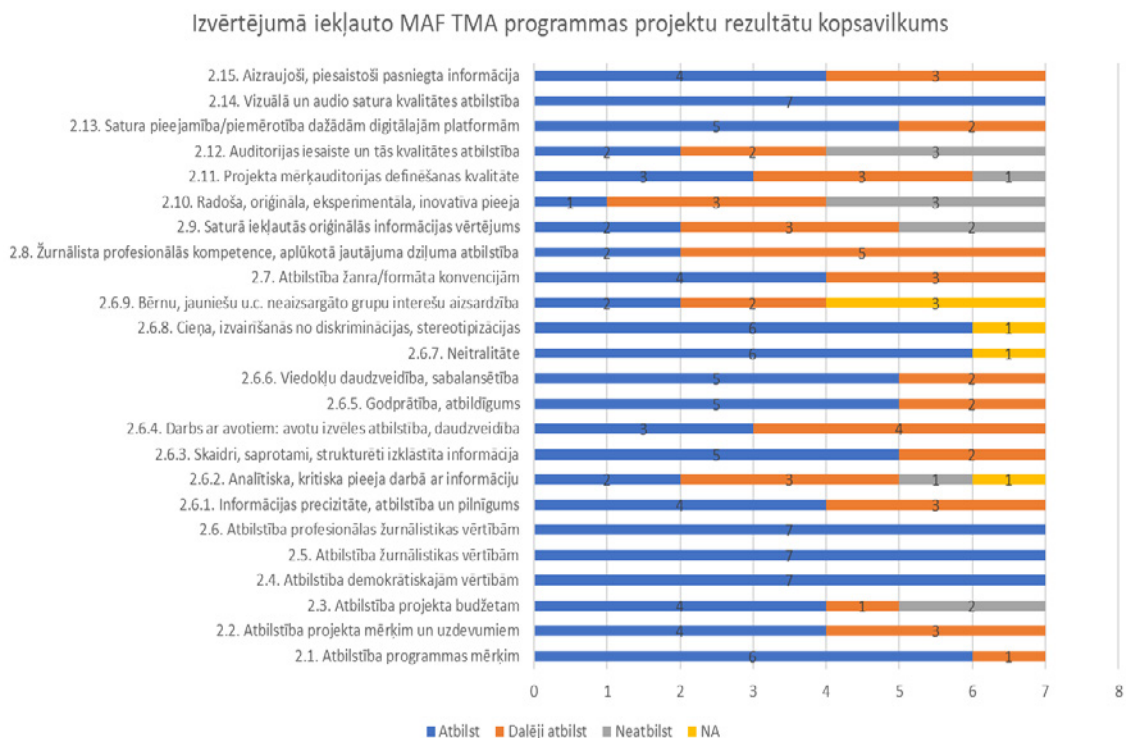
RMA programmas projektu (sk. 3. att.) analīze rāda līdzīgus rezultātus: atbilstība lielākoties konstatēta, vērtējot žurnālistikas vērtības un projekta mērķus un uzdevumus, viedokļu daudzveidību, godprātību, atbildīgumu, cieņu, izvairīšanos no diskriminācijas un stereotipizācijas. Daļēja atbilstība biežāk konstatēta kategorijās, kas raksturo informācijas oriģinalitāti, analītisku un kritisku pieeju darbā ar informāciju. Neatbilstība konstatēta, vērtējot radošu, inovatīvu un eksperimentālu pieeju, auditorijas iesaisti un budžetu.

3. attēls. Izvērtējumā iekļauto MAF RMA programmas projektu rezultātu kopsavilkums.



Analizējot MAF TMA projektu (sk 4. att.) kvalitāti, atbilstība lielākoties konstatēta, vērtējot profesionālās un žurnālistikas vērtības, demokrātiskās vērtības, video un audio satura kvalitāti; daļēja atbilstība biežāk konstatēta, novērtējot žurnālista profesionālās kompetences un darbu ar avotiem; mediju realizētajos projektos biežāk sastopama sagatavotā satura neatbilstība radošuma, inovatīvas un eksperimentālas pieejas kategorijai un auditorijas iesaistei.

4. attēls. Izvērtējumā iekļauto MAF TMA programmas projektu rezultātu kopsavilkums.

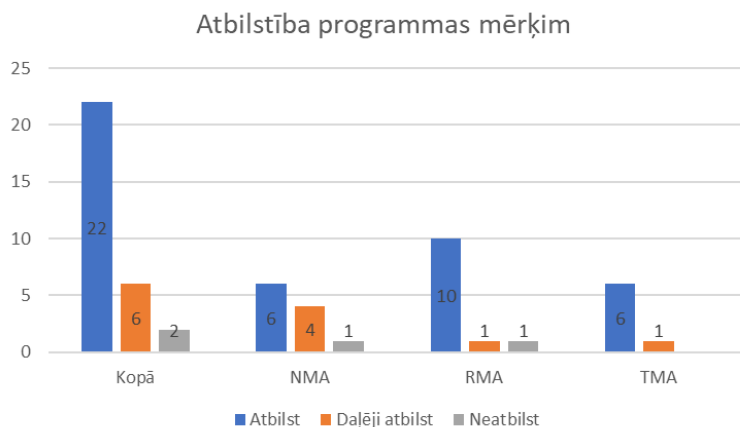


2.2. Kvalitatīvās analīzes rezultāti

2.2.1. Atbilstība programmas mērķiem

Lielākā daļa (22 no 30) projektu pēc savas ieceres atbilst (sk. 5. att.) MAF definētajam mērķim sniegt ieguldījumu kvalitatīvas žurnālistikas attīstībā Latvijā.

5. attēls. Atbilstība programmas mērķim (2.1. kvalitātes kritērijs).

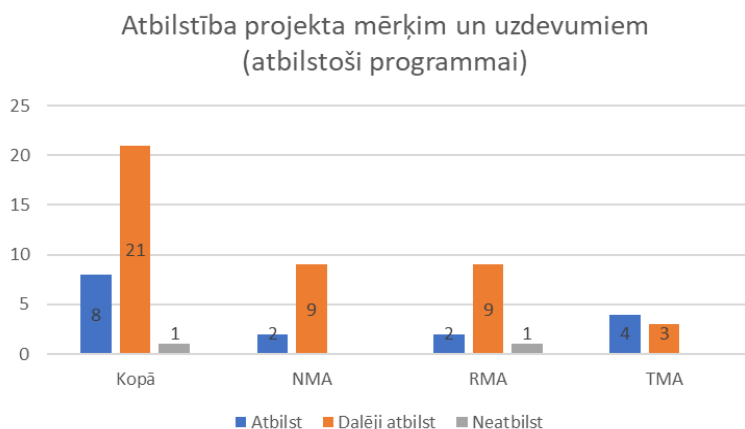


Šī rādītāja vērtējuma pamatā ir pieteicēju definētais mērķis, kas novērtēts MAF mērķu kontekstā, kas vērtēšanas procesā formulēti šādi: atbalstīt medijus sabiedriski nozīmīga satura veidošanā un stiprināt nacionālo kultūrtelpu latviešu valodā, atbalstot nekomerciālas, sabiedriski nozīmīgas žurnālistikas radišanu medijos, kuras uzdevumi ir stiprināt valsts vērtības, valstisko apziņu, latvisko kultūrtelpu, kritisko domāšanu, veicināt mediju atbildīgumu un kvalitāti, kā arī sabiedrības saliedētību uz latviešu valodas pamata.

2.2.2. Atbilstība projekta mērķiem un uzdevumiem

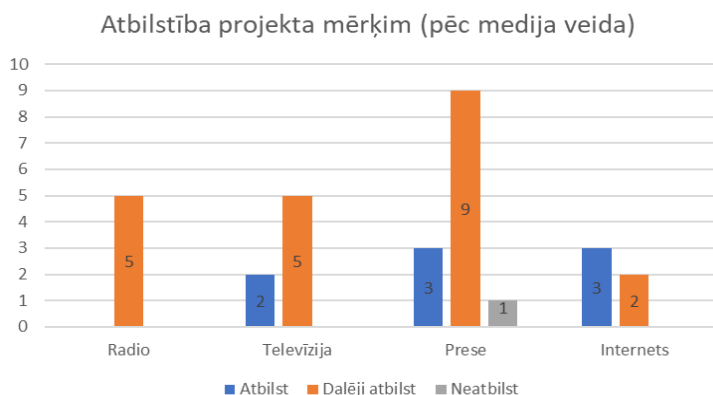
Vērtējot projektu atbilstību mediju uzņēmumu izvirzītajiem projektu mērķiem un uzdevumiem (kvalitātes kritērijs 2.2.) nākas secināt, ka ļoti augsts ir daļēji atbilstošu projektu skaits, bet zems – pilnībā atbilstošu projektu skaits. NMA un RMA izlasēs tikai katrs piektais, katrs sestais projekts ir pilnībā atbilstošs. TMA programmā proporcija ir līdzvērtīgāka – 4 projekti novērtēti kā pilnībā atbilstoši un 3 – kā daļēji atbilstoši (sk. 6. att.).

6. attēls. Atbilstība projekta mērķim (atbilstoši programmai, kvalitātes kritērijs 2.2.).



Vērtējot šī kvalitātes kritērija atbilstību dažādos mediju segmentos, konstatēts, ka daļēja atbilstība kādai no pamatkategorijām biežāk sastopama preses, audiālo un audiovizuālo mediju segmentā (sk. 7. att.). Piemēram, audiālo jeb radio projektu izlasē nav neviena projekta, kas pilnībā atbilstu projektam izvirzītajiem mērķiem un uzdevumiem, visi novērtēti kā daļēji atbilstoši. Arī nedaudz vairāk kā puse no izvērtētajiem preses un audiovizuālajiem jeb TV projektiem ir vērtējami kā daļēji atbilstoši. Viens projekts preses segmentā neatbilst ne MAF programmas, ne projekta mērķiem. Interneta segmentā 3 no 5 vērtētajiem projektiem vērtējami kā pilnībā atbilstoši, kamēr divi – kā daļēji atbilstoši.

7. attēls. Atbilstība projekta mērķim (pēc medija veida, kvalitātes kritērijs 2.2.).



Daļēja atbilstība nozīmē, ka projekta līdzekļi ir izmantoti esošā satura kvalitātei līdzīga saturā radīšanai, tiem nav pievienota papildus profesionālā vērtība, kā bija iecerēts projekta pieteikumā. Tādējādi projekts nav sniedzis ieguldījumu žurnālistikas kvalitātes uzlabošanā. Daļa projektu veidotāju nav izpildījuši to, kas solīts attiecībā uz plānoto saturu, izvēloties kādu no papildu punktu sniedzošajām žanriskajām vai tematiskajām kategorijām (nolikuma 5.9. sadaļa). Biežāk šāda neatbilstība konstatēta projektos, kas norādījuši, ka veidos saturu pētnieciskās un analītiskās žurnālistikas žanrā, kuros solīts piedāvāt saturu par uzņēmējdarbību, medicīnu, zinātnei, sabiedrības veselību, melu dekonstrukciju, arī par sabiedrības saliedētību.

Lielākoties mediji, kuru projekti **pētnieciskās un analītiskās žurnālistikas jomā** ir novērtēti kā daļēji atbilstoši, iepriekš nav mēģinājuši nopietni darboties pētnieciskās vai analītiskās žurnālistikas jomā.

Kā pozitīvs pētnieciskās/analītiskās žurnālistikas un saliedētības programmas piemērs būtu jāmin SIA «V-Media» projekts Analītisko rakstu sērija «Mazākumtautību skolēnu integrācija. Kas notiek skolās». Tā veidotāji patiesi analītiski vērtē norises mazākumtautību izglītības iestādēs.

Diskutabli no atbilstības un profesionālās kvalitātes viedokļa ir arī projekti, kas kā papildu kategoriju izvēlējušies satura radīšanu **melu dekonstrukcijas žanrā**.

Populāra projektu pieteicēju vidū ir arī **sabiedrības saliedētības kategorija**, kurā daudzi projekti novērtēti vien kā daļēji atbilstoši, jo tā no projektu iesniedzēju un vērtētāju puses uzverta ļoti vispārīgi kā jebkurš saturs par sociāli nozīmīgiem jautājumiem, kopienas personībām, vietējās kultūras jomas pārstāvjiem vai vietējo uzņēmējdarbību. Saliedētības kategorija no visām, ko MAF piedāvā, ir visproblemātiskākā, jo tikai daži projekti atbilst mērķim nodrošināt sabiedrības saliedētību un nedaudzi mediji ir centušies izvērtēt konkrētus saliedētības aspektus.

Veiksmīga saliedētības projekta piemērs ir interneta medija DELFI projekts par invaliditātes problēmām «Šķēršļu josla», kurā secīgi diskutēti nozīmīgi ar invalīdu ikdienu saistīti jautājumi, piedāvājot unikālas atziņas par iespējām iesaistīties darba tirgū, uzlabot savu dzīves kvalitāti un daudz ko citu, par kuriem ir atbildīgas valsts institūcijas. Šis projekts, kas ir vienīgais starp visiem izvērtējuma izlasē iekļautajiem, kas visos kvalitātes kritērijos ir ieguvis novērtējumu «Atbilst», piedāvā arī nozīmīgu analītisku pienesumu invaliditātes problēmjautājumu izpratnei un atbilst konstruktīvās žurnālistikas pieejai.

Daudz biežāk sastopami mazāk veiksmīgi piemēri, kas novērtēti, kā daļēji atbilstoši definētajiem mērķiem un uzdevumiem. Tie ir projekti, kuru veidotāji saliedētības kategoriju izmantojuši, lai veidotu ikdienas saturu, ražojot Latvijas medijos tik pierastos cilvēkstāstus, kuru izveidošanai nav nepieciešams liels darba ieguldījums, jo portreta apraksta pamatā lielākajā daļā gadījumu izmantota viena avota sniegta informācija.

2.2.3. Atbilstība plānotajam budžetam

Viens no sarežģītākajiem aspektiem, kas tika vērtēts, ir projektu budžeta atbilstība projektā paveiktajam. Lai novērtētu budžetus, tika detalizēti apskatīti projektā radītais saturs, tā komunikācijai izveidotie formāti, piemēram, papildu veidots multimedijāls saturs vai veiktās auditorijas aptaujas, kas bija paredzētas dažādos projektos.

Vērtējot projekta gaitā radīto saturu budžeta kontekstā, tika novērtēti gan izmantotie avoti, gan mediju profesionāļu apmeklētās vietas, satura vizualizācija (fotogrāfijas, video darbi par projekta tēmām, infografikas u.c.). Būtiski, ka projektu budžeta pamatotība tiek vērtēta arī atla-

ses procesā. Tas ļauj izdarīt secinājumus par to, kas būtu uzlabojams projektu budžetu vērtēšanas laikā.

Rezultātā tika izveidots izmaksu aprēķina princips un veikts vienkāršs augstāko un zemāko izmaksu salīdzinājums pa mediju segmentiem (sk. 2. tab.). Viss minētais palīdzēja novērtēt, vai katras projekta vienības izmaksas (lappuse, raksts, audio vai audiovizuāla satura minūte – atkarībā no projekta un mediju segmenta) atbilst ieguldītajam darbam, mediju tirgus esošajai situācijai. Atsevišķos gadījumos, lai varētu novērtēt budžeta atbilstību, tika savstarpēji salīdzināti līdzīgi projekti, piemēram, reģionālo audio (radio) staciju izveidotais saturs, tā sarežģītība un izmaksas.

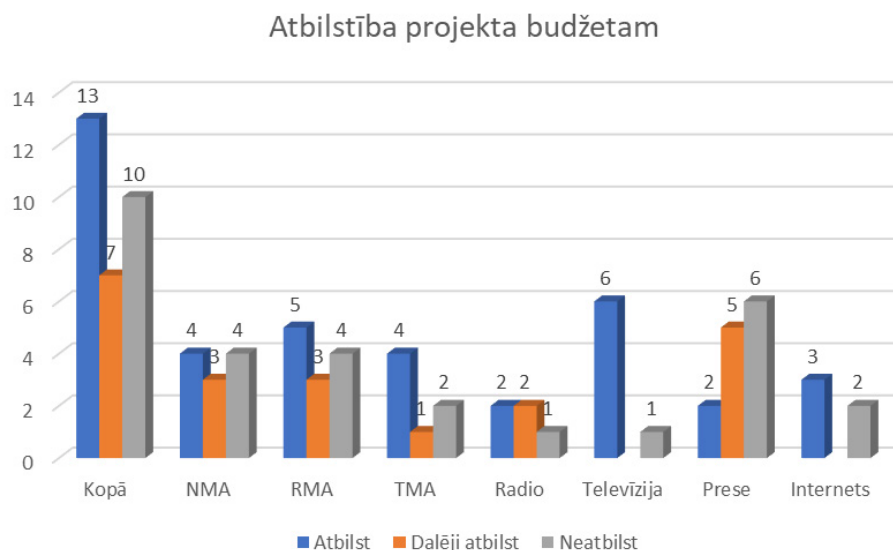
**2. tabula. Izvērtējamo MAF projektu budžeta dati
(izmaksu amplitūda no zemākajām līdz augstākajām izmaksām par minūti vai vienību)**

Izmantotās mērvienības/ Mediju segments	Prese¹	Internets	Audiāls	Audiovizuāls
Raidījuma izmaksas min/ EUR			Reģionālie mediji: 20,00–52,40 EUR/min Nacionālie mediji: 97,27 – 705 EUR/min	Nacionālie mediji: 223,10–286,57 EUR/min Reģionālie mediji: 20,00–36,06 EUR/min
Vienas publikācijas cena	Nacionālie mediji: 4106,16–5593,36 EUR Reģionālie mediji: 257,50–1333,30 EUR	487,5–2501,83 EUR/min	3597,93 EUR/min	4 636,61 EUR/min

¹ Arī preses izdevēji saņēma atbalstu audiovizuālu darbu veidošanai un rakstiem tīmeklī. Tas daļēji izskaidro augstās izmaksas.

Vairāk kā trešā daļa (13) budžetu atzīti kā projektiem atbilstoši konkrētajā projektā un nozarē esošajām izmaksām, trešā daļa (10) kā neatbilstoši, pārējie (7), kad projektu izmaksas ir augstākas nekā līdzīgiem projektiem vai paveiktais neatspoguļo izmantoto budžetu – kā daļēji atbilstoši (sk. 8. att.).

8. attēls. Atbilstība projekta budžetam (pēc programmas un mediju veida, kvalitātes kritērijs 2.3.).



2.2.4. Atbilstība demokrātiskām vērtībām

Projektu veidotājiem daudz labāk izdevies tikt galā ar projektos radītā satura atbilstību demokrātiskām vērtībām, kas caurvij visu MAF izveidošanas būtību. Lielākā daļa projektu atbilst demokrātiskām vērtībām, cilvēktiesībām un vispārpieņemtām humānām vērtībām (2.4. kategorija). Tomēr ir dažas neatbilstības, kad projektu saturā parādās neiecietība, sociālas klišejas vai kādas sabiedrības grupas stereotipizēšana. Tas konstatēts projektos, kuros to veidotāji nevis cenšas izziņāt realitāti un noskaidrot patiesību, bet, bez faktos balstītas analīzes, atkārtoti vispārīgus spriedumus par problēmas cēloņiem (piemēram, atkarībām veltītais laikraksta «Ludzas Zeme» projekts, kurā triviāli vērtēti alkohola atkarības cēloņi).

2.2.5. Atbilstība žurnālistikas vērtībām

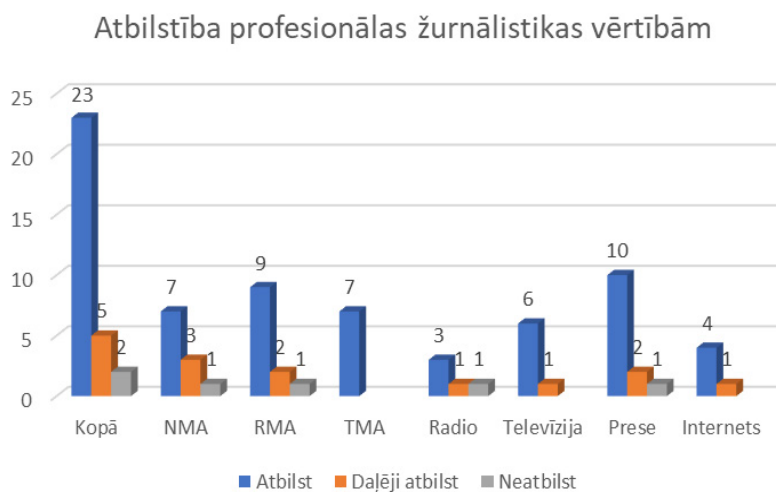
Lielākā daļa no projektiem atbilst žurnālistikas vērtībām, atsevišķos gadījumos kāds no projektiem tiem neatbilst vai daļēji atbilst. Šī kritērija atbilstība nozīmē, ka konkrētā projekta saturā respektēti žurnālistikas mērķi un žurnālista profesionālās lomas, ka pildīts pienākums sniegt patiesu, precīzu, faktos balstītu informāciju, ievērot profesionālo ētiku skaidri nosaukt informācijas avotus.

2.2.6. Atbilstība profesionālās žurnālistikas prasībām un profesionālajai ētikai

Visiem izlasē iekļautajiem satura projektiem novērtēta arī to atbilstība profesionālās žurnālistikas prasībām un profesionālajai ētikai (2.6. kvalitātes kritērijs). Šis ir kā virskritērijs, kura vērtējumu lielā mērā nosaka tas, kā vērtēti 2.6.1.–2.6.9. kvalitātes apakškritēriji un to vērtējumu kritiskā masa katram projektam, proti, vai projektos radītais saturs ir skaidri un saprotami izklāstīts, vai tajā ir nodrošināta precizitāte un pilnīgums, kur žanrs to pieprasa, vai izmantoti dažādi informācijas avoti, vai ir nodrošināta viedokļu daudzveidība, vai darbā ar informāciju pielietota analītiska un kritiska pieeja, ievērota neitralitāte un kopumā vērojama godprātīga un atbildīga žurnālista darbība u.c.

Kopumā no 30 izlasē iekļautajiem analizējamiem satura projektiem 23 novērtēti kā atbilstoši profesionālās žurnālistikas prasībām (sk. 9. att.) un uzskatāmi par augstvērtīgu un kvalitatīvu žurnālistiku. Sestā daļa jeb 5 projekti vērtējami kā daļēji atbilstoši, divi – neatbilstoši.

9. attēls. Atbilstība profesionālās žurnālistikas vērtībām (pēc programmas un mediju veida, kvalitātes kritērijs 2.6.).

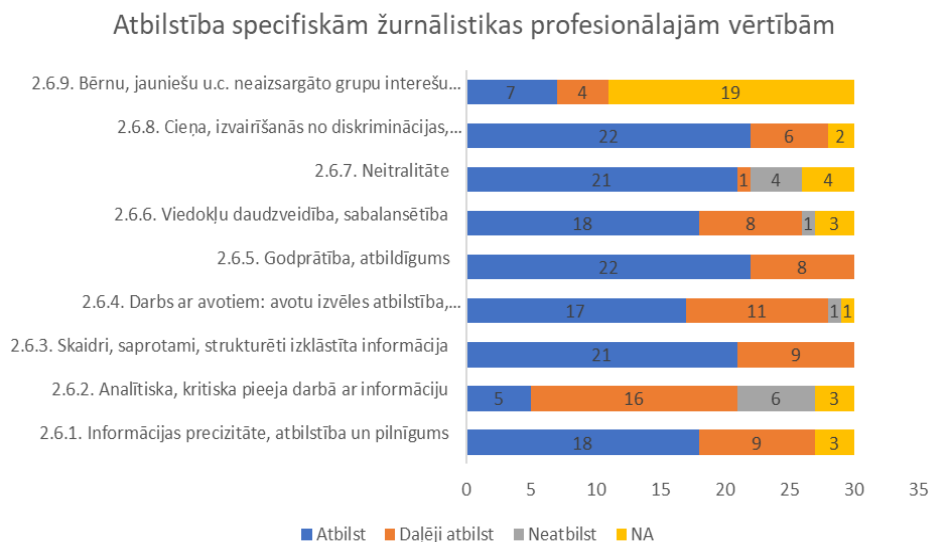


Ja raugās programmu griezumā, tad kopumā visi izlasē iekļautie TMA projekti ir vērtējami kā kopumā atbilstoši profesionālās žurnālistikas vērtībām. Projekti, kuri šajā kritērijā ieguvuši vērtējumi «daļēji atbilst» ir sastopami gan preses un interneta, gan radio un TV formātiem pieņemtajos projektos.

Objektivitātes risks un faktu nenošķiršana no viedokļa tika novērota arī interneta segmentā.

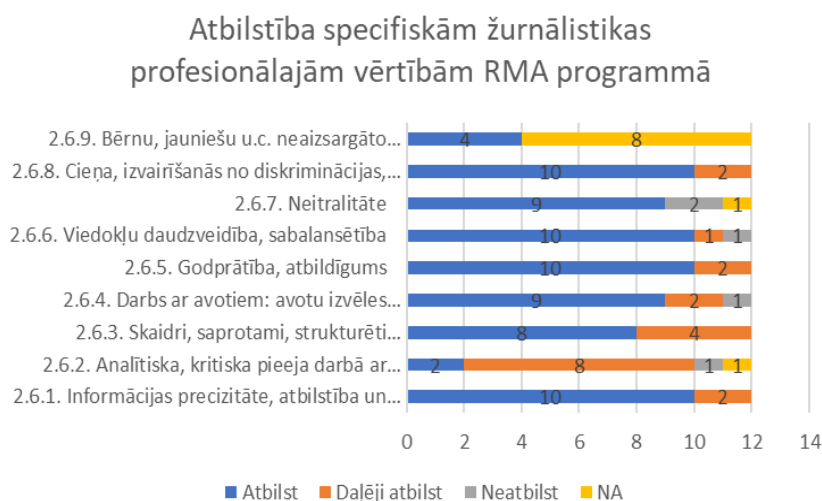
Kā jau tika minēts, 2.6. kvalitātes kritērijam ir arī deviņi apakškritēriji. Arī tajos gadījumos, kad projekti kopumā ir atzīti par atbilstošiem žurnālistikas profesionālajām prasībām un profesionālajai ētikai, atsevišķos apakškritērijos tiem var būt arī novērojama kāda neatbilstība (sk. 10. att.).

10. attēls. Atbilstība specifiskām žurnālistikas profesionālajām vērtībām (kvalitātes kritēriji 2.6.1.–2.6.9.).



Ja raugās uz šo kvalitātes un profesionālo prakšu apakškritēriju izpildi programmu griezumā, tad kopumā augstāks atbilstības līmenis ir RMA programmās iesniegtajiem projektiem (sk. 11. att.).

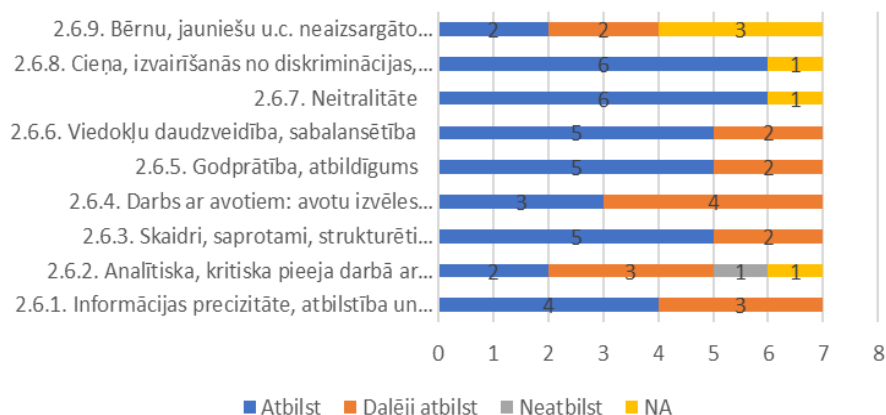
11. attēls. Atbilstība specifiskām žurnālistikas profesionālajām vērtībām RMA programmā (kvalitātes kritēriji 2.6.1.–2.6.9.).



Augsts atbilstības līmenis kvalitātes un profesionālo prakšu apakškritērijos ir arī TMA programmās sniegtajiem projektiem (sk. 12. att.). Šajā programmā arī viszemākais skaits – viens – projektu, kas kādā no apakškritērijiem saņemtu kritiskāko – «neatbilst» – vērtējumu (apakškritērijs 2.6.2.). Salīdzinājumam, RMA programmas projektos, ja tika konstatētas kādas nobīdes, tad tās biežāk saņēma arī kritiskāko vērtējumu (apakškritērijs 2.6.2., 2.6.4., 2.6.6., 2.6.7).

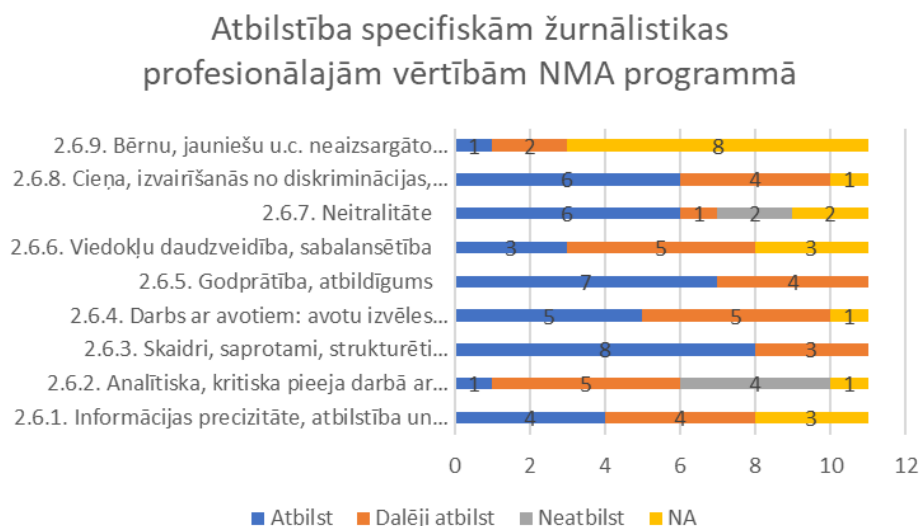
12. attēls. Atbilstība specifiskām žurnālistikas profesionālajām vērtībām TMA programmā (kvalitātes kritēriji 2.6.1.–2.6.9.).

Atbilstība specifiskām žurnālistikas profesionālajām vērtībām TMA programmā



Kopumā var secināt, ka NMA programma ir tā, kurā projektu kvalitāte pēc 2.6.1.–2.6.9. apakškritērijiem ir vērtējama kā salīdzinoši zemāk atbilstoša (sk. 13. att.). Šīs programmas projekti biežāk izpelnījušies vērtējumus «daļēji atbilst», arī «neatbilst» (apakškritērijs 2.6.2. un 2.6.7). Te arī visbiežāk pieņemti lēmumi, kādu no apakškritērijiem novērtējot ar «nav attiecināms». Piemēram, projektā, kas paredz veidot intervijas, nav iespējams novērtēt viedokļu daudzveidību, to sabalansētību u.c.

13. attēls. Atbilstība specifiskām žurnālistikas profesionālajām vērtībām NMA programmā (kvalitātes kritēriji 2.6.1.–2.6.9.).



Tālāk tiks detalizētāk aprakstīts tas, kā un kādā mērā izvērtētie projekti atbilst katram no žurnālistikas profesionālo prasību un profesionālās ētikas apakškritērijiem un kas ir biežākās novērotās problēmas katrā no tiem.

2.2.6.1. Informācijas precizitāte, atbilstība un pilnīgums, maldinošas, tendenciozas informācijas izslēgšana

Kopumā mediji savos projektos lielākoties nodrošina vai ar atsevišķiem izņēmumiem nodrošina precīzu un pilnīgu informāciju, kas ir skaidri un strukturēti pasniegta. Gadījumos, kad projekts novērtēts kā daļēji atbilstošs šajā apakškritērijā, tas visbiežāk bijis saistīts ar zināmu caurskatāmības trūkumu.

2.2.6.2. Analītiska, kritiska pieeja darbā ar informāciju

Būtiskākā nepilnību zona, ja skatās atsevišķu kvalitātes apakškritēriju griezumā, skar analītiskumu un kritisku pieeju darbā ar informāciju. Tikai neliels daudums vairāk kā puse (18 no 30) no izvērtējumā iekļautajiem projektiem tika novērtēti kā tādi, kas šo profesionālo pienākumu veic atbilstoši.

Salīdzinoši bieži kā neatbilstošs vai daļēji atbilstošs šis apakškritērijs vērtēts projektos, kas pieteikti ar nodomu veidot melu dekonstrukcijas projektu vai saturu pētnieciskās un analītiskās žurnālistikas žanrā. Realitātē virkne šo projektu gan RMA, gan NMA programmās, padziļinātas analīzes un konstruktīvās žurnālistikas pieejā veidota satura vietā piedāvā bieži vien nekritisku informācijas un viedokļu apkopojumu, viedokļu žurnālistiku.

2.2.6.3. Skaidri, saprotami, strukturēti izklāstīta informācija

Ar skaidru, saprotamu un strukturētu informācijas izklāstu kopumā problēmas nav novērotas ne programmu griezumā, ne vērtējot projektus pa mediju veidiem. Te kā labu piemēru var minēt SIA «Cēsu Druva» praksi, kur laikraksta lapa vai atvērums tiek atvēlēts kādai vienai konkrētai tēmai, piemēram, dezinformācijai, jaunajam izglītības sistēmas modelim, nodokļiem un atvieglojumiem u.c., bet ko veido vairāki dažāda garuma, žanra raksti, piedāvājot dažādas perspektīvas uz vienu un to pašu jautājumu. Arī dizainiski ir izveidoti dažādi satura «atsvaidzināšanas» elementi – definīcija, kāda termina skaidrojums, faktu kastes, vēsturiskā informācija, viedokļi u.c.

2.2.6.4. Darbs ar avotiem: avotu izvēles atbilstība, daudzveidība

Šim kvalitātes apakškritērijam ir vērojama izteiktāka nevienādība iegūtajos vērtējumos – tikai nedaudz vairāk kā pusē projektu (17 no 30) informācijas avotu atbilstība un daudzveidība novērtēta kā atbilstoša. Tas iet roku rokā arī ar apakškritērija «Viedokļu daudzveidība un sabaļansētība» vērtējumu (sk. 2.2.6.6. sadaļu).

RMA programmas projektos kopumā vērojams būtiski augstāks avotu daudzveidības novērtējums. Kā labs piemērs te būtu minams SIA «Jaunais kurzemnieks» / Kurzemnieks projekts «Izpēti, izgaismo, risini!», kas savās publikācijās balstās gan uz dažādu dokumentu analīzi, vietējiem oficiālajiem informācijas avotiem (dome, pagasta pārvalde, pašvaldību iestādes), iekļauj vietējo politiķu, kā arī valsts augstāko amatpersonu viedokļus un vārdu dod arī vietējiem iedzīvotājiem. Labs piemērs ir arī SIA «Bauskas dzīve» projekta «Novadnieku dzīve pierobežā – 2022» publikācijas, kurās daudz atvēlēts iedzīvotāju balss izskanēšanai (ielu intervijas, aptauju rezultāti u.c.).

TMA un NMA programmu projektos avotu izvēles daudzveidība un atbilstība pusi uz pusi vērtēta kā atbilstoša vai daļēji atbilstoša.

2.2.6.5. Godprātība, atbildīgums

Pēc iepazīšanās ar izvērtējuma izlasē iekļauto projektu saturu, var teikt, ka, ar retiem izņēmumiem, žurnālisti un redaktori kopumā godprātīgi veic savu darbu. Tas lielā mērā iet roku rokā ar vienlīdz augsto projektu un žurnālistu veikuma novērtējumu arī 2.6.8. apakškritērijā «Cienā, izvairīšanās no diskriminācijas, stereotipizācijas, aizspriedumiem.»

Atsevišķie izņēmumi neraksturo pat kādu konkrētu projektu vai visas tā satura vienības, drīzāk, skar atsevišķas diskutablas epizodes, publikācijas, frāzes.

2.2.6.6. Viedokļu daudzveidība, sabalansētība

Jau tika minēts, ka šī apakškritērija novērtējumā ir vērojama zināma korelācija ar 2.6.4. apakškritēriju «Avotu izvēles atbilstība, daudzveidība». Biežākie pārmetumi, kas daļai projektu lieguši saņemt augstāko novērtējumu, ir, piemēram, viena avota ziņas un izskanējušo balsu trūkums.

2.2.6.7. Neitralitāte

Kopumā MAF atbalstīto projektu saturā ir ievērots viens no profesionālas žurnālistikas pamatprincipiem – neitralitāte (21 no 30 projektiem nodrošina neitralitāti). Viens projekts atzīts kā daļēji atbilstošs šajā kategorijā, uz 4 nav attiecināms šis kritērijs (visbiežāk dēļ projekta izvēlēta žanra), bet 4 novērtēti kā tādi, kas nenodrošina neitralitāti. Kā tādi ir novērtēti divi RMA programmas projekti un divi NMA programmas projekti.

2.2.6.8. Cieņa, izvairīšanās no diskriminācijas, stereotipizācijas, aizpriedumiem

Kopumā žurnālisti cieņpilni izturas pret informācijas avotiem, neveicina diskrimināciju un stereotipizāciju. 22 no 30 izvērtētajiem projektiem atzīti kā atbilstoši šajā kritērijā, 6 – daļēji atbilstoši, uz diviem projektiem šis kritērijs nav bijis attiecināms. Piemēram, SIA «Letmo Ltd» / TV3 īstenotais dokumentālo stāstu projekts «IEDVESMOT CILVĒCĪBAI», kas vēstī par dažādu tautību sievietēm (katrs raidījums veltīts kādai konkrētai sievietei un viņas Latvijas stāstam), kas dažādos laikos ieradusās Latvijā, veidojušas šeit ģimeni, karjeru, attīstījušas savus talantus, kopumā ir augstu novērtēts dažādos kvalitātes kritērijos. Šajā kritērijā gan iegūts daļēji atbilstošs vērtējums, jo, lai arī atspoguļotā persona netiek stereotipizēta, pret to attiecas cieņpilni, caur tās stāstu izskan un var veidoties stereotipi par Latviju, Latvijas iedzīvotājiem, pārtiku, piemēram, ka ēdam biezpienu, pupiņas, griķus, vai mūsu dzīves ritmu, piemēram, dzīvošanu saskaņā ar dabu utt., kas var izklausīties arī diezgan klišejski.

2.2.6.9. Bērnu, jauniešu un citu neaizsargāto grupu pārstāvju interešu un tiesību aizsardzība

Ne visos no izvērtējamiem projektiem – ne pēc mērķa auditorijas, ne tematikas, ne žanra, bija iespējams novērtēt atbilstību kvalitātes apakškritērijam «Bērnu, jauniešu un citu neaizsargāto grupu pārstāvju interešu un tiesību aizsardzība». Uz 19 no 30 projektiem šo kritēriju nebija iespējams attiecināt. No 11 projektiem, uz kuriem šis kritērijs būtu attiecināms, 7 vērtēti kā atbilstoši profesionālajiem principiem..

Četros gadījumos novērota daļēja atbilstība šim apakškritērijam.

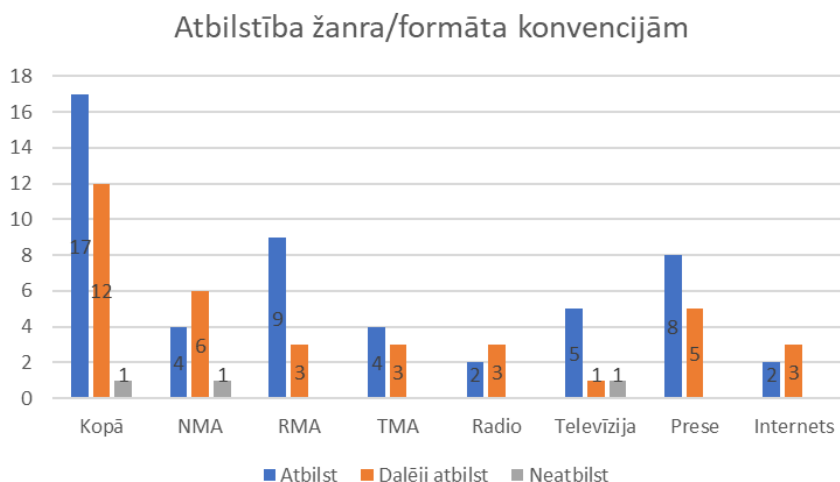
2.2.7. Atbilstība žanra/formāta konvencijām

Vērtējot to, kādā kvalitātē un kā projektu pieteicēji īsteno projektus, vērtēta tika arī satura un izpildījuma atbilstība žanru un formātu būtībai (sk. 14. att.). Piemēram, vai ziņas un ziņu raksti ir strukturēti atbilstoši ziņu veidošanas praksēm, vai problēmjautājumi analītiskās un pētniecis-

kās žurnālistikas žanrā atspoguļoti no konstruktīvās žurnālistikas pieejas. Vai intervijās ir saskatāmas žurnālistiskās kvalitātes un darbs ar informāciju, kas tās atšķirtu no vienkāršas papļāpāšanas. Audiovizuālajos un audiālajos medijos tika vērtēts, vai piedāvātais saturs atbilst šiem formātiem specifiskajiem kritērijiem.

Kopumā secināms, ka vairāk kā pusē (17 no 30) analizētajiem projektiem tiek ievērotas žanram un formātam raksturīgās žurnālistikas prakses un profesionālie principi (sk. 15. att.). Tomēr vairāk kā trešajā daļā projektu ir vērojamas nepilnības, kas likušas tos vērtēt kā daļēji atbilstošus kvalitātes prasībām. Viens projekts atzīts par žanram un formātam neatbilstošu.

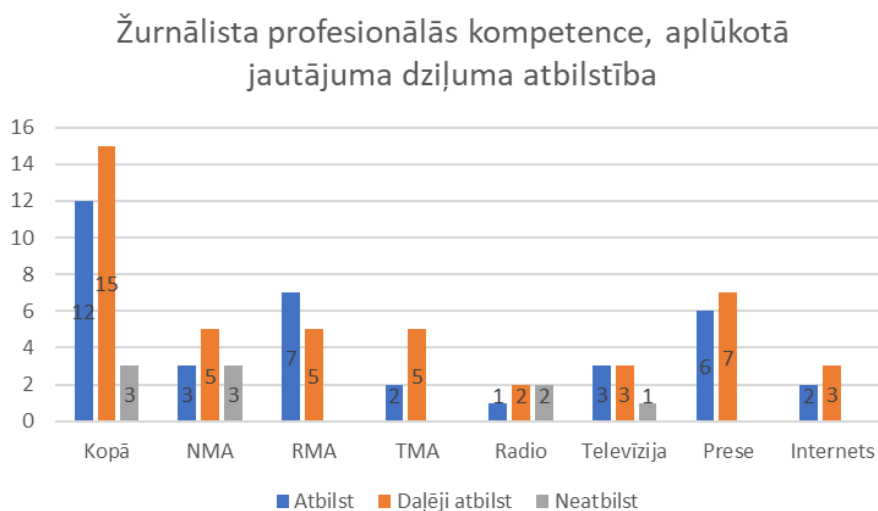
14. attēls. Atbilstība žanra/formāta konvencijām (kvalitātes kritēriji 2.7.).



2.2.8. Žurnālista profesionālās kompetences/iepriekšējās sagatavotības atbilstība

Vērtējot žurnālistu profesionālo kompetenci, kas izpaužas profesionālo prakšu īstenošanā un varētu nodrošināt aplūkoto jautājumu dziļumu un vispusīgumu, vērtēta salīdzinoši kritiska. Proti, puse no projektiem bijuši tādi, kuros šī kompetence bijusi novērojama daļēji (sk. 15. att.), tikai nedaudz vairāk kā trešā daļa projektu saņēmuši vērtējumu «atbilst». Trīs no visiem projektiem šajā kritērijā novērtēti kā neatbilstoši.

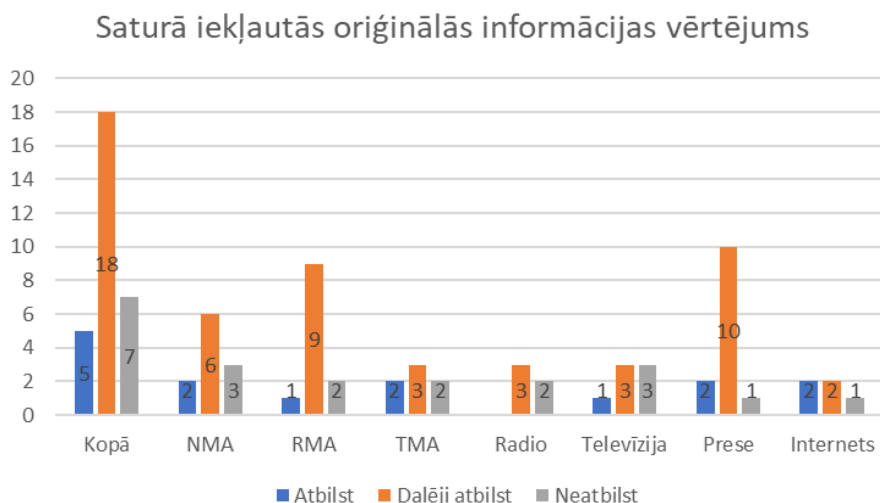
15. attēls. Žurnālista profesionālās kompetences, aplūkotā jautājuma dziļuma atbilstība (kvalitātes kritēriji 2.8.).



2.2.9. Saturā iekļautās oriģinālās informācijas vērtējums

Teju divas trešdaļas projektu atzīti kā vien daļēji atbilstoši prasībai pēc oriģinalitātes saturā (sk. 16. att.). Projektos radītajā saturā maz proaktivitātes, iniciatīvas savas oriģinālās dienaskārtības definēšanā. Saturā pamatā parādās temati, kas jau ir mediju, politiskajā un sabiedrības dienaskārtībā. Maz arī oriģinālu rāmējumu šādiem tematiem. Līdz ar to saturā maz jaunu zināšanu. Vieni un tie paši temati, informācija un viedokļi cirkulē no viena medija uz citu.

16. attēls. Saturā iekļautās oriģinālās informācijas vērtējums (kvalitātes kritēriji 2.9.).



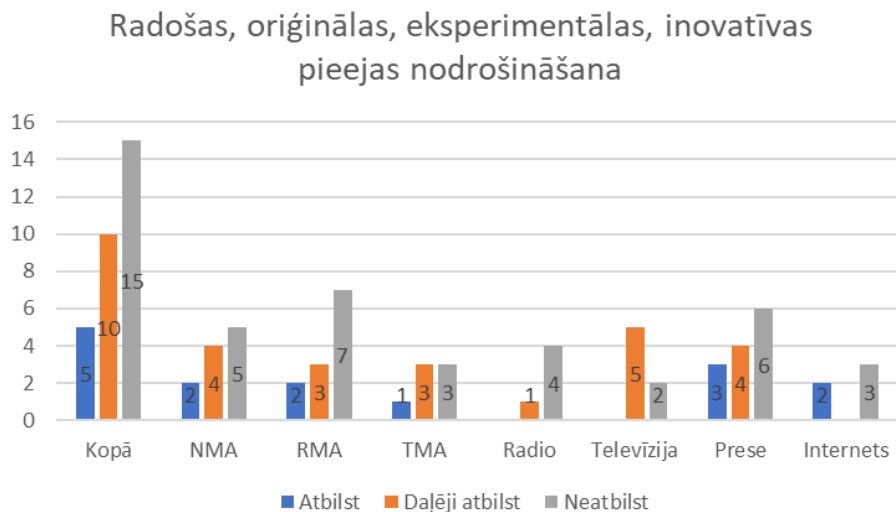
Ziņu raidījumos maz oriģinālziņu. Vērojama atkarība no valsts/pašvaldību institūciju dienaskārtības, PR nodrošinātās ziņu plūsmas. Dominē dažādi plānotie notikumi – valsts pārvaldes notikumu kalendārs, kultūras notikumu afiša.

Reģionālo mediju aktuālo notikumu saturs kopē nacionālo ziņu mediju dienaskārtību, izmanto tās pašas ziņu balsis (ekspertus, amatpersonas). Izņēmums ir «Divu krastu radio» veidotais raidījums «Notikumu krustpunktā», kur izdevies sekmīgi lokalizēt nacionālo/starptautisko ziņu tematus; tas panākts, izmantojot reģionā bāzētos ekspertus un citus informācijas avotus – šādu pieeju gribētos redzēt vairāk. Maz arī politisko diskusiju par reģiona aktualitātēm. Maz tādu materiālu, kas problematizē dzīvi pašvaldībā, kritiski aplūko vietējās varas darbu, reaģē uz iedzīvotāju rosinātajiem jautājumiem, iesaista iedzīvotājus diskusijā par pašvaldības politisko dzīvi.

2.2.10. Radoša, oriģināla, eksperimentāla, inovatīva pieeja

Ļoti maz formas oriģinalitātes, radošuma; eksperimentālas, inovatīvas pieejas darbā ar izteiksmes līdzekļiem. Puse no projektiem neatbilst šai prasībai (sk. 17. att.).

17. attēls. Radošas, oriģinālas, eksperimentālas, inovatīvas pieejas nodrošināšana (kvalitātes kritēriji 2.10.).



Atsevišķiem preses projektiem – piemēram, laikraksta «Vaduguns» projektam «Esi burvis – taisi no nekā!» un žurnāla «Klubs» projektam «Diskusiju un problēmrakstu cikls «Gandrīz praktināšana» – oriģinalitāti piešķir drukātā satura kombinēšana ar video / audio (podkāstu) satura veidošanu.

Projektos pamatā izmantoti jau medijos daudz ekspluatētie formāti (piemēram, radio un televīzijā – studijas intervija / diskusija; presē – cilvēkstāsti (dzīvesstāsti, pieredzes stāsti, iedvesmas stāsti, u.t.t.) un žanri (piemēram, intervija, portrets, ekspertu aptauja). Maz aprakstu / reportāžu, kurās aprakstīta telpa, vide, cilvēki; radio un televīzijas gadījumā – izmantotas vides skaņas. Maz arī analīzes, komentāra žanra un žurnālistiskās pētniecības. Analīze bieži tiek aizstāta ar ekspertu aptauju. Saturā tiek atrāzota mūsu mediju vidē jau daudz pārstāvētā «viedokļu žurnālistikas» kultūra, kad žurnālisti vienkārši savāc, uzklausā viedokļus, bet nenotiek temata izpēte, analīze. Pamatā materiāli veidoti tagadnes dimensijā, trūkst pagātnes un nākotnes dimensijas (cēloņu un seku analīzes).

Dominē viena informācijas vākšanas metode – intervija. Maz izmantota dokumentu (t.sk. ziņojumu, pētījumu) analīze, darbs ar datiem, darbs ar periodikas un citiem arhīviem, eksperiments, novērojums.

Šajā ziņā izceļama ir SIA «V-Media» publikāciju sērija «Mazākumtautību skolēnu integrācija. Kas notiek skolās». Līdzās ierastajai intervijai kā informācijas vākšanas metodei šeit izmantotas arī retāk pielietotas informācijas vākšanas metodes: darbs ar datiem un dokumentiem, kā arī novērojums un eksperiments. Tāpat izmantots citos projektos reti sastopamais apraksta / reportāžas žanrs. Līdzās ierastajai tagadnes dimensijai izmantota arī pagātnes dimensija.

2.2.11. Projekta mērķauditorijas definēšanas kvalitāte

Bieži tā vietā, lai definētu projekta mērķauditoriju, norādīta medija kopējā mērķauditorija. Ja tās pārklājas, tad tas skaidri jānorāda. Ja projekts veidots šaurākai, specifiskākai mērķauditorijai – auditorijas grupām, kuras definē noteikti sociāldemogrāfiskie kritēriji un/vai noteiktas intereses, vajadzības, tas jāapraksta, jāpamato. Atbilstoši arī jāatskaitās nevis par medija, bet projekta sasniegto mērķauditoriju, ja vien šādi dati ir pieejami.

Tas ļaus ne tikai labāk novērtēt, cik sekmīgi projekts ir spējis uzrunāt tā mērķauditoriju, bet arī pārliecināties, cik tāl projektā radītais saturs atbilst definētajai mērķauditorijai un cik tāl izvēlētie satura izplatīšanas kanāli atbilst definētajai mērķauditorijai. Tagad esam fiksējuši gadījumus, kad saturs mērķēts jauniešiem, bet intervijā uzdotie jautājumi ir vispārīgi, nevis atbilstoši jauniešu interesēm, vajadzībām vai, lai gan plānots uzrunāt jauniešus, saturs tiek izplatīts sociālās tīklošanās vietnē Facebook, kas nav primāri jauniešu izmantots sociālais medijs.

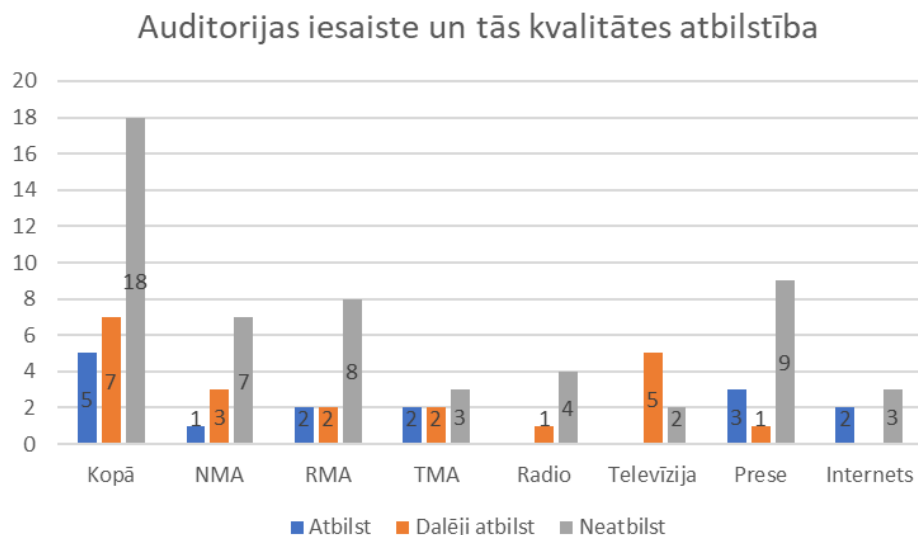
Tāpat kā bieži definēta nevis projekta, bet medija kopējā mērķauditorija, arī dati par sasniegto auditoriju bieži iesniegti nevis par projekta, bet medija kopējo sasniegto auditoriju. Tāpat mēdz būt gadījumi, kad, lai gan norādīta projekta sasniegtā auditorija, nav norādīta sasniegtā auditorija tieši projekta mērķgrupā.

Tāpat sasniegtās auditorijas dati bieži ir norādīti nepilnīgi, nenorādot, kāds sasniegtās auditorijas apjoma rādītājs izmantots, par kādu laika periodu, un kas ir datu avots. Gadījumos, kad projektu iesniedzēji paši veikuši sasniegtās auditorijas uzskaiti un aprēķinu, nevis izmantojuši tādu pētījumu kompāniju kā Kantar un Gemius datus, bieži ir grūti izsekot šim aprēķinam un pārliecināties par tā pamatotību. Visas šīs nepilnības ar iesniegtajiem sasniegtās auditorijas datiem neļauj sniegt drošu novērtējumu tam, vai projekta pieteikumā norādītā plānotā sasniegtā auditorija tiešām ir sasniegta. Trūkst vienotas sasniegtās auditorijas aprēķina metodoloģijas, ko izmantotu visi projekta iesniedzēji un īstenotāji. Piemēram, sociālo mediju gadījumā daži projektu iesniedzēji un īstenotāji norāda sekotāju skaitu, nevis sasniegtās auditorijas apjomu.

2.2.12. Auditorijas iesaiste un tās kvalitātes atbilstība

Auditorijas iesaiste visbiežāk notiek formāli. Redakcijas ar auditorijas iesaisti parasti saprot saturu izvietošāņu mediju organizācijas interneta portālā un sociālā medija kontā, nevis mērķtiecīgu, jēgpilnu auditorijas iesaisti un vēlāk darbu ar saņemto atgriezenisko saiti. Kategorijā «Auditorijas iesaiste un tās kvalitātes atbilstība» teju divas trešdaļas projektu atzīti kā neatbilstoši (sk. 18. att.).

18. attēls. Auditorijas iesaiste un tās kvalitātes atbilstība (kvalitātes kritēriji 2.12.).



Lai gan sociālo mediju vide ir pateicīga, lai rosinātu auditoriju iesaistīties satura veidošanā, apspriešanā, bieži sociālie mediji tiek izmantoti vien tikai satura pašreklāmai un kā papildu satura izplatīšanas kanāls, nevis mērķtiecīgi, jēgpilni izmantoti kā auditorijas iesaistes instruments. Šķiet, ka projektu īstenotāji sagaida, ka auditorija digitālajās platformās iesaistīsies pati no sevis – saturs tiek izvietots ziņu portālā, mediju organizācijas sociālo mediju kontos, bet auditorija neiesaistās, diskusijas nenotiek.

Lai gan parasti projekta pieteikumā solīts nodrošināt atgriezenisko saiti ar auditoriju, izmantot to satura veidošanā, vēlāk nav sniegta atskaite par to, kāda veida atgriezeniskā saite saņemta un kādā veidā tā izmantota satura veidošanā (piemēram, auditorijas jautājumi raidījuma viesiem, auditorijas rosināti temati). Līdz ar to grūti novērtēt, cik kvalitatīvi notikusi auditorijas iesaiste. Ja saturam, kas pieejams interneta medijos un sociālajos medijos, mēdz būt norādīts vismaz iesaistītās auditorijas apjoms, tad elektronisko mediju un preses gadījumā parasti vispār nav arī šādas informācijas: nav skaidrs, kāda un vai vispār bijusi lasītāju, klausītāju un skatītāju reakcija (piemēram, saņemtie auditorijas telefonzvani redakcijā).

2.2.13. Satura pieejamība/piemērotība dažādām digitālajām platformām

Saturs parasti ir pieejams digitālajās platformās (mediju organizācijas interneta vietnē, ar to saistītā ziņu portālā, sociālajos medijos, podkāstu straumēšanas platformās), bet visbiežāk tur vienkārši tiek pārcelts saturs, kas veidots lineārajai apraidei vai drukātajai videi, bet tas netiek adaptēts digitālajām platformām. Arī sākotnēji interneta medijam veidots saturs visbiežāk netiek piemērots citām digitālajām platformām. Ja atsevišķos projektos saturs vismaz tiek adaptēts digitālajai videi un no pamata satura tiek atvasināti atsevišķi blakus produkti digitālajai videi (piemēram, video fragmenti no laikraksta intervijām sociālajos medijos, televīzijas diskusiju kopsavilkums teksta formātā ziņu portālā, televīzijas diskusiju video fragmenti ziņu portālā), tad ļoti maz ir tādu projektu, kuros saturs tiek veidots speciāli digitālajai videi (piemēram, audiovizuālam projektam papildu saturs ziņu portālā, mediju organizācijas vietnē sociālajā medijā). Arī tad, ja tas notiek, šāds saturs veido nelielu daļu no projektā radītā satura.

2.2.14. Vizuālā un audio satura kvalitātes atbilstība

Vizuālā un audio satura kvalitāte atbilst profesionālajām prasībām.

2.2.15. Aizraujoši, piesaistoši pasniegta informācija

Bieži saturs iegūtu, ja tas tiktu veidots koncentrētāks. Materiāli mēdz būt pārāk gari, pārsātiņāti ar informāciju, mazsvarīgām detaļām, maznozīmīgu fona informāciju, tiem trūkst dinamikas, tie nenotur uzmanību visā to garumā.

3. Secinājumi

3.1. Secinājumu kopsavilkums kvalitātes kategorijās 2.–2.5.

Kā minēts ievadā, visu projektu galvenais vērtēšanas kritērijs bija MAF izveidošanas pamatmērķis – sniegt ieguldījumu kvalitatīvas žurnālistikas attīstībā.

Žurnālistikas kvalitāti MAF atbalstītajos projektos nosaka tādi mezo vides faktori kā mediju organizācijas izveidošanas mērķi, tās radītais mediju formāts, mērķa auditorija un medija formāta funkcijas, kā arī redakcionālās darbības kritēriji. Ja tie neparedz inovatīvu pieeju un augstas profesionālās kvalitātes prasības, tad iesniedzēji savu esošo profesionālo līmeni uztver kā piemērotu un MAF atbalsts tiek izlietots ikdienas satura radīšanai, neinvestējot augstas kvalitātes žurnālistikā.

Projektā analizēto MAF atbalstīto saturu var sadalīt trīs lielās daļās:

- Saturs, kas pilnībā atbilst MAF mērķiem un apliecina godprātīgu attieksmi, izmantojot MAF līdzekļus, kā arī augsta līmeņa profesionālās prasmes, inovatīvu un radošu pieeju, atbildīgu budžeta veidošanā;
- Saturs, kas daļēji atbilst MAF programmas un projekta mērķiem, jo daļa satura (piemēram pēc formas vai izplatīšanas kanālu izmantojuma) atbilst projekta mērķiem, bet kopumā nesniedz ieguldījumu augstas kvalitātes žurnālistikas attīstībā; šajā grupā ietilpst projekti, kas MAF līdzekļus izmanto esošā satura veidošanai esošajai kvalitātē, neinvestējot žurnālistikā un tās kvalitātes uzlabošanā;
- Saturs, kas neatbilst MAF un konkrētas programmas mērķiem, piemēram, nav veidots atbilstoši programmas mērķiem.
- Projekti, kuru iesniedzēju līdzšinējā darbība neaplicina gatavību strādāt profesionālā žurnālistikā.

Tādējādi, atkarībā no mediju organizācijas mērķiem un profesionālajiem standartiem, MAF projektos tiek radīts gan ļoti kvalitatīvs saturs (piemēram, «Zemgale», DELFI), kad medijs ievērojami uzlabo sava satura kvalitāti, gan MAF mērķiem daļēji vai vispār neatbilstošs saturs, kas atspoguļo konkrēta medija ikdienas darbu.

Pārskatot MAF attīstības jautājumus, tā politikas veidotājiem ir jāpieņem lēmums, vai saglabāt esošo ambiciozo mērķi un nostiprināt to jaunajā nolikumā, vai tomēr atzīt, ka mērķis piepildāms ilgtermiņā arī tad, ja atsevišķi mediji saņem ikdienas satura radīšanai paredzētu finansējumu, kam netiek izvirzīti augsti profesionālie kritēriji (diasporas mediji).

Kopumā vairākās MAF programmās pēc projektu izvērtējuma vērojama neatbilstība programmas būtībai, runa ir par pētnieciskās žurnālistikas, melu dekonstrukcijas un sabiedrības saliedētības programmām.

Attiecībā uz atbalstīto programmu kvalitāti, novirzes no pamata kvalitātes kritērijiem vērojamas teju visās programmās un visos mediju formātos, kuros paredzēts atbalstīt satura radīšanu. Turpmāk iesniedzējiem būtu detalizēti jāapraksta formātu atbilstība žurnālistikas profesionālās kvalitātes kritērijiem. Citādi ar MAF atbalstu tiek veidoti viduvēji, nereti arī pavisām darbi, kas nosacīti atbilst žurnālistikas profesionālajiem vai MAF programmas kritērijiem.

Saliedētības tematiskās programmas izpratne projektu pieteicēju skatījumā (pieteikumi ir vispārīgi) ir ļoti izplūdusi, tajā var iekļaut jebkādu saturu, sākot no mākslinieciskās pašdarbības kolektīvu vēstures, līdz intervijām ar muzeju darbiniekiem, netiecoties pēc inovatīviem, oriģināliem tematiem un žurnālistikas pieejām. Šajā programmā iesniedzējiem būtu nepieciešams savos projektos izskaidrot: 1) kā viņi definē saliedētības mērķi; 2) kā tas piepildāms žurnālistikas darbos; 3) kā tiks sagatavots kvalitatīvas žurnālistikas kritērijiem atbilstošs saturs.

Līdzīgs secinājums attiecas uz diasporas saturu, kas, piemēram, portāla latviesi.com gadījumā savu uzdevumu redz kā diasporas pasākumu un biedrību darbības popularizēšanu, kam ar profesionālu žurnālistiku ir attāla saistība. Šajā gadījumā būtu skaidri jāprasa kvalitatīvas žurnālistikas iekļaušana atbalstu saņēmušo mediju saturā vai arī jāvienojas par atbalstu darbībai un regulārai informācijas nodrošināšanai, neprasot augstu profesionālo kvalitāti.

Kopumā projekta pieteicēji cenšas definēt savus mērķus kontekstā ar MAF mērķiem, tomēr projekta izpildes kvalitāte lielākoties daļēji atbilst vai pat neatbilst projektā paredzētajam.

Atsevišķos projektos solītais izpildīts daļēji vai nelielā apjomā, projekta līdzekļus izmantojot cita veida saturam vai ikdienas satura veidošanai, kam nav inovatīva vai augstiem profesionāļiem kritērijiem atbilstoša vērtība.

Attiecībā uz **pētnieciskās un analītiskās žurnālistikas** saturu, kas daļēji vai pilnībā neatbilst programmas mērķiem, šajā programmā iesniegto projektu aprakstā būtu ne vien jāpiemin, ka notiks pētniecība un/vai analīze, ka tiks veiktas pētnieciskas intervijas vai gatavoti pētnieciski raksti, bet jāformulē jautājums(i), kas tiks izpētīti, pētniecības un analīzes metodes, kas tiks izmantotas, lai izpētītu konkrēto jautājumu, cik iespējams skaidri, formulējot sagaidāmo rezultātu, kas saistīts ar nezināmu procesu un problēmu atklāšanu, kas ir galvenais pētnieciskās žurnālistikas uzdevums.

Teiktais attiecas gan uz projektā radīto saturu, gan uz pārāk augstām plānotajām izmaksām, kuras neatbilst ieguldījumam un tirgus situācijai. Tas nozīmē ka projektu vērtēšanas procesā nav pietiekami iespējams novērtēt budžeta atbilstību plānotajam darbam.

Analizējot pētījuma datus konstatēta pretrunīga situācija, ka ir projekti, kuru budžets ir atbilstošs paveiktajam un projektā solītajam, un daudzi projekti, kuru plānotais budžets ir daļēji atbilstošs vai neatbilstošs, jo izmaksas daļēji vai pilnībā neatbilst ieguldītajam darbam un situācijai tirgū.

Problēmu ar neatbilstošu vai daļēji atbilstošu saturu un tā veidošanai izmantoto budžetu saasina fakts, ka ne projekta laikā, ne tā noslēgumā pēc būtības budžets netiek pārbaudīts, jo tiek saskaitītas attiecināmās vai neattiecināmās izmaksas, bet netiek vērtētas izmaksas pret reālo projekta kvalitāti un pārbaudīta projektā radītā satura kvalitāte.

Lielai daļai projekta pieteicēju tā budžeta izmaksas daļēji vai kopumā neatbilst ieguldītajam darbam un tirgus situācijai. Būtiski, ka daļa no daļēji atbilstošiem vai neatbilstošiem projektiem ir problemātiski arī demokrātisko vērtību un profesionālās žurnālistikas vērtību kontekstā.

Būtiski, ka neatbilstība kādā no pamata kategorijām (MAF mērķi, projekta mērķi un uzdevumi un budžets) konkrēto projektu gadījumā novērojama kā daļēja vai nopietna neatbilstība citām profesionālās kvalitātes prasībām.

Lielākā daļa no projektiem tām atbilst, nedaudzos atsevišķos gadījumos par MAF līdzekļiem veidotajā saturā konstatēta daļēja neatbilstība.

Vērtējot atbilstību vai neatbilstību žurnālistikas vērtībām biežāk konstatēta daļēja atbilstība, dažos gadījumos – projektu saturs novērtēts kā neatbilstošs.

3.2 Secinājumi par atbilstību žurnālistikas vērtībām (vārda brīvība, redakcionālā autonomija, kalpošana sabiedrības interesēm, neatkarība u.c.).

Šīs kategorijas vērtējuma pamatā ir projektu veidotāju vēlme ar radīto saturu kalpot sabiedrības interesēm, jo vārda brīvību, redakcionālo autonomiju vai neatkarību ne vienmēr iespējams konstatēt, vērtējot projektu saturu. Lielākā daļa no projektiem atbilst minētajiem kritērijiem, atsevišķi projekti daļēji vai pilnībā tai neatbilst.

Padziļināti vērtējot projektu izpildījuma atbilstību tādām profesionālās žurnālistikas prasībām un tādiem profesionālās ētikas principiem kā precizitāte, objektivitāte, faktu nošķiršana no viedokļiem, viedokļu daudzveidība, izvairīšanās no stereotipizācijas u.c., nav pamata apšaubīt žurnālistu godaprātu un atbildīgumu. Ja arī ir novērojamas kādas neatbilstības, tad tās nav sistēmiskas, bet drīzāk gadījuma rakstura un saistītas ar to, ka pieteiktajiem projektiem arī citos vērtēšanas kritērijos ir bijušas problēmas iegūt augstāko vērtējumu.

Vairāk kā divas trešdaļas no analizētajiem projektiem ir novērtētas kā atbilstošas profesionālās žurnālistikas prasībām un uzskatāmas par kopumā augstvērtīgu un kvalitatīvu žurnālistiku.

Šiem kritērijiem daļēji atbilstošie vai neatbilstošie projekti ir sastopami visās MAF programmās un visos mediju formātos.

Būtiskākās nepilnības un trūkumi, kas ir saskatāmi, ir saistīti ar analītiskas un kritiskas pieejas trūkumu darbā ar informāciju. Tikai nedaudz vairāk kā puse no izvērtējumā iekļautajiem projektiem tika novērtēti kā tādi, kas šo profesionālo pienākumu veic atbilstoši. Bieži vien šis ir trūkums arī satura projektos, kas kā savu specializāciju jeb kategoriju, kurā darbosies, ir noteikuši satura veidošanu pētnieciskās un analītiskās žurnālistikas žanrā. Tas liek domāt par to, ka pašos medijos trūkst izpratnes par to, kas ir analītiskā žurnālistika. Proti, jebkurš informācijas apkopojums vēl neliecina par to, ka saturs ir radīts analītiskajā žanrā. Tāpēc turpmāk projektu pieteicējiem būtu detalizēti jāapraksta, kā tiek izprasta darbošanās konkrētajos žanros un kategorijās, kādas profesionālās prakses tas ietvers.

3.3. Secinājumi par MAF projekta satura oriģinalitāti, inovatīvo vērtību, mērķauditorijas definēšanas, auditorijas iesaistes kvalitāti.

Maz **oriģinalitātes** saturā un vēl mazāk oriģinalitātes formā. Maz proaktivitātes, iniciatīvas savas oriģinālās dienaskārtības definēšanā. Saturā pamatā parādās temati, kas jau ir mediju, politiskajā un sabiedrības dienaskārtībā. Maz arī oriģinālu rāmējumu tematiem, kas jau ir mediju, politiskajā un sabiedrības dienaskārtībā. Ļoti maz formas oriģinalitātes, radošuma; eksperimentālas, inovatīvas pieejas darbā ar izteiksmes līdzekļiem. Projektos pamatā izmantoti jau medijos daudz ekspluatētie formāti un žanri. Dominē viena informācijas vākšanas metode – intervija.

Bieži tā vietā, lai definētu **projekta mērķauditoriju**, norādīta medija kopējā mērķauditorija. Tāpat kā bieži definēta nevis projekta, bet medija kopējā mērķauditorija, arī dati par sasniegto auditoriju bieži iesniegti nevis par projekta, bet medija kopējo sasniegto auditoriju. Tāpat mēdz būt gadījumi, kad, lai gan norādīta projekta sasniegtā auditorija, nav norādīta sasniegtā auditorija tieši projekta mērķgrupā. Tāpat sasniegtās auditorijas dati bieži ir norādīti nepilnīgi, neno-

rādot, kāds sasniegtās auditorijas apjoma rādītājs izmantots, par kādu laika periodu, un kas ir datu avots.

Auditorijas iesaiste visbiežāk notiek formāli. Redakcijas ar auditorijas iesaisti parasti saprot saturu izvietojšanu mediju organizācijas interneta portālā un sociālā medija kontā, nevis mērķtiecīgu, jēgpilnu auditorijas iesaisti un vēlāk darbu ar saņemto atgriezenisko saiti.

Saturs parasti ir pieejams digitālajās platformās, bet visbiežāk tur vienkārši tiek pārcelts saturs, kas veidots lineārajai apraidei vai drukātajai videi, bet tas netiek adaptēts digitālajām platformām. Ja atsevišķos projektos saturs vismaz tiek adaptēts digitālajai videi un no pamata satura tiek atvasināti atsevišķi blakus produkti digitālajai videi, tad ļoti maz ir tādu projektu, kuros saturs tiek veidots speciāli digitālajai videi.

4. Ieteikumi un priekšlikumi

Balstoties uz veikto kvalitatīvo un kvantitatīvo projektu izvērtējumu, veikto dokumentu analīzi, ir izstrādāti ieteikumi gan SIF kā šo MAF programmu administrētājiem, gan projektu pieteicējiem un arī to vērtētājiem, lai turpmāk tiktu iesniegti augstvērtīgāk sagatavoti projekti un to vērtēšanā tiktu ievērota konsekventa atsevišķu kritēriju izvērtēšanas pieeja.

Ieteikumi MAF programmu administrētājiem nolikuma/vērtēšanas kritēriju pilnveidošanai:

- Visos projektos rūpīgi vērtēt to pienesumu žurnālistikas kvalitātes uzlabošanai un daudzveidīgas, kvalitatīvas žurnālistikas īpatsvara palielināšanai.
- Ieteicams projekta mērķos iekļaut mērķi attīstīt konstruktīvās žurnālistikas pieeju, jo liela daļa projektu ir stāstoši, aprakstoši, ja arī tiek konstatētas problēmas, tās nav daudzpusīgi analizētas un lielākoties netiek piedāvāti to risinājumi.
- Izmantojot žurnālistikas kvalitātes kritērijus (atbilstoši avoti, darbs ar informāciju, konkrēti žanri), precīzāk definēt atsevišķo programmu mērķus un pieprasīt detalizētu projektu iesniedzēju aprakstu par to, kā šie mērķi tiks sasniegti. Tas ļaus izvairīties no tematisko programmu pārāk plašas izpratnes, deklarativisma, viduvēja satura, kad tiek izveidots ikdienišķs vai pazeminātas kvalitātes saturs, kas pēc būtības neatbilst MAF mērķiem.
- Izvērtējot nākamo MAF programmu iesniedzēju atbilstību, nolikumā būtu jāiekļauj kritēriji, kas ļauj identificēt konkrētas mediju organizācijas formātu žurnālistikas attīstības kontekstā. Ja medija mērķis nav darboties žurnālistikā, bet pārsvarā būt par kanālu vai platformu izklaides formātu un izklaides produktu izplatīšanai, tad tādas mediju organizācijas nevarētu kvalificēties MAF atbalstam, jo to darbības mērķi, darbība un pieejamie resursi neatbilst MAF mērķiem. Tāpēc formāls plašsaziņas medija reģistrēšanās fakts un vēl vairāki ar uzņēmējdarbības pamatiem saistīti administratīvie kritēriji, nenozīmē, ka konkrētā organizācija plāno strādāt žurnālistikā, ir definējusi ar žurnālistikas mērķiem saistītu redakcionālo politiku, tātad ir apšaubāmi, vai kvalificējas MAF atbalstam. Piemēram, atbalsta piešķiršana radio kanāliem, kas paredzēti izklādei un nesatur oriģinālu žurnālistiku, diemžēl neuzlabo ne vispārējo, ne konkrētā medija satura kvalitāti.
- Lai uzlabotu žurnālistikas kvalitāti un mediju uzņēmumu motivāciju investēt tās uzlabošanā, būtu jāatsakās no prakses žurnālistikas darbu veidošanā piesaistīt aktierus, dziedātājus vai citus sabiedrībā pazīstamus cilvēkus, kas, iespējams, spēj pievērst auditorijas uzmanību projektam, bet nav apguvuši un izkopuši žurnālistikas pamatus (nepārzina informācijas vākšanas, novērtēšanas metodes, žurnālistikas žanrus, nespēj realizēt žurnālista profesionālās lomas), tātad nevis sniedz ieguldījumu profesionālās kvalitātes uzlabošanā, bet gan samazina šo kvalitāti un žurnālistikas kā profesionālas darbības kopējo vērtību.
- Projektu īstenotājiem atskaitēs prasīt norādīt nevis kopējo medija, bet tieši projekta sasniegto mērķauditoriju, jo prakse, kad mediji atskaitās nevis par projekta, bet medija kopējo sasniegto auditoriju, neļauj pārlicināties par reālo projekta satura sasniegto auditoriju. Šo kritēriju ieteicams formulēt kā projekta vērtēšanā iekļaujamo rādītāju.

- Tāpat svarīgi prasīt norādīt projekta sasniegto auditoriju atbilstoši tā definētajai mērķauditorijai, ja vien šādi dati ir pieejami. Piemēram, ja norādīts, ka projekta mērķauditorija ir 15–24 gadus veci jaunieši, tad arī jāatskaitās par sasniegto auditoriju tieši šajā vecuma grupā, nevis jānorāda sasniegtā auditorija visās vecuma grupās kopā.
- Ieteicams definēt, kādi tieši sasniegtās auditorijas dati ir izmantojami gan projekta pieteikumā, gan tā atskaitēs dažādiem mediju tipiem, platformām. Radio, TV un preses gadījumā ieteicams izmantot pētījumu kompānijas Kantar datus, savukārt interneta mediju gadījumā – pētījumu kompānijas Kantar datus. Jāvienojas ar industriju par to, kāds Kantar / Gemius sasniegtā auditorijas apjoma indikators (piemēram, weekly reach, real users) izmantojams. Gadījumos, kad Kantar / Gemius dati nav pieejami, projekta iesniedzējs var izmantot citus datu avotus, bet šādā gadījumā jāprasa norādītu datu avotu, skaidri aprakstīt sasniegtās auditorijas apjoma aprēķinu, norādīt laika periodu.
- Sociālo mediju gadījumā kopā ar industriju jāvienojas, kāds sasniegtās auditorijas apjoma indikators jāizmanto (atbilstoši katras sociālo mediju platformas izmantotajai sasniegtās auditorijas apjoma noteikšanas metodoloģijas specifikai). Sociālo mediju gadījumā sasniegtās auditorijas apjoma noteikšanā jāņem vērā potenciālā auditoriju pārklāšanās starp platformām – ieteicams norādīt sasniegtās auditorijas apjomu katrā platformā atsevišķi, nevis konsolidētos datus par visām platformām.
- Ieteicams vērtēt projektu pieteicēju ieceres atkarībā no žurnālistu prasmēm un iespējām veidot saturu dažādajām digitālajām platformām: gan saturu adaptēt, gan veidot oriģinālsaturu. Tagad digitālajām platformām veidotā satura kvalitāte ir nevienmērīga – no profesionāli augstvērtīgas līdz amatieriskai. Tāpat īpaši mazākām mediju organizācijām var būt nepieciešami ieguldījumi infrastruktūras nodrošināšanā. Piemēram, lai padarītu to interneta vietnes mūsdienīgākas, ar labākiem dizaina risinājumiem, funkcionalitāti.

Ieteikumi projektu pēcuzraudzības procesa pilnveidošanai:

- Pēcuzraudzības un starpposmu uzraudzības procesā ieteicams pārbaudīt nodevumus ne tikai pēc skaita, bet pēc to satura, lai izvairītos no situācijām, kad atbalstu turpina saņemt projekti, kuru saturs neatbilst projektā iecerētajam un apstiprinātajam saturam.
- Projektu administratoriem ieteicams rūpīgi pārlicināties, vai iesniegtie auditorijas sasniegšanas dati ir korekti, vai aprēķini ir pamatoti, vai ir norādīts datu avots, laika periods. Tagad projektu administratori vien formāli pārbauda, vai atskaitēs norādītais sasniegtās auditorijas apjoms atbilst tam, kas solīts projekta pieteikumā, bet nepārlicinās, cik šie dati ir kvalitatīvi, ticami.
- Ir rūpīgi jāpārbauda, vai projekta pieteikumā un atskaitēs norādītās auditorijas iesaistes aktivitātes tiešām tiek realizētas. Piemēram, vai tiešām sociālajos medijos ir izvietots aicinājums auditorijai iesūtīt jautājumus raidījuma viesiem, īstenotas ielu intervijas, apkopot un publicēti lasītāju komentāri, iegūta auditorijas atgriezeniskā saite un tā izmantota satura veidošanā, kā tas ir solīts projekta pieteikumā. Tagad šādas pārbaudes nenotiek. Esam fiksējuši, ka nereti solītās auditorijas iesaistes aktivitātes netiek īstenotas. Ja redakcijas norāda, ka aktivitātes ir īstenotas, jāprasa tam pierādījumi: iesaistītās auditorijas apjoms sociālo mediju gadījumā, saņemto zvanu, iesūtīto jautājumu skaits, u.t.t., kā arī darbs, kas veikts ar šo auditorijas atgriezenisko saiti (piemēram, auditorijas jautājumi raidījuma viesiem, auditorijas rosināti temati).

- Sociālo mediju izmantojuma gadījumā jāvienojas ar industriju par to, kāds iesaistītās auditorijas apjoma indikators izmantojams (atbilstoši katras sociālo mediju platformas izmantotajai sasniegtās auditorijas apjoma noteikšanas metodoloģijas specifikai).
- Lai gan šāda prasība palielina birokrātisku procedūru apjomu, MAF atbalsta saņēmējiem vidusposma atskaitēs būtu jānorāda ne vien izveidoto satura vienību skaits, bet arī procedūras, kā ir novērtēta profesionālā kvalitāte un kādi secinājumi par to izdarīti, kā tiks uzlabota kvalitāte, ja konstatēti trūkumi.
- MAF projektu vērtēšanas komisijas pārstāvju līgumos ieteikums iekļaut papildu prasību izlases veidā vidusposmā izvērtēt apstiprinātajos projektos radītā satura kvalitāte.

Ieteikumi ekspertu vērtēšanas veidlapas uzlabošanai

Ņemot vērā secinājumus, projektu vērtēšanas veidlapas vērtēšanas kritēriji būtu jāprecizē:

- Prasot vērtēt, kā projektā paredzētais kopumā atbilst MAF galvenajam mērķim, uzlabot žurnālistikas kvalitāti. Līdz ar to projekta vērtētājiem ir jāizprot, kā konkrētais projekts sniegs ieguldījumu žurnālistikas kvalitātes uzlabošanā un kādas darbības iesniedzējs veiks, lai to nodrošinātu.
- Prasot vērtēt, kā, kādā veidā tiks izpildīts projektu programmas mērķis, vai paredzētās darbības tam ir atbilstošas.
- Vērtēšanas veidlapa ir jāpapildina ar datiem par katra projekta vienības izmaksām (lapuses, gabali, minūtes), lai novērtētu to atbilstību paredzētajam darbam.
- Vērtēšanas veidlapa ir jāpapildina ar vērtējumu par definētās auditorijas atbilstību projekta mērķiem un tajā solītajam;
- Projektā jāvērtē auditorijas iesaistes formas pēc būtības, izslēdzot pieņēmumus, ka projekta informācijas publiskošana sociālās tīklošanās platformās nozīmē auditorijas iesaisti.
- Vērtēšanas veidlapā, izmantojot kvalitatīvus kritērijus, jāvērtē projektā paredzētā tā satura komunikācija digitālajā vidē;
- Vērtēšanas veidlapa ir jāpapildina ar vidusposma analīzi, vismaz izlases veidā.
- MAF līdzekļu saņēmēju līgumi ir jāpapildina ar prasību iesniegt precīzu nodevumu sarakstu, to vidū iesniedzot arī sociālās tīklošanās platformā ievietoto saturu, auditorijas iesaistes paraugus.

Ieteikumi projektu pieteicējiem:

- Projektu pieteicējiem būtu jāmin 2–5 argumenti, kā tiks nodrošināta oriģināla, inovatīva pieeja. Fakts, ka konkrētais temats līdz šim nav ticis iekļauts konkrētā medija saturā, ne-nozīmē inovatīvu pieeju. To ieteicams attiecināt uz formātu, profesionālajām pieejām, tēmas vai problēmas rāmējumu, auditorijas iesaisti.
- Projekta pieteicējiem projektos jālūdz raksturot redakcionālā darba galvenos principus: prasības autoriem, profesionālos kritērijus, izpratni par žurnālistikas žanriem un profesionālajām vērtībām.
- Ja nolikumā ir definēti konkrēti kritēriji, tad iesniedzējam savā projektā ir jāizskaidro, kādā veidā tiks sasniegti profesionālās kvalitātes kritēriji un kā tie atbilst MAF un konkrētās programmas prasībām. Lai gan šāda prasība palielina birokrātisku procedūru apjomu,

MAF atbalsta saņēmējiem vidusposma atskaitēs būtu jānorāda ne vien izveidoto satura vienību skaits, bet arī procedūras, kā ir novērtēta profesionālā kvalitāte un kādi secinājumi par to izdarīti, kā tiks uzlabota kvalitāte, ja konstatēti trūkumi. Paredzēt, ka kvalitātes kritēriju pamatojums veido vismaz 50% no projekta vērtējuma.

- Projektu iesniedzējiem ieteicams definēt projekta mērķauditoriju, nevis tā vietā norādīt kopējo medija mērķauditoriju. Arī projektu atskaitēs ieteicams norādīt nevis kopējo mediju, bet tieši projekta sasniegto mērķauditoriju, ja vien šādi dati ir pieejami. Piemēram, nevis norādīt radiostacijas vai TV kanāla kopējo sasniegto auditoriju, bet projekta ietvaros veidotā raidījuma sasniegto auditoriju. Medija kopējā sasniegtā auditorija visdrīzāk būs lielāka nekā projekta satura sasniegtā auditorija.
- Projekta pieteicējam ir jāsniedz detalizētu auditorijas iesaistes plānu (aktivitātes, izmantotie iesaistes kanāli). Pēc tam starpatskaitēs un noslēguma atskaitēs ar piemēriem ir jānorāda, kādas auditorijas iesaistes aktivitātes ir realizētas. Piemēram, vai tiešām sociālajos medijos ir izvietots aicinājums auditorijai iesūtīt jautājumus raidījuma viesiem, īstenotas ielu intervijas, apkopoti un publicēti lasītāju komentāri, iegūta auditorijas atgriezeniskā saite un tā izmantota satura veidošanā, kā tas ir solīts projekta pieteikumā.

Ieteikumi vērtētājiem:

- Kritiski vērtēt, ja projekta pieteicējs žurnālistikas darba veidošanai paredzējis piesaistīt aktierus, dziedātājus vai citus sabiedrībā pazīstamus cilvēkus, jo programmas mērķis ir radīt augstvērtīgu žurnālistiku, bet šie cilvēki nepārzina žurnālistikas pamatus (nepārzina informācijas vākšanas, novērtēšanas metode, žurnālistikas žanrus, nespēj realizēt žurnālista profesionālās lomas).
- Dot priekšroku tiem projektiem, kura piedāvātais saturs ir oriģināls: tematika, kas nav vai ir maz pārstāvēta citos medijos (reģionālo mediju gadījumā – jautājuma aplūkošana vietējā/reģiona līmenī); esošajā mediju, politiskajā un sabiedrības dienaskārtībā esošo tematu oriģināls rāmējums; informācijas avoti, kas maz izmantoti esošajā mediju saturā par šo tematu.
- Atbalstīt tādus projektus, kas sola radīt jaunas zināšanas par esošajiem mediju, politiskās un sabiedrības dienaskārtības tematiem, kā arī ienest mediju, politiskajā un sabiedrības dienaskārtībā jaunus, līdz šim maz aplūkotus tematus.
- Ziņu mediju gadījumā atbalstīt tādus projektus, kas sola nodrošināt oriģinālziņas (tādu saturu, ko vēlāk citē citi ziņu mediji).
- Reģionālo mediju programmā atbalstīt tādus projektus, kas nodrošina vietējās varas uzraudzību, kritiku; lokalizē nacionālo / starptautisko ziņu mediju dienaskārtību.
- Dot priekšroku tādiem projektiem, kas ir oriģināli izmantotā formāta, žanru, informācijas avotu ziņā. Atbalstīt tādus projektus, kas sola eksperimentālus izteiksmes līdzekļus, ieguldījumus formas inovācijās. Projektu pieteicējiem jānorāda argumenti, kā tiks nodrošināta oriģināla, inovatīva pieeja.
- Kritiski vērtēt informāciju un datus, kādus projekta pieteicējs norāda nevis medija, bet specifiski projekta mērķauditorijas aprakstā. Tā vajadzētu būt attiecinātai uz konkrēto projektu un specifisko (definēto) mērķa grupu (ja tie nav visi medija lietotāji).

- Ieteicams atbalstīt tādus projektus, kas sola mērķtiecīgu, jēgpilnu auditorijas iesaisti, piedāvājot detalizētu aprakstītu auditorijas iesaistes plānu (aktivitātes, izmantotie iesaistes kanāli).
- Ieteicams īpaši atbalstīt tādus projektus, kas paredz vai nu adaptēt projektā radīto saturu dažādām digitālajām platformām (un nevis vienkārši to pārcelt digitālajā vidē) vai arī radīt oriģinālsaturu šīm platformām un kuros šāds saturs veido nozīmīgu daļu kopējā projekta satura.

Pielikumi

1. pielikums

2022. gadā MAF atbalstīto projektu izvērtējuma izlase

Programma «Atbalsts medijiem sabiedriski nozīmīga satura veidošanai latviešu valodā tematiskajās kategorijās»

Projekta Nr.	Projekta nosaukums	Projekta īstenotājs	Medija tips
2022.LV/TMA/25	“Runājam!»	SIA «4.vara» / TV24	TV
2022.LV/TMA/27	“Līderu debates»	SIA «All Media Latvia» / tv3	TV
2022.LV/TMA/38	“Latviesi.com korespondenti pasaulē»	Biedrība «Latvieši.com» / Latvieši.com	Internets
2022.LV/TMA/40	“Atskaites punkts»	SIA «Izdevniecība Dienas Mediji» / diena.lv	Prese (internets)
2022.LV/TMA/48	“Raidījumu cikls «Nedēļa ceturtdienā»»	AS «KURZEMES RADIO» / KURZEMES RADIO	Radio
2022.LV/TMA/58	“10 TV raidījumu cikls par personu ar invaliditāti problēmām»	AS «Delfi» / DELFI	Internets
2022.LV/TMA/63	“Sabiedriski nozīmīga satura veidošana latviešu valodā diasporas laikrakstos «Laiks» un «Brīvā Latvija»»	Biedrība «Laiks-BL» / «Laiks» (drukāts), «Brīvā Latvija» (digitāls)	Prese (internets)

Programma «Reģionālo un vietējo mediju atbalsta programma»

Projekta Nr.	Projekta nosaukums	Projekta īstenotājs	Medija tips
2022.LV/RMA/01	Atkarības – Ludzas novads	SIA «Ludzas Zeme» / Ludzas Zeme	Prese
2022.LV/RMA/11	«Esi burvis – taisi no nekā!»	SIA «BALVU VADUGUNS» / Ziemeļlatgales laikraksts «Vaduguns»	Prese
2022.LV/RMA/13	Izpēti, izgaismo, risini!	SIA «Jaunais kurzemnieks» / Kurzemnieks	Prese
2022.LV/RMA/21	Reģionam nozīmīgu ziņu raidījumu veidošana	SIA «TV Kurzeme» / Reģionālā televīzija «TV Kurzeme»	TV
2022.LV/RMA/24	«Novadnieku dzīve pierobežā – 2022»	SIA «Bauskas Dzīve» / «Bauskas Dzīve», reģionālais laikraksts	Prese
2022.LV/RMA/26	“Sabiedrības saliedētības labā prakse un problēmsituācijas Ventspils pilsētā un novadā «Ventas Balss» medijos»	SIA «Ventas Balss» / Laikraksts «Ventas Balss»	Prese
2022.LV/RMA/29	Radiožurnāls «Notikumu krustpunktā»	SIA «Divu krastu radio» / «Divu krastu radio»	Radio
2022.LV/RMA/41	Žik!	SIA «Latgales reģionālā televīzija» / Latgales reģionālā televīzija	TV
2022.LV/RMA/45	Laikraksts «Druva» Vidzemes novadiem	SIA «Cēsu Druva» / «Druva»	Prese

2022.LV/RMA/49	“Sabiedriski nozīmīgs saturs” – sabiedriski nozīmīga un kvalitatīva satura veidošana reģionālajos un vietējos medijos	SIA «OVV» / Laikraksts «Ogres Vēstis Visiem»	Prese
2022.LV/RMA/52	Savējiem par vietējo un svarīgo	SIA «Firma ZEMGALE» / Laikraksts «Zemgale»	Prese
2022.LV/RMA/55	Ziņu raidījumi «Par Latgali, Latviju un pasauli»	SIA radiokompānija «Alise Plus» / Radio Alise Plus	Radio

Programma «Atbalsts medijiem sabiedriski nozīmīga satura veidošanai un nacionālās kultūrtelpas stiprināšanai latviešu valodā»

Projekta Nr.	Projekta nosaukums	Projekta īstenotājs	Medija tips
2022.LV/NMA/08	TV24 raidījums «Preses Klubs»	AS «TV Latvija» / TV24	TV
2022.LV/NMA/13	TRIS KVADRĀTĀ	“JUMP Studio» SIA / ReTV	TV
2022.LV/NMA/14	“IEDVESMOT CILVĒCĪBAI»	SIA «Letmo Ltd» / TV3	TV
2022.LV/NMA/24	Raidījumu cikls «VILTUS ZIŅU DETEKTORS»	AS RADIO SWH / Radio SWH	Radio
2022.LV/NMA/30	«Sociālā dzīve/nāve (valsts sociālās aprūpes centrā)»	SIA «TVNET GRUPA» / tvent.lv	Internets
2022.LV/NMA/37	Analītisko rakstu sērija «Mazākumtautību skolēnu integrācija. Kas notiek skolās.»	SIA «V-Media» / E-laikraksts «Izglītība un Kultūra», interneta vietne www.skolasvards.lv	Intrnets
2022.LV/NMA/40	Latvijas ekonomika sankciju ēnā un inflācijas spilēs	SIA LIETIŠKAS INFORMĀCIJAS DIENESTS / Žurnāls BILANCE	Prese

2022.LV/NMA/43	Diskusiju un problēm rakstu cikls GANDRĪZ PRATINĀŠANA	ŠIA Žurnāls Santa / Žurnāls KLUBS	Prese
2022.LV/NMA/55	Veselības akadēmija	SIA «Izdevniecība «Rīgas Viļņi»» / Jauns.lv	Prese
2022.LV/NMA/56	Patiesība par meliem	SIA «Izdevniecība «Rīgas Viļņi»» / Jauns.lv	Internets
2022.LV/NMA/64	Pirmā reize	SIA «EHR Mediju grupa» / Eiropas Hītu radio - A/S «Eiropas hitu radio»	Radio

2. pielikums

Mediju atbalsta fonda programmu 2022. gadā īstenoto projektu kvalitātes izvērtējuma izvērtēšanas veidlapa

Veidlapu aizpildīja:		Datums: 09/08/2023
Projekta Nr. 2023.LV/NMA/		
Projekta īstenotājs		
Projekta nosaukums		

1. Informācija par projektu

Projektu konkursa programma			
Medija tips			
Projekts paredz veidot saturu kādā no šiem žanriem (nacionālajiem)			
Projekta kategorija (reģionālajiem)			
Tematiskā kategorija (tematiskajiem)			

2. Projekta kvalitatīvais izvērtējums atbilstoši vērtēšanas kritērijiem

Nr.	Kritērijs	Vērtētāja vērtējums (tbilst, daļēji atbilst, neatbilst, NA)	Vērtētāja komentārs (3-5 teikumi)	Ieteikumi
2.1.	Atbilstība Programmas mērķim <i>Atbalstīt medijus sabiedriski nozīmīga satura veidošanā un stiprināt nacionālo kultūrtelpu latviešu valodā, atbalstot nekomerciālas, sabiedriski nozīmīgas žurnālistikas radišanu medijos, kuras uzdevumi ir stiprināt valsts vērtības, valstisko apziņu, latvisko kultūrtelpu, kritisko domāšanu, veicināt mediju atbildīgumu un kvalitāti, kā arī sabiedrības saliedētību uz latviešu valodas pamata.</i>			

2.2.	Atbilstība iesniegtā projekta mērķim, uzdevumiem <i>T.sk. izvēlētajai jomai nacionālo un reģionālo mediju programmā (pētnieciskā un analītiskā žurnālistika, melu dekonstrukcija, medijpratība, sabiedrības saliedētība, mediju kritika, finanšu un ekonomikas saturs, zinātnes saturs, saturs par ārpolitiku) vai tematikai tematiskajā programmā (diasporas, personas ar invaliditāti, mediju kritika, ziņu saturs, bezmaksas TV apraide, vēlēšanu diskusijas)</i>			
2.3.	Atbilstība projekta budžetam <i>Ieceres, izpildījuma, rezultāta un finansējuma analīze</i>			
2.4.	Atbilstība demokrātiskajām vērtībām, cilvēktiesībām un vispārpieņemtajām humānajām vērtībām			
2.5.	Atbilstība žurnālistikas vērtībām <i>Vārda brīvība, redakcionālā autonomija, kalpošana sabiedrības interesēm, neatkarība u.c.</i>			
2.6.	Atbilstība profesionālas žurnālistikas prasībām un profesionālajai ētikai <i>Universālas prasības visiem žanriem, formātiem</i>			
2.6.1.	Informācijas precizitāte, atbilstība un pilnīgums, maldinošas, tendenciozas informācijas izslēgšana			
2.6.2.	Analītiska, kritiska pieeja darbā ar informāciju			
2.6.3.	Skaidri, saprotami, strukturēti izklāstīta informācija			
2.6.4.	Darbs ar avotiem: avotu izvēles atbilstība, daudzveidība			
2.6.5.	Godprātība, atbildīgums			
2.6.6.	Viedokļu daudzveidība, sabalansētība			
2.6.7.	Neitralitāte			

2.6.8.	Cieņa, izvairīšanās no diskriminācijas, stereotipizācijas, aizpriedumiem			
2.6.9.	Bērnu, jauniešu un citu neaizsargāto grupu pārstāvju interešu un tiesību aizsardzība			
2.7.	Atbilstība žanra/formāta konvencijām <i>Atbilstība specifiskām prasībām katram žanram/formātam (ziņas, intervija/portrets, analīze/ pētniecība, komentārs, diskusija, u.c.</i>			
2.8.	Žurnālista profesionālās kompetences/iepriekšējās sagatavotības, profesionālās meistarības, aplūkotā jautājuma dziļuma atbilstība			
2.9.	Saturā iekļautās oriģinālās informācijas vērtējums <i>Oriģināls temats, rāmējums, mediju saturā maz aplūkota tematika, u.t.t.</i>			
2.10.	Radoša, oriģināla, eksperimentāla, inovatīva pieeja			
2.11.	Projekta mērķauditorijas definēšanas kvalitāte <i>Sasniegtās auditorijas atbilstība projekta mērķauditorijai, satura atbilstība definētajai projekta mērķauditorijai</i>			
2.12.	Auditorijas iesaiste un tās kvalitātes atbilstība			
2.13.	Satura pieejamība/piemērotība dažādām digitālajām platformām <i>Tostarp sociālajiem medijiem, un digitālajā vidē piedāvātā satura kvalitāte</i>			
2.14.	Vizuālā un audio satura kvalitātes atbilstība			
2.15.	Aizraujoši, piesaistoši pasniegta informācija			