The background features a light blue grid with a white horizontal band across the top. A multi-colored line graph is overlaid on the grid, showing several peaks and troughs. The colors of the lines include shades of red, purple, blue, green, and yellow. The text is placed within the white bands.

Ziņojums

**„Ziņas sabiedriskajā televīzijā:
paaudžu un etnisko (lingvistisko) grupu ziņu mediju izvēles Latvijā”**

Jānis Juzefovičs

Vidzemes Augstskola
Valmiera, 2012

Ziņojums

Ziņas sabiedriskajā televīzijā: paaudžu un etnisko (lingvistisko) grupu ziņu mediju izvēles Latvijā”

Jānis Juzefovičs

Vidzemes Augstskola
Valmiera, 2012

Autors: **Jānis Juzefovičs**, Vidzemes Augstskolas lektors

Korektore: **Antra Legzdiņa**

Šis ziņojums ir sagatavots ar Sorosa fonda – Latvija un Valmieras pilsētas pašvaldības finansiālu atbalstu.

Par pētījuma saturu atbild tā autors, un tas nevar tikt uzskatīts par Sorosa fonda – Latvija un Valmieras pilsētas pašvaldības viedokli.

SOROSA
FONDS
LATVIJA



Dizains un makets: **Masterprint, Artūrs Jurjāns**

© **Jānis Juzefovičs**

ISBN 978-9984-633-25-1

Satura rādītājs

Pateicības	5
Saīsinājumi	5
Kopsavilkums	5
1. Ievads	6
2. Metodoloģija	9
3. Rezultāti	10
3.1. Ziņu avoti	10
3.2. TV ziņu raidījumu auditoriju statistika	24
3.3. TV ziņu raidījumu lietošanas paradumi	27
3.3.1. TV ziņas, ikdienas dzīve un sabiedrības noskaņojums	27
3.3.2. TV ziņas, <i>Panorāma</i> un jauni cilvēki	30
3.3.3. TV ziņas, <i>Panorāma</i> un vecākās paaudzes	31
3.3.4. Uzticēšanās politiskajai elitei, interese par politiku un <i>Panorāma</i>	34
3.3.5. <i>Panorāma</i> un <i>UgunsGrēks</i> : Ziņas, izklaide un TV programmēšanas stratēģijas	38
3.3.6. TV ziņas, <i>Panorāma</i> un etnisko mazākumgrupu paaudzes	41
3.3.7. TV ziņu valodas izvēles un interese par dzīvi Latvijā etnisko mazākumgrupu vidū	44
3.4. Uzticēšanās TV ziņu raidījumiem	52
4. Secinājumi	54
5. Rekomendācijas	57
Literatūra	58

Pateicības

Pētījuma autors vispirms vēlas pateikties visiem pētījuma dalībniekiem – gan tiem, kas piedalījās kvantitatīvajā aptaujā, gan tiem, kas apmeklēja fokusgrupas diskusijas. Tāpat paldies visiem atsaucīgajiem cilvēkiem, kuri sniedza palīdzību diskusiju organizēšanā. Pateicība pienākas arī šī pētījuma finansētājiem – Sorosa fondam – Latvija un personīgi Mediju programmas direktorei Guntai Slogai, kā arī Valmieras pilsētas pašvaldībai, bez kuru finansiālā atbalsta pētījumu nebūtu bijis iespējams realizēt. Tāpat autors izsaka pateicību Rīgas Stradiņa universitātes profesoram Sergejam Krukam, Vidzemes Augstskolas docentei Vinetai Silkānei, Latvijas Universitātes komunikācijas zinātnes doktora grāda pretendentam Jānim Buholcam un žurnālistei, *Open Society Media Program* redaktorei Ritai Rudušai, kuru noderīgā kritika un padomi palīdzēja padarīt spēcīgāku rezultātu analīzi un stiprināt pētījumā izdarītos spriedumus. Paldies arī pētījumu kompānijai *TNS Latvia* atsaucīgajiem darbiniekiem, un personīgi – Kristīnei Daugulei, Elīnai Krūzei, Laurai Vendelei un Mārtiņam Traubergam par viņu interesi un ieguldījumu. Pateicība par pētījumu datiem arī kompānijai *SKDS* direktoram Arnim Kaktiņam. Autors saka paldies arī kolēģiem Vidzemes Augstskolā par sniegto administratīvo atbalstu pētījuma īstenošanas laikā, un personīgi – Agnesei Karasevai, Ievai Dmitričenko, Zanei Irbei un Zanei Kalniņai.

Saisinājumi

LTV – Latvijas Televīzija

LR – Latvijas Radio

LNT – Latvijas Neatkarīgā televīzija

PBK – Pirmais Baltijas kanāls

n/d – nav datu

Kopsavilkums

Izmantojot regulāro televīzijas auditoriju mērījumu datus, Latvijas iedzīvotāju aptauju un fokusgrupas diskusijas, šī pētījuma mērķis ir noskaidrot ziņu mediju lietošanas paradumus Latvijas iedzīvotāju vidū, īpašu uzmanību pievēršot ziņu mediju preferencēm dažādās mediju lietotāju paaudzēs un etniskajās (lingvistiskajās) grupās.¹ Pētījuma fokuss ir televīzijas ziņu raidījumu lietošana ar īpašu interesi par sabiedriskās televīzijas ziņu konkurētspēju cīņā par auditoriju uzmanību.

Pētījumu rosināja pēdējo gadu plaša un strauja auditoriju novēršanās no daudzu gadus populārākā TV ziņu raidījuma Latvijā – LTV tradīcijām bagātās ziņu pārraides *Panorāma*. Šodien *Panorāmai* uzticīgas galvenokārt ir tikai gados vecākās latviešu paaudzes, kas ir arī LTV 1. programmas pamata auditorijas. Pārējās latviešu paaudzes dod priekšroku ziņām komerckanālos, kur līderis ir TV3 – lielākās vakara TV ziņu auditorijas pulcējas ap šo kanālu. Ziņas sabiedriskajā televīzijā skatās mazāk, un tām arī uzticas mazāk. Etnisko mazākumgrupu auditorijās galvenais ziņnesis televīzijā ir PBK, tas šajās auditorijās tiek uzskatīts arī par objektivāko un politiski neitrālāko ziņnesi.

Šodienas piesātinātais ziņu mediju piedāvājums – plaša ziņu avotu izvēle dažādās mediju platformās – ir mainījis arī auditoriju uzvedību, tostarp tas ir atstājis nospiedumus uz sabiedriskās TV ziņu lietošanas paradumiem. Auditoriju acīs sabiedriskās televīzijas ziņu tonis ir konservatīvs un oficiāls, tas konfliktē ar auditorijās valošajiem noskaņojumiem un gaidām – tā ir vēlme aizbēgt no ikdienas grūtībām izklaidējošā TV piedāvājumā, zema interese par valsts politisko dzīvi un neuzticēšanās politiskajai elitei. Auditorijās dominē uzskats, ka LTV ir valsts televīzija, kura nodrošina komunikāciju starp varas pārstāvjiem un iedzīvotājiem, un novēršanās no LTV vienlaikus ir protests pret politiskās elites dienaskārtības dominēšanu ziņu saturā.

Lai arī etnisko mazākumgrupu auditorijas galvenokārt pulcējas ap krievu valodas TV kanāliem, tostarp tādiem, kas piegādā ziņu plūsmu no Krievijas, tas nav pierādījums nelatviešu intereses trūkumam par Latvijas dzīvi. Citu tautību auditorijas tāpat kā latviešus interesē nacionālās ziņas, tomēr citu tautību respondenti aptaujā sliktāk novērtēja savu informētību par šiem tematiem. Īpaši gados jaunie nelatvieši uzsver, ka jūtas piederīgi Latvijai un viņus ļoti maz interesē notikumi Krievijā, viņi ir arī kritiski par dzīvi Krievijā un tās reprezentācijām ziņās Krievijas TV kanālos. Lielāka interese par ziņām no Krievijas ir mazākumtautību vecākajās paaudzēs, šajās auditorijās arī vismazāk skatās ziņas latviešu valodā.

Par spīti pieaugošai *online* ziņu popularitātei pēdējos gados (strauji krītošās dienas preses auditorijas pārceļas uz interneta ziņu platformām) Latvijas iedzīvotāju nozīmīgākais ziņu avots joprojām ir televīzija. Atšķirībā no interneta televīzija ir ziņu avots, ko izmanto visas paaudzes, arī jauni cilvēki, kuri tomēr, pretēji vecākajām paaudzēm, to dara neregulāri, epizodiski. Lai arī jauniešu ziņu mediju lietošanas paradumiem nav raksturīga vakara TV ziņu skatīšanās tradīcija, tomēr jauni cilvēki veido savus ziņu rituālus –

¹ Ņemot vērā, ka Latvijā pastāv divas lielas lingvistiskās mediju lietotāju kopienas – latviešu un krievu valodas auditorijas, kuras lielā mērā formē to pārstāvju etniskā piederība, šajā pētījumā auditorijas vienlaikus tiek identificētas gan pēc to piederības etniskajai grupai, gan lingvistiskajai kopienai, uzskatot, ka latviešu valodas auditorijās lielākoties pulcējas latvieši, bet krievu valodas auditorijas lielākoties apvieno citu tautību mediju lietotājus. Tas gan neizslēdz dažādu etnisko un lingvistisko mediju lietotāju grupu mijiedarbību, un tam pierādījums ir arī šī pētījuma rezultāti. Tāpat būtiski norādīt, ka, atzīstot šodienas mediju auditoriju identitāšu daudzveidību un masu auditorijas ēras norietu, šajā pētījumā jēdziens „auditorija” viscaur lietots daudzskaitļa formā.

daudziem tāda ir interneta ziņu virsrakstu caurskatīšana, sākot dienu. Pētījumā arī konstatēts, ka jaunu cilvēku paļaušanās uz internetu kā galveno ziņu avotu nav radījusi intereses trūkumu par politiku šajās vecuma grupās – interese un informētība par politikas ziņām šajās auditorijās nav nedz nozīmīgi lielāka, nedz mazāka kā citās paaudzēs, izņemot vecākās mediju lietotāju paaudzes.

1. Ievads

Šī pētījuma ideju iniciēja LTV ziņu raidījuma *Panorāma* liktenis – daudzus gadus desmitus baudījis populārākā (un ilgi arī vienīgā) vakara TV ziņu raidījuma statusu Latvijā, pēdējos gados tas piedzīvojis sāpīgu auditoriju aizplūšanu, kas izgaismo ne tikai plašākas pārmaiņas auditoriju ziņu mediju lietošanas paradumos, bet arī nopietnu krīzi sabiedriskās televīzijas un sabiedrības attiecībās Latvijā. Sabiedriskās televīzijas raidījumu popularitāte, protams, nevar būt vienīgā mēraukla, izdarot spriedumus par to vērtību, tomēr bez sabiedrības atbalsta un pieprasījuma veselīga sabiedrisko mediju sistēma nav iespējama.

Panorāmas stāsts aizsākas 1958. gadā, kad četrus gadus pēc Rīgas TV studijas dibināšanas ēterā parādījās pirmie ziņu raidījumi, bet dažus gadus vēlāk vakara ziņu pārraide ieguva nosaukumu *Panorāma* (Rudzišs, 2004). Padomju gados *Panorāma*, kas toreiz vēstīja par sociālistiskās sacensības uzvarētājiem, sekmīgu piegādes plāna izpildi un darba ražīguma kāpināšanu, bija monopoliste televīzijas ziņu ražošanā Latvijā. Divdesmitā gadsimta astoņdesmito gadu beigās līdz ar Padomju Latvijas karoga krāsām *Panorāmas* identifikācijas signālā un uzrunu „Labvakar, biedri!” no *Panorāmas* pazuda arī padomju TV sejas – diktori, un viņu vietā ziņas sāka lasīt paši žurnālisti – nevis vienkārši ziņotāji, bet dedzīgi dalībnieki cīņā par Latvijas neatkarības atgūšanu. Atmosfēras gados *Panorāma* pacēlās vēl nebijušā popularitātes vilnī un, kā atzīmē mediju eksperti, LTV, tāpat kā LR, šajā laikā baudīja milzīgu auditoriju uzticēšanos un mīlestību (Brikše *et al.*, 2002).

Panorāma spēja noturēt auditoriju uzmanību arī 90. gados, kad līdz ar Padomju Savienības sabrukumu 1991. gadā brīvā tirgus spēles noteikumi mainīja arī mediju vidi Latvijā un uz skatuves parādījās pirmās privātās TV studijas. 1994. gada oktobrī pētījumu kompānijas *Baltic Media Facts* veiktā aptauja rāda, ka šajā laikā *Panorāmu* ik vakaru vidēji noskatījās 666 tūkstoši skatītāju un ka nedaudz populārāka bija tikai kārtējā Meksikas telenoveles *Savvaļas roze* sērija (vidējais skatītāju skaits – 678 tūkstoši).² Tas ir laiks, kad daudziem *Panorāmas* skatīšanās ir nozīmīgs ikvakara rituāls, kas pulcē visu ģimeni pie televīzijas ekrāniem. Tiesa, jau 90. gadu sākumā veiktie kvantitatīvie auditoriju mērījumi rāda, ka *Panorāmas* skatītāju vidū ir maz nelatviešu, kuri tobrīd vairāk pulcējās nevis ap LTV, bet gan ap Ostankinas TV, kas ir padomju Centrālās Televīzijas mantiniece – šodienas Krievijas *Pirmais kanāls*, kura Baltijas versiju rāda PBK.³

Divdesmit pirmais gadsimts ar auditoriju pārceļošanu uz interneta platformām un daudzkanālu televīzijas māsaimniecībām galvenajam LTV ziņu raidījumam ir nesis lielus pārbaudījumus. Auditoriju statistika rāda masveida un strauju skatītāju aiziešanu no *Panorāmas* pēdējo gadu laikā: 2000. gadā ik vakaru *Panorāmu* skatījās vidēji 360,1 tūkstotis skatītāju, 2005. gadā – 324,2 tūkstoti, bet 2011. gadā – vairs tikai 113 tūkstoti.

Tomēr, lai saprastu auditoriju novēršanos no *Panorāmas* un sabiedriskās televīzijas konkurētspēju ziņu ražošanā, ir jāanalizē kopējā ziņu mediju vide Latvijā, īpašu uzmanību pievēršot ziņu lietošanas paradumu izpētei, un tāds ir šī pētījuma mērķis – noskaidrot ziņu mediju preferences Latvijas iedzīvotāju vidū. Lai to sasniegtu, ir izvirzīti šādi pētījuma jautājumi:

- pirmkārt, kādus ziņu avotus dažādās mediju platformās ikdienā izmanto Latvijas iedzīvotāji;
- otrkārt, kāda ir Latvijas iedzīvotāju interese un informētība par dažādiem ziņu tematiem;
- treškārt, kādi ir televīzijas ziņu raidījumu skatīšanās paradumi Latvijas iedzīvotāju vidū un izmaiņas šajos paradumos pēdējo gadu laikā;
- ceturtkārt, kāda loma Latvijas iedzīvotāju ikdienas ziņu lietošanā ir sabiedriskajai televīzijai un tās galvenajam ziņu raidījumam *Panorāma*.

Lai arī šis pētījums interesējas par ziņu auditorijām dažādās mediju platformās, tā fokuss tomēr ir televīzijas ziņu raidījumi, un jo īpaši – ziņas sabiedriskajā televīzijā.

Sabiedriskie mediji Latvijā, tāpat kā citās postkomunistiskajās zemēs Centrālajā un Austrumeiropā, nav problēmu risinājums, bet paši ir kļuvuši par problēmu. Politizācija un komercializācija ir atslēgvārdi, kas raksturo pāreju no valsts uz sabiedrisko apraidi šajā reģionā (Sparks, Reading, 1998; Gross, 2002; Mungiu-Pippidi, 2003; Jakubowicz, 2004; Jakubowicz, 2008).

² Tas ir laiks, kad televīzijas telpu Latvijā pamatā dala tikai divi lieli spēlētāji – LTV un Ostankinas TV. 1994. gada oktobrī LTV1 vidējā skatīšanās laika daļa (*share*) ir 20 procenti, LTV2 (tagadējā LTV7) – 5 procenti, Ostankinas TV – 36 procenti. Līdz 1996. gadam Ostankinas TV (vēlākais tās nosaukums – ORT, tagad Krievijas *Pirmais kanāls*, kura Baltijas versiju rāda PBK) Latvijā darbojās kā ētera televīzija un tika izplatīta līdzās abām LTV programmām.

³ 1994. gada oktobrī veiktā *Baltic Media Facts* aptauja rāda, ka šajā laikā LTV 1. programmas skatītāju vidū 88 procenti bija latvieši, 12 procenti – nelatvieši. Salīdzinājumam, Ostankinas TV auditoriju etniskā struktūra Latvijā šajā pašā laika periodā izskatījās šādi: 28 procenti – latvieši, 72 procenti – citu tautību iedzīvotāji.

Šī pāreja, tostarp arī Latvijā, ir bijusi ļoti problemātiska, un nebūs nepareizi teikt, ka daudzās postkomunistiskajās sabiedrībās, arī Latvijā, pēdējās divās desmitgadēs pēc Berlīnes mūra krišanas tā arī nav izdevies iedzīvināt sabiedrisko mediju, vismaz tādā izpratnē, kā tie darbojas Rietumeiropas normatīvajā sabiedrisko mediju modelī.

De jure Latvijā pastāv sabiedrisko mediju organizācijas, tādēļ arī šajā pētījumā LTV ir identificēta kā sabiedriskā televīzija, tomēr ir svarīgi uzsvērt, ka tās, tāpat kā LR, faktiskais darbības modelis neatbilst sabiedrisko mediju garam – LTV un LR uzrauga politizēts mediju regulators, LTV un LR saņem valsts, nevis tiešu sabiedrības finansējumu, bet nepieciešamība papildu ienākumus iegūt, piedaloties reklāmas tirgū, rada riskus sabiedriskās televīzijas un radio satura komercializācijai.

LTV pēdējos divdesmit gadus ir darbojusies krīzes apstākļos – tas ir gan netiešs politiskais spiediens, nepietiekams finansējums un biežas menedžmenta maiņas, gan arī žurnālistiskā satura izcilības trūkums un auditoriju aizplūšana uz komerctelevizijām. Šodien lielākās auditorijas pulcē komerciālie TV kanāli, un daudzās ģimenēs sabiedriskajai televīzijai ir niecīga loma ikdienas televīzijas lietošanā. LTV, īpaši sabiedriskās televīzijas 1. programmas, auditorijas novoco, turklāt starp sabiedriskās televīzijas regulārajiem skatītājiem ir ļoti maz nelatviešu (Baltic Institute of Social Sciences, 2011).

Šis pētījums notiek laikā, kad mediju politikas veidotāji Latvijā rosina reformēt sabiedrisko mediju sistēmu, paredzot veidot jaunu sabiedrisko mediju Latvijā, apvienojot LTV un LR vienā institūcijā (Saeimas Cilvēktiesību un sabiedrisko lietu komisijas darba grupa, 2010; Nacionālā Elektronisko plašsaziņas līdzekļu padome, 2012a; 2012b). Tomēr šis pārmaiņas ir tikai sākuma stadijā, tādēļ pašlaik ir grūti sniegt vērtējumu, vai piedāvātās reformas ļaus Latvijā izveidot spēcīgas sabiedrisko mediju tradīcijas.

Ne tikai sabiedriskā televīzija Latvijā kopē komerciālos TV kanālus, bet arī komerctelevizijas pārņem sabiedriskās televīzijas stratēģijas – tām ir labi panākumi ziņu, analīzes un pētniecības žanros (piemēram, TV3 *Nekā personīga* vai priekšvēlēšanu debates LNT kanālā), kas parasti tiek uzskatīti vispirms un galvenokārt par sabiedrisko mediju darbības lauku. Tomēr komercmediji nevar kļūt par nopietnu kompensāciju sabiedriskās televīzijas neveiksmēm, un ne tikai tāpēc, ka tos vada cita darbības loģika – orientācija uz tirgus likumiem, auditoriju un peļņas maksimizēšana, bet arī tādēļ, ka tik mazā, konkurences piesātinātā un pēdējos gados arī ekonomiski novājinātā mediju industrijā, kāda tā ir Latvijā, ziņu mediju organizācijas – gan komerciālās, gan sabiedriskās – sastopas ar grūtībām realizēt ieguldījumu, kādu no tām sagaida demokrātiskā sabiedrībā, tostarp palīdzēt pilsoņiem kļūt informētiem, saprast apkārt notiekošo, nodrošināt platformu dažādu viedokļu apmaiņai, uzraudzīt pie varas esošos (Schudson, 2010). Kā uzsver mediju teorētiķi, tieši mediju apkārtējās vides novērošanas funkcija lielā mērā kalpo par to *raison d'être* (Shoemaker, Cohen, 2006).

Vērtējot ziņu mediju organizāciju, tostarp sabiedriskās televīzijas, sniegumu Latvijā, jāņem vērā šādi mūsu mediju vides raksturojumi:

- Ziņu mediju kapacitāti nodrošināt kvalitatīvu žurnālistiku pēdējos gados pasliktinājuši ekonomisko satricinājumu nospiedumi mediju industrijā – reklāmas ienākumu straujš kritums (un arī valsts subsīdiu samazināšana LTV gadījumā) ziņu mediju redakcijām ir licis samazināt izdevumus, tostarp uz satura kvalitātes rēķina, un, kā secināts pētījumā par finanšu krīzes pēdām Latvijas mediju vidē, kritiens žurnālistikas kvalitātēs radījis arī auditoriju vilšanos, skepsi medijos (Ruduša, 2009).
- Televīzijas tirgu negatīvi ietekmējusi pāreja no analogās uz digitālo apraidi 2010. gadā, kas sakrita ar ekonomisko krīzi. Reklāmas ieņēmumu samazināšanās jau bija iedragājusi nacionālo televīzijas kanālu biznesu, kad tas saņēma jaunu triecienu – augstus virszemes digitālās TV apraides tarifu līdz ar pieaugošu konkurenci cīņā par auditoriju uzmanību – pāreja uz digitālo apraidi paplašināja skatītāju izvēles iespējas, un tas nozīmē arī tālāku auditoriju fragmentāciju (Juzefovics, 2011). Turklāt cīņu par auditorijām saasina konkurence ne tikai no Rietumiem, bet arī Austrumiem – Latvijā ir liela Krievijas televīzijas sektora klātbūtne.
- Ekonomiskās lejupslīdes un digitalizācijas radītais TV nozares vājums ir sekmējis mediju īpašniecības koncentrāciju (LNT, TV5 Rīga un Kanāla 2 nonākšana MTG koncerna kontrolē 2012. gadā, kam jau pirms tam šeit piederēja vairāki TV kanāli, tostarp populārais TV3), kas savukārt var radīt riskus mediju plurālismam.
- No pēdējo gadu Latvijas mediju vides satricinājumiem preses industrija, īpaši rīta laikraksti, šķiet, ir cietuši visvairāk – vispirms auditoriju aizplūšana uz interneta platformām, tad līdz ar ekonomikas lejupslīdi arī reklāmas ienākumu kritums, un visbeidzot īpašniecības maiņa vairākās redakcijās. Kā tas bija redzams laikraksta *Diena* pārdošanas gadījumā 2009. gadā, īpašniecības maiņa kopā ar medija nelabvēlīgo ekonomisko situāciju atstāja negatīvu ietekmi uz laikraksta satura kvalitātēm (Salovaara, Juzefovics, 2012).

- Zemās laikrakstu tirāžas līdzās drukātās preses politiskajai instrumentalizācijai, preses iekšējā plurālisma deficītam un mediju īpašniecības caurspīdīguma trūkumam ir iepriekšējos pētījumos identificētas Latvijas mediju vides pazīmes (Juzefovics, 2011; Balčytienė, 2012; Örnebring, 2012).
- Kā secina mediju pētnieki, laikraksti Latvijā šodien ir zaudējuši to nozīmi valsts politiskās dienaskārtības veidošanā (Brikše, Zelče, 2008). Kvantitatīvie auditoriju rādītāji liecina, ka, atšķirībā no dienas preses, noturīga ir auditoriju interese par vietējo presi. Lielā mērā to var skaidrot ar lokālo preses izdevumu redakciju ciešo saikni ar vietējo kopienu ikdienas dzīvi (Zelče, 2006).
- Populārie interneta mediji nav varējuši kompensēt rīta laikrakstu norietu, jo tā vietā, lai ražotu oriģinālu žurnālistiku, tie lielākoties nodarbojas ar informācijas otrreizēju pārstrādi. *Online* mediju izplešanās nav padarījis žurnālistikas saturu daudzveidīgāku un kvalitatīvāku *per se* – identiski ziņu teksti cirkulē no viena interneta ziņu portāla uz otru (Juzefovics, 2011).
- Žurnālistikas vājumu sev par labu izmanto sabiedrisko attiecību industrija un politiskā elite. Kā secināts TV ziņu satura pētījumos, šīs ziņas ir nekritiskas – dominē reportēšanas stils, oficiālo personu citātu atreferējums, bet maz analīzes, kontekstualizācijas, kā arī tām trūkst proaktivitātes – TV ziņās ir maz savu oriģinālo tematu, bet tā vietā ir daudz sabiedrisko attiecību tekstu un politiskās elites diktētās dienaskārtības (Kruks, 2001; Kruks, u.c., 2007; Kruks, Juzefovičs, 2007).⁴
- Mediju vidi Latvijā raksturo arī skaitliski nelielas auditorijas, kuras vēl vairāk sadrumstalo divu mediju apakšsistēmu – latviešu valodas un krievu valodas mediju – līdzāspastāvēšana (Šulmane, 2010), un, kā konstatēts vairākos mediju satura pētījumos (piemēram, skat. Šulmane, Kruks, 2001; Kruks, Šulmane, 2002; Zepa, 2006; Šulmane, Kruks, 2006; Muižnieks, Zelče, 2011), atsevišķi temati, piemēram, valodas un vēstures jautājumi, izraisa atšķirīgas realitātes reprezentācijas krievu valodas un latviešu valodas medijos.
- Bez tam, tāpat kā citās sabiedrībās, arī Latvijā iezīmējas atšķirības mediju tipa, platformas un satura izvēlē starp jaunākajām un vecākajām mediju lietotāju paaudzēm. Jauniem cilvēkiem mediju lietošanā dominē internets, pēdējos gados ir kāpjoša interese par interneta sociālajiem medijiem un niecīga, lejupslidoša interese par laikrakstiem, bet radio un televīzija tiek izmantota galvenokārt izklaidei, fonam, „laika nosīšanai” (Rožukalne, 2012).
- Lai arī digitālā plaisa starp paaudzēm pēdējos gados samazinās un arvien lielāku interesi par interneta pasauli izrāda arī vecākās paaudzes, tomēr joprojām ir liels skaits iedzīvotāju, kam internets nav pieejams. Saskaņā ar Centrālās Statistikas pārvaldes datiem, 2011. gadā internetu regulāri – vismaz reizi nedēļā – bija lietojuši 66,2 procenti Latvijas iedzīvotāju.

Latvijas mediju vides pētījumos līdz šim maz uzmanības veltīts ziņu auditoriju izpētei, izņemot akadēmisko institūciju un mediju organizāciju veiktās kvantitatīvās auditoriju aptaujas, tostarp regulāros pētījumu kompānijas *TNS Latvia* auditoriju mērījumus. Tā vietā mediju pētnieki fokusējušies uz ziņu satura izpēti (Kruks, 2001; Berķe, Silkāne, 2005; Kruks, u.c., 2007; Kruks, Juzefovičs, 2007). Šis pētījums pārliet akcentus no satura analīzes uz auditoriju studijām, kombinējot kvantitatīvo un kvalitatīvo auditoriju izpēti – iedzīvotāju aptauju un TV auditoriju mērījumus papildina televīzijas skatītāju fokusgrupas diskusijas.

Pētījuma rezultātu ziņojums sākas ar nodaļu, kurā aplūkoti Latvijas iedzīvotāju nozīmīgākie vietējo, nacionālo un pasaules ziņu avoti dažādās mediju platformās un ziņu lietošanas paradumi šajos mediju kanālos, īpašu uzmanību pievēršot ziņu lietošanai televīzijā, internetā un drukātajos medijos. Otrajā nodaļā sniegts televīzijas ziņu raidījumu auditoriju statistikas pārskats – ziņu raidījumu kopējā raidlaika un ziņu raidījumu auditoriju kvantitatīvo datu dinamika laikā no 2000. gada līdz 2011. gadam. Trešajā nodaļā iekļauts detalizēts televīzijas ziņu raidījumu lietošanas paradumu pārskats, sevišķi pievēršoties TV ziņu skatīšanās tradīcijām dažādās auditoriju paaudzēs un galvenajās mediju auditoriju lingvistiskajās grupās Latvijā – latviešu valodas un krievu valodas auditorijās. Šis nodaļas uzdevums ir skaidrot auditoriju novēršanos no ziņu raidījumiem sabiedriskajā televīzijā, īpaši domājot par raidījumu *Panorāma*. Rezultātu ziņojumu noslēdz ceturrtā nodaļa, kurā aplūkota auditoriju uzticēšanās TV ziņu raidījumiem, kā arī to objektivitātes un politiskās neitralitātes novērtējums auditoriju acīs.

Rezultātu aprakstā ir iekļauti gan nozīmīgākie kvantitatīvie (aptaujas un TV auditoriju mērījumu) dati, gan fragmenti no fokusgrupas diskusijām. Pētījuma noslēgumā sniegtas arī rekomendācijas LTV, kuru mērķis ir sniegt atbalstu sabiedriskajai televīzijai, reaģējot uz mainīgajiem ziņu mediju lietošanas paradumiem Latvijas iedzīvotāju vidū. Aptaujas galveno rezultātu tabulas ir pieejamas darba elektroniskajā pielikumā, kas ir pieejams sabiedriskās politikas portālā Politika.lv.

⁴ Lai arī 2011. gadā LTV radīja jaunu koncepciju ziņu raidījumam *Panorāma*, solot vairāk uzmanības veltīt notikumu un procesu analīzei, tomēr ikdienā ziņu redakcija ar grūtībām spēj izpildīt šo uzstādījumu – žurnālistu korpusam nav tādas kapacitātes, lai piedāvātu šo ziņu „pievienoto vērtību”, tas ir, nodrošinātu regulāru analītisku saturu, un bieži žurnālistu veiktas analīzes vietā tiek piedāvātas ekspertu viedokļu aptaujas, paplašinātas amatpersonu intervijas. Jāmin arī tas, ka 2007. gadā LTV piedzīvoja vairāku spēcīgu ziņu žurnālistu aiziešanu uz konkurējošo TV3 kanālu, un jauns žurnālistu aizplūšanas vilnis bija vērojams 2011. gadā, – tas ir atstājis negatīvu ietekmi uz sabiedriskās televīzijas ziņu satura kvalitātiem.

2. Metodoloģija

Pētījuma metodoloģisko pamatu veido mediju auditoriju kvantitatīvo un kvalitatīvo izpētes metožu kombinācija – regulāro TV auditoriju mērījumu datus papildina šī pētījuma vajadzībām īstenotas divas kvantitatīvas Latvijas iedzīvotāju aptaujas, kā arī 13 fokusgrupas diskusijas ar mediju lietotājiem.

Lai arī aptauja kā metode ļauj iegūt liela apjoma reprezentatīvus datus, tomēr tā neļauj piekļūt nozīmes piešķiršanas procesiem auditorijās, tāpēc kvantitatīvo pieeju papildina fokusgrupas diskusijas, kas pētniekam nodrošina pieeju indivīdu interpretācijām un argumentācijai – tieši grupas dinamika ļauj pietuvoties tām ikdienas situācijām, kurās cilvēki, mijiedarbojoties ar citiem cilvēkiem, veido savus priekšstatus par apkārtējo pasauli (Schroder, *et al.*, 2003; Wilkinson, 2004; Barbour, 2007). Šajā pētījumā fokusgrupas diskusijas gan ļāva izskaidrot kvantitatīvos datus, gan rosināja jaunus tematus papildu aptaujai.

Pirmā Latvijas iedzīvotāju aptauja notika no 2011. gada 27. jūlija līdz 2. augustam, tās uzdevums bija palīdzēt precizēt fokusgrupas diskusiju tematus. Tajā tika iekļauti jautājumi par šādiem tematiem: galvenais un nozīmīgākais ziņu avots vietējām, nacionālajām un pasaules ziņām, TV ziņu raidījumu skatīšanās paradumi un šo raidījumu novērtējums auditorijās. Fokusgrupas diskusijas sniedza idejas jauniem tematiem, kuri tika iekļauti otrajā aptaujā – tā notika no 2012. gada 27. jūnija līdz 3. jūlijam, respondentiem tika uzdoti jautājumi par šādiem tematiem: ziņu lietošanas paradumi dažādos mediju tipos un to lietošanas dinamika pēdējos piecos gados, vakara TV ziņu raidījumu preferences, attieksme pret sabiedrisko televīziju un tās nodrošināto ziņu saturu, interese un informētība par dažādiem ziņu tematiem, TV ziņu raidījumu un interneta ziņu portālu valodas izvēle, ziņu lietošana internetā un mobilajās platformās, u.c.

Abās aptaujās tika izmantotas datorizētās tiešās intervijas iedzīvotāju dzīvesvietās. Pētījuma izlasi veido 500 respondentu vecumā no 15 līdz 74 gadiem, un tā ir reprezentatīva Latvijas iedzīvotāju ģenerālajam kopumam šajā vecuma nogrieznī. Pētījumā tika izmantota stratificēta vairākpakāpju nejaušās izlases metode. Abas aptaujas īstenoja kompānija *TNS Latvia*. Datu tabulācija tika veikta dažādos sociāli demogrāfiskos griezumos, iezīmējot statistiski nozīmīgās atšķirības konkrētam sociāli demogrāfiskajam parametram pret izlasi kopumā.

Daļēji strukturētas fokusgrupas diskusijas notika 2011. gada oktobrī un novembrī, un šajā laikā kopā tika īstenotas desmit diskusijas. Pētījuma rezultātu atskaitē ir iekļauti arī fragmenti no trim pilotdiskusijām, kuru mērķis bija pārbaudīt diskusiju dizainu darbībā. Kopā 13 diskusijās piedalījās 82 dalībnieki vecumā no 18 līdz 87 gadiem, katrā diskusijā – vidēji seši līdz septiņi dalībnieki. Diskusijas dalībnieki tika rekrutēti, izmantojot divas metodes: kvotas (*quota sampling*) un sniega pikas (*snowball sampling*). Izlases veidošanas uzdevums bija panākt tādu diskusijas dalībnieku kopumu, kas atspoguļotu Latvijas iedzīvotāju daudzveidību, tāpēc diskusijās piedalījās cilvēki, kurus raksturo dažādi sociāldemogrāfiskie rādītāji (vecums, dzimums, tautība, sarunvaloda ģimenē, dzīvesvieta – reģions, sociālekonomiskais statuss). Vecums un valoda tika izvēlēti par galvenajiem diskusiju organizācijas kritērijiem, jo iepriekš veiktie TV auditoriju mērījumi rādīja, ka Latvijas iedzīvotāju televīzijas skatīšanās preferences lielā mērā nosaka tieši šīs pazīmes.⁵

Kopā notika piecas diskusijas latviešu valodā un piecas bilingvālas diskusijas, kurās piedalījās krievvalodīgie mediju lietotāji un varēja izvēlēties runāt latviešu vai krievu valodā. Rīgā notika trīs diskusijas latviešu valodā un trīs bilingvālās diskusijas, kurās dalībnieki tika sadalīti šādās vecuma grupās: 18–24 gadi, 25–54 gadi un „55 plus”. Ārpus Rīgas notika četras diskusijas – divas latviešu valodā un divas bilingvālas diskusijas, un šajās diskusijās piedalījās dažāda vecuma mediju lietotāji. Apdzīvotās vietas ārpus Rīgas, kurās notika diskusijas, tika izvēlētas pēc šāda principa: divas tādas, kur iedzīvotāju etniskajā struktūrā dominē latvieši, un divas tādas, kur lielāko vai lielu daļu iedzīvotāju kopuma veido etniskās mazākumgrupas. Tās bija gan lielākas un mazākas pilsētas, gan lauku teritorijas.

Katra diskusija ilga vidēji divarpus stundas, tajā cita pētījuma vajadzībām tika iekļauti arī plašāki jautājumi par televīzijas lietošanas paradumiem un attieksmēm pret dažādiem televīzijas kanāliem, tostarp sabiedrisko televīziju. Runājot par TV ziņu raidījumu skatīšanās tradīcijām, ar atvērto jautājumu palīdzību diskusijas dalībnieki tika lūgti stāstīt par to, kā viņi ikdienā uzzina jaunumus, kādos medijos lieto ziņu saturu, kādus vakara televīzijas ziņu raidījumus skatās, kā tos vērtē, īpašu uzmanību veltot tam, lai izzinātu LTV 1. un 7. programmas ziņu raidījumu lietošanas paradumus un to novērtējumu auditorijās. Pirms noskaidrot diskusijas dalībnieku attieksmes pret ziņu raidījumu *Panorāma*, tika demonstrēts fragments no iepriekšējā vakara raidījuma, apmēram pirmajām 10 minūtēm. Visām fokusgrupas diskusijām tika veikts audio ieraksts, un vēlāk tas tika atšifrēts un kodēts, izmantojot tematisko kodēšanas metodi (Jensen, 2002).

⁵ Pētījuma rezultātu atskaitē fokusgrupas diskusiju dalībnieki ir identificēti pēc šādiem kritērijiem: vecums, dzimums, nodarbošanās, dzīvesvieta–reģions, sarunvaloda ģimenē, kā arī tautība tiem dalībniekiem, kas to bija nosaukuši personas datu anketā (vairāki dalībnieki šo informāciju nebija vēlējušies norādīt). Ņemot vērā, ka lielākā daļa diskusiju dalībnieku ir Latvijas Republikas pilsoņi, dalībnieku aprakstā šī informācija nav iekļauta, un indivīda valstiskās piederības statuss ir norādīts tikai tiem dalībniekiem, kuri ir nepilsoņi vai citas valsts pilsoņi.

Blakus divām kvantitatīvajām aptaujām un fokusgrupas diskusijām šajā pētījumā ir izmantoti arī kompānijas *TNS Latvia* regulāro TV auditoriju mērījumu dati laikā no 2000. gada līdz 2011. gadam. Tāpat, lai iegūtu iespēju salīdzināt auditoriju uzvedību ilgākā laika periodā, ilustratīviem nolūkiem ir izmantota arī kompānijas *Baltic Media Facts* auditoriju statistika no 20. gadsimta 90. gadiem.

Pētījumā tika iekļauti tie televīzijas kanāli – LTV1, LTV7, TV3, LNT, TV5 Rīga un PBK, kuri nodrošina regulārus nacionālo ziņu raidījumus latviešu un krievu valodā. Turklāt vairāki no tiem, kā liecina televīzijas reitingu dati, 2011. gadā bija starp pieciem skatītākajiem TV kanāliem Latvijā. Tātad tie pulcē lielas auditorijas un spēlē nozīmīgu lomu Latvijas iedzīvotāju ikdienas televīzijas lietošanā.

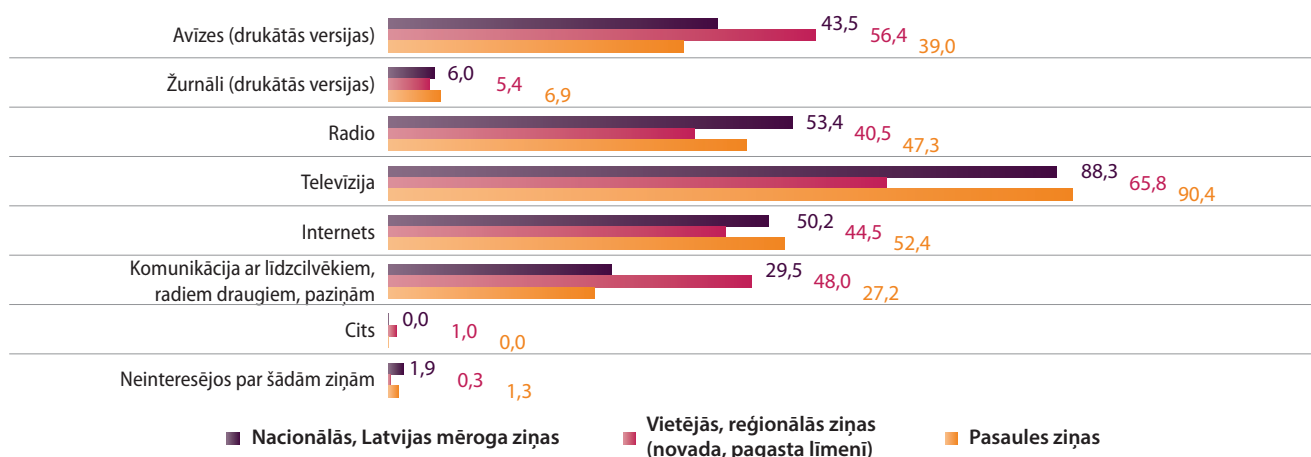
Gan aptauju, gan fokusgrupas diskusiju temati daļēji tika adaptēti no vairākiem pēdējos gados īstenotiem ziņu lietošanas pētījumiem Lielbritānijā (Hargreaves, Thomas, 2002; Ofcom, 2007; Newman, 2012), piemērojot tos šī pētījuma vajadzībām, kā arī papildinot ar jauniem tematiem, ņemot vērā Latvijas mediju vides īpatnības.

3. Rezultāti

3.1. Ziņu avoti

Lai arī pēdējos gados būtiski ir kāpusi interneta pieejamība un lietošana Latvijā, tomēr aptaujas dati rāda, ka Latvijas iedzīvotāju pārliecinoši nozīmīgākais ziņu avots joprojām ir televīzija – tā tas ir arī citās Eiropas zemēs.⁶ Ziņām par notikumiem Latvijā un pasaulē kā nozīmīgus aptaujas dalībnieki minējuši arī internetu un radio.⁷ Avīzes un īpaši komunikācija ar līdzilvēkiem ir mazāk nozīmīgi ziņu avoti Latvijas un pasaules jauniešiem, tomēr tad, kad runa ir par vietējām un reģionālajām ziņām, tieši drukātie laikraksti un komunikācija ar līdzilvēkiem spēlē ļoti svarīgu lomu – tie ir nozīmīgākie ziņu avoti tūlīt aiz televīzijas.

1. attēls. Nozīmīgākais ziņu avots*, %, visi respondenti, 2011



* Respondenti tika lūgti nosaukt trīs ziņu avotus katrā ziņu kategorijā un sarindot tos prioritārā secībā. Galvenais ziņu avots ir tas, kuram respondenti piešķir augstāko prioritāti, bet nozīmīgāko ziņu avotu noteica, summējot trīs nosauktos ziņu avotus.
Dati: *TNS Latvia*

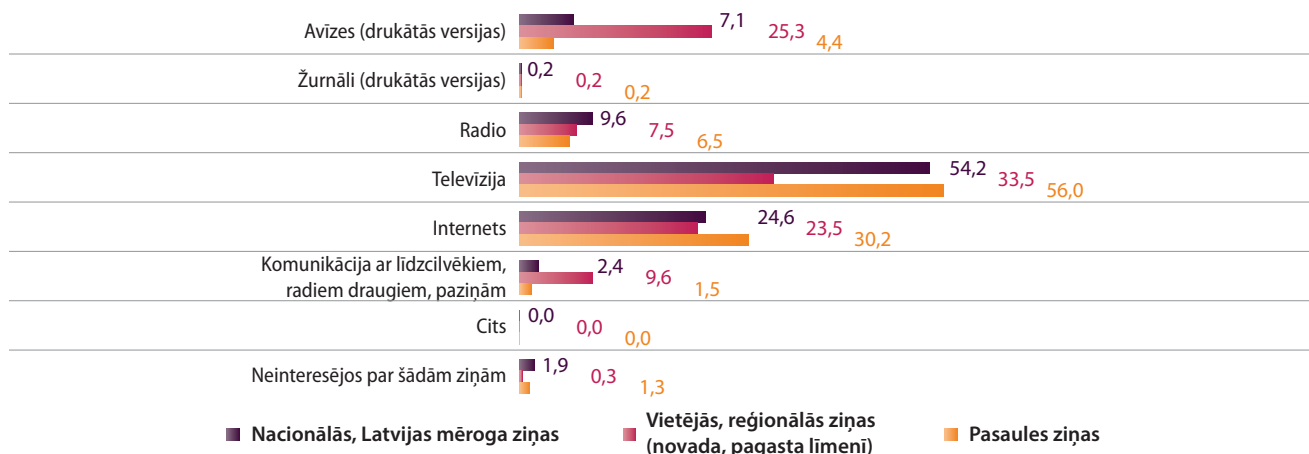
Lūgti nosaukt galveno ziņu avotu par norisēm Latvijā, nedaudz vairāk kā puse aptaujāto minēja tieši televīziju, tad seko internets, savukārt retāk nosaukts radio un drukātie laikraksti, bet žurnāliem ziņu iegūšanā ierādīta ļoti niecīga vieta.⁸ Līdzīgi galvenie ziņu avoti sarindojušies, jautājot par pasaules ziņām, tomēr jautājumā par galvenajiem ziņu avotiem vietējām aktualitātēm televīzijas un interneta pozīcijas ir vājākas, savukārt ievērojami nozīmīgāka loma šeit ir drukātajiem laikrakstiem, tostarp jauniešu auditorijās, kas ierasti tiek uzskatītas par nelojālākajām drukāto laikrakstu auditorijām. Laikrakstu popularitāte, meklējot vietējās ziņas, palīdz izskaidrot reģionālo laikrakstu stabilās pozīcijas tirgū pretēji tai ļoti straujajai lejupslīdei, kas pēdējos gados vērojama dienas laikrakstu lietošanā.

⁶ 2011. gada novembrī veiktā Eurobarometra aptauja rāda, ka Eiropas Savienības valstu iedzīvotāju vidū populārākais nacionālās politikas ziņu avots ir televīzija – to kā ziņu avotu minējuši 85 procenti aptaujāto, tad seko prese – 50 procenti, radio – 39 procenti, internets – 29 procenti, cits ziņu avots – 1 procenti, neinteresējas par šādām ziņām – 5 procenti. Televīzija ir populārākais ziņu avots gan tajās valstīs, kurās joprojām ir spēcīgas preses lasīšanas tradīcijas, kā Skandināvijas zemēs, gan tajās, kur auditorijas lielā skaitā no drukātajiem ziņnešiem ir pārcēlušās uz *online* ziņu avotiem, kā tas ir noticis arī Latvijā.

⁷ Internetu respondenti gan biežāk nekā radio atzinuši par galveno ziņu avotu, kas ļauj secināt, ka radio, lai arī nozīmīgs ziņu avots, cilvēkiem ikdienā, meklējot informāciju par jaunākajiem notikumiem, tomēr spēlē mazāk svarīgu lomu.

⁸ Žurnāli kā nacionālo ziņu avoti ir svarīgāki sieviešu un gados jaunu cilvēku auditorijās, tomēr arī te to loma kopējā ziņu avotu izvēlē ir ļoti maza.

2. attēls. Galvenais ziņu avots*, %, visi respondenti, 2011

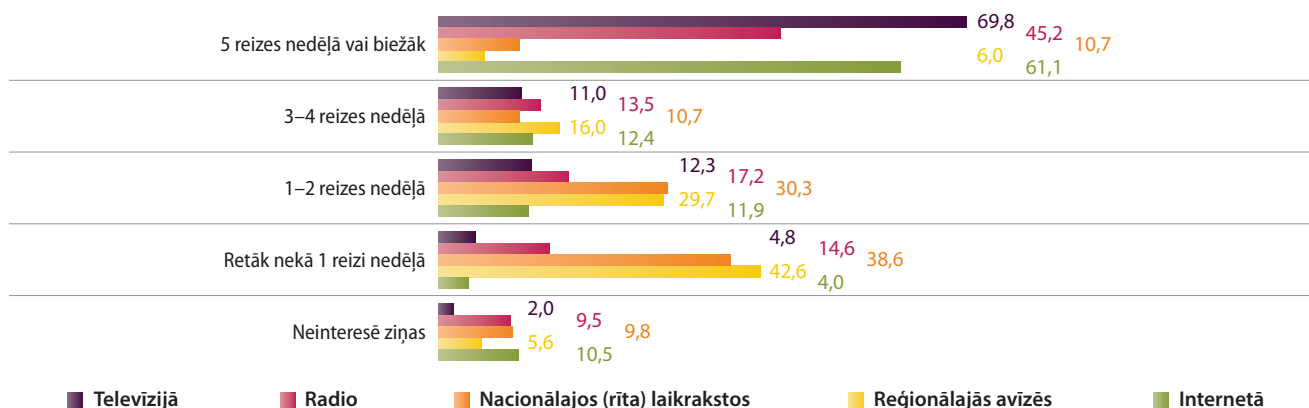


* Respondenti tika lūgti nosaukt trīs ziņu avotus katrā ziņu kategorijā un sarindot tos prioritārā secībā. Galvenais ziņu avots ir tas, kuram respondenti piešķīra augstāko prioritāti, bet nozīmīgāko ziņu avotu noteica, summējot trīs nosauktos ziņu avotus.
Dati: TNS Latvia

Lielākā daļa Latvijas iedzīvotāju ziņas televīzijā, radio un internetā lieto piecas reizes nedēļā un biežāk, bet nacionālajos un reģionālajos laikrakstos – retāk kā vienu reizi nedēļā. Tas ir saistīts ar kopējiem mediju lietošanas paradumiem – televīzija, radio un internets ir ikdienas mediji, bet laikrakstiem lielākā daļa aptaujāto pievēršas tikai dažas reizes nedēļā vai retāk. Teju puse – 46,4 procenti – aptaujāto atzina, ka vispār nelasa nacionālos (rīta) laikrakstus, un 35,8 procenti sacīja, ka vispār nelasa reģionālās avīzes. Turklāt drukātās preses nelasītāju ir daudz visās paaudzēs.⁹

Internetu vispār nelieto 32,5 procenti aptaujas dalībnieku, lielākā daļa no tiem vecākajās paaudzēs.¹⁰ Televīzija ir nešaubīgi populārākais medijs, to ikdienā lieto teju 80 procenti aptaujāto, un izņēmums ir vien jauniešu auditorijas, kuru vidū ir būtiski mazāks skaits ikdienas TV skatītāju.¹¹

3. attēls. "Cik bieži skatāties/klausāties/lasāt ziņas...?", %, visi respondenti, kas attiecīgi skatās TV, klausās radio, lasa nacionālos (rīta) laikrakstus, lasa reģionālās avīzes, lieto internetu, 2012



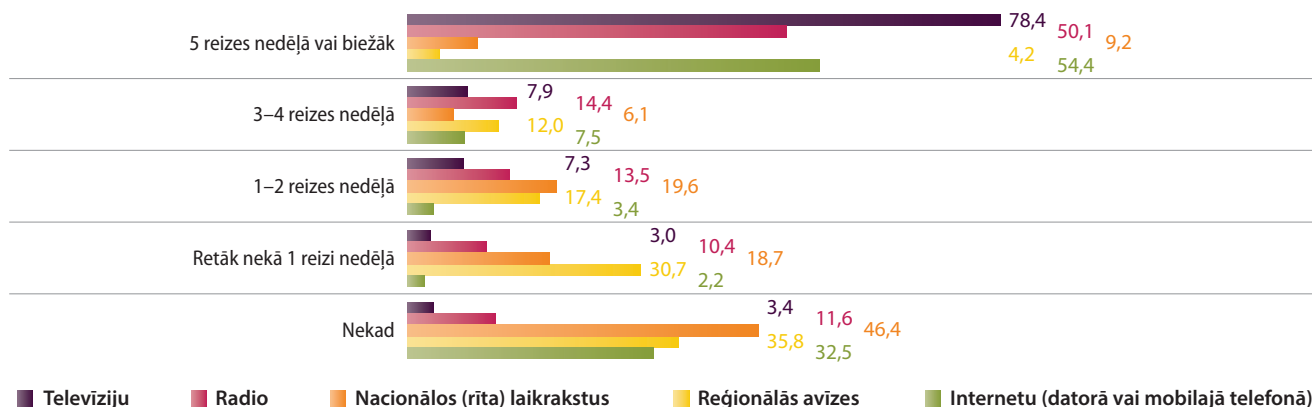
Dati: TNS Latvia

⁹ Vecākajās paaudzēs ir vairāk tādu, kas drukāto presi, īpaši dienas laikrakstus, lasa vairākas reizes nedēļā, savukārt jauni cilvēki, lai arī daļa vēl lasa laikrakstus, to dara ar mazāku regularitāti.

¹⁰ Internetu datorā vai mobilajā telefonā nelieto 78,7 procenti aptaujāto vecuma grupā 65–74 gadi, 64,5 procenti starp 55 līdz 64 gadus vecajiem, mazāk – 43 procenti – 45–54 gadus vecu cilvēku vidū, un pavisam maz ir interneta nelietotāju jaunu cilvēku vidū: 14 procenti (35–44 gadi), 7,4 procenti (25–34 gadi) un 5,9 procenti (15–24 gadi).

¹¹ Starp 15 līdz 24 gadus vecajiem aptaujas dalībniekiem piecas reizes nedēļā vai biežāk TV skatās 55,1 procenti. Salīdzinājumam, 25–34 gadus veco vidū tādu ir 76 procenti, nedaudz vairāk ikdienas TV skatītāju ir 35–44 gadus veco vidū (79 procenti) un starp 45–54 gadus vecajiem (78,6 procenti), bet īpaši daudz tādu, kas skatās TV piecas reizes nedēļā vai biežāk, ir vecākajās paaudzēs: 93,1 procenti (55–64 gadi) un 94 procenti (65–74 gadi).

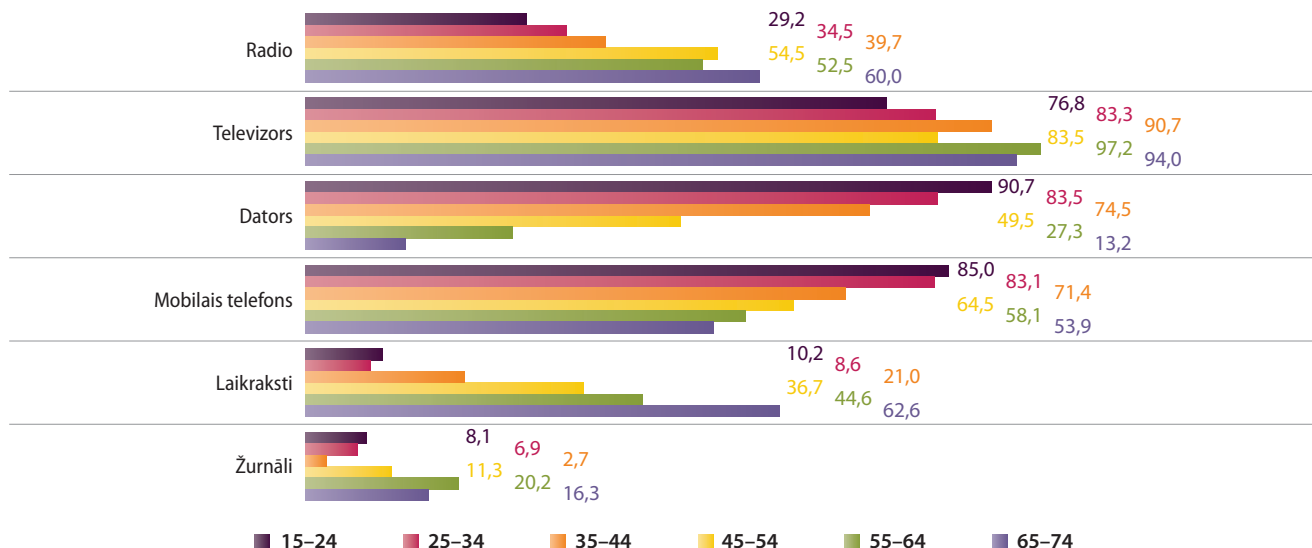
4. attēls. "Cik bieži skatāties/klausāties/lasāt/lietojat...?" %, visi respondenti, 2012



Dati: TNS Latvia

Aptaujas dalībnieki atzina, ka viņiem visgrūtāk būtu iedomāties savu dzīvi bez televizora – 87 procenti to ierindoja starp trim lietām, bez kurām dzīve būtu grūti iedomājama, tad seko mobilais telefons – 70,4 procenti, dators – 59,4 procenti, radio – 44,2 procenti, un ikdienā mazāku lomu spēlē laikraksti – 28,5 procenti, un žurnāli – 10,4 procenti. Tomēr arī šajās atbildēs var redzēt nozīmīgas paaudžu atšķirības.

5. attēls. "Bez kā būtu visgrūtāk iedomāties savu ikdienu?*", %, visi respondenti, vecums, 2012



* Aptaujas dalībniekiem tika lūgts norādīt trīs nozīmīgākās lietas, bez kurām viņiem būtu visgrūtāk iedomāties savu ikdienu, sarindojošas tās prioritārā secībā. Tabulā ir norādīts respondentu skaits, kas šo ierīci/mediju ir ierindojuši starp trim nozīmīgākajām lietām.

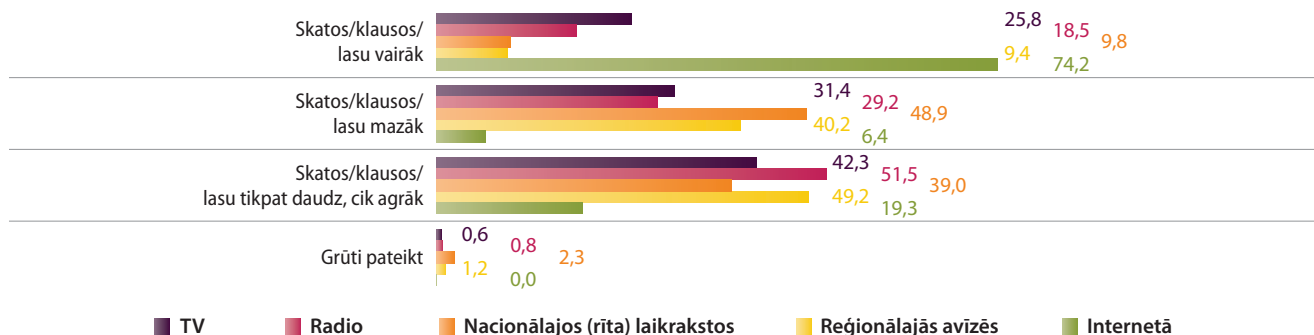
Dati: TNS Latvia

Latvija ir starp tām Austrumeiropas un Dienvideiropas valstīm, kurās ir zemākie drukātās preses lietošanas rādītāji Eiropas Savienībā un, kā rāda 2011. gadā veiktā Eurobarometra aptauja, Latvijā tie ir arī zemākie Baltijā. Šī aptauja arī rāda, ka alternatīvu ziņām presē Latvijas iedzīvotāji ir atraduši internetā – starp Eiropas Savienības valstīm Latvijā ir visvairāk tādu, kas nacionālās politikas ziņas uzzina internetā.¹²

¹² 2011. gada novembrī veiktajā Eurobarometra aptaujā 20 procenti Latvijā aptaujāto respondentu atzina, ka lasa drukāto presi katru dienu vai teju katru dienu, vēl mazāk tādu, kas ik dienas lasa drukātos medijus, ir Portugālē (19 procenti), Bulgārijā (15 procenti), Polijā (15 procenti), Rumānijā (12 procenti) un Grieķijā (8 procenti). Lietuvā (30 procenti) un Igaunijā (43 procenti) ir vairāk regulāro drukātās preses lasītāju, tomēr tradicionāli spēcīgākās preses lasīšanas tradīcijas ir Skandināvijas valstīs: Zviedrijā ik dienas presi lasa 76 procenti aptaujāto, bet Somijā – 73 procenti. 32 procenti aptaujāto Latvijā nosaukuši presi kā ziņu avotu par nacionālās politikas jautājumiem, kas līdz ar tādiem pašiem rādītājiem Maltā un Polijā ir zemākie Eiropas Savienības valstu vidū. Salīdzinājumam, Lietuvā tādu bija 48 procenti, Igaunijā – 40 procenti, savukārt Somijā – 71 procenti, Zviedrijā – 74 procenti. Toties Latvijā Eiropas Savienības valstu vidū ir visvairāk tādu – 53 procenti aptaujāto, kuri nacionālās politikas ziņas uzzina internetā. Teju tikpat daudziem – 51 procentam – arī Igaunijā tas ir nacionālās politikas ziņu avots, kā arī daudziem Ziemeļvalstīs (piemēram, 46 procentiem – Zviedrijā, 42 procentiem – Somijā), kas tradicionāli lepojas ar lielu interneta lietotāju skaitu. Salīdzinot ar citām Eiropas Savienības valstīm, Latvijā un Igaunijā ir arī salīdzinoši daudz tādu, kuri katru dienu vai teju katru dienu vai teju katru dienu lieto internetu – tādu ir 60 procenti, kas ir būtiski vairāk nekā vairākās citās Austrumeiropas valstīs, tomēr mazāk nekā Skandināvijā – piemēram, Zviedrijā 82 procenti aptaujāto sacīja, ka ik dienas lieto internetu.

Tomēr, vērtējot drukātās preses lomu cilvēku ikdienā šodien Latvijā, ir būtiski nošķirt nacionālos laikrakstus un vietējo presi. Kā jau iepriekš minēts, vietējā prese ir nozīmīgs ziņu avots vietējiem jauniešiem, tostarp jauniešu vidū. Turklāt aptaujā, kura tika veikta 2012. gadā, tās dalībnieki atzina, ka atšķirībā no dienas preses pēdējos piecos gados ziņas reģionālajos laikrakstos lasa tikpat daudz, cik agrāk. Arī ziņas televīzijā un radio cilvēki lieto tikpat daudz, cik agrāk, bet internetā – vairāk.

6. attēls. "Vai pēdējos piecos gados ziņas šajā medijā skatāties/klausāties/lasāt vairāk, mazāk vai tikpat daudz, cik agrāk?", %, visi respondenti, kas attiecīgi skatās ziņas TV, klausās ziņas radio, lasa ziņas nacionālajos (rīta) laikrakstos, lasa ziņas reģionālajās avīzēs, lasa ziņas internetā, 2012

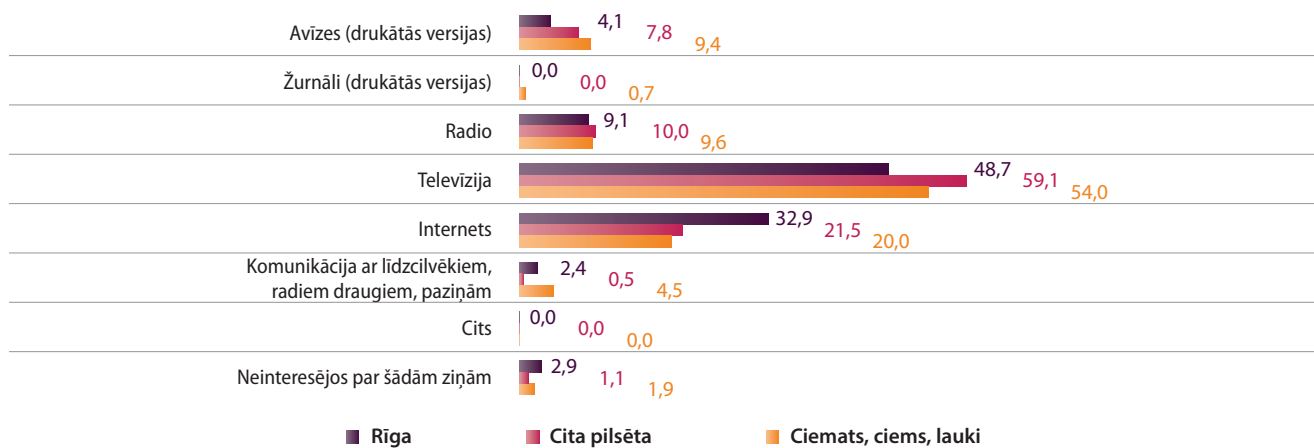


Dati: TNS Latvia

Interesanta aina paveras, aplūkojot šos datus dažādu vecuma grupu šķēsgriezumā. Ziņas radio un televīzijā pēdējos piecos gados mazāk klausās un skatās jauni cilvēki vecumā no 15 līdz 34 gadiem, savukārt pārējās vecuma grupās – tikpat daudz, cik agrāk. Ziņas dienas laikrakstos pēdējos gados lasa mazāk visās vecuma grupās, izņemot 55–64 gadus vecos respondentus. Interese par ziņām reģionālajos laikrakstos ir kritusi mazāk – ja vecumā līdz 35 gadiem ziņas vietējā presē lasa mazāk, tad pārējās vecuma grupās – tikpat daudz, cik agrāk. Ziņas internetā lasa vairāk visās interneta lietotāju paudzēs.

Televīzijas un interneta kā galvenā ziņu avota izvēlē iezīmējas plaša starp auditorijām, kuru sociālekonomiskais statuss ir atšķirīgs. Televīzija kā galvenais ziņu avots dominē auditorijās, kuras dzīvo ārpus Rīgas¹³, ģimenēs, kuras raksturo sliktāks finansiālais nodrošinājums, kā arī mediju lietotāju vidū, kuriem ir sliktāks izglītības fons, savukārt internetu kā galveno ziņu avotu biežāk minējuši tie, kas dzīvo galvaspilsētā, pelna vairāk un ir ar labākiem izglītības sasniegumiem.¹⁴

7. attēls. Galvenais ziņu avots, nacionālās, Latvijas mēroga ziņas, %, visi respondenti, apdzīvotās vietas tips, 2011

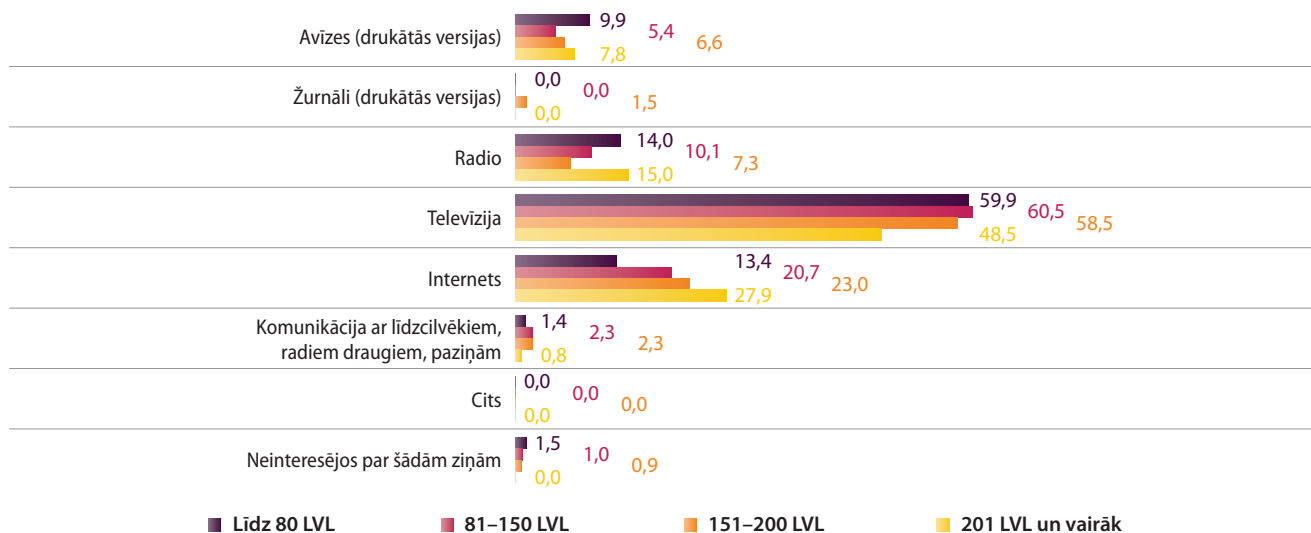


Dati: TNS Latvia

¹³ Izņēmums ir tikai vietējās ziņas, kur rīdzinieki biežāk nekā citās pilsētās un laukos dzīvojošie minējuši televīziju kā galveno ziņu avotu; ārpus Rīgas dzīvojošajiem bez televīzijas nozīmīgs vietējo ziņu avots ir arī laikraksti un komunikācija ar līdzcilvēkiem.

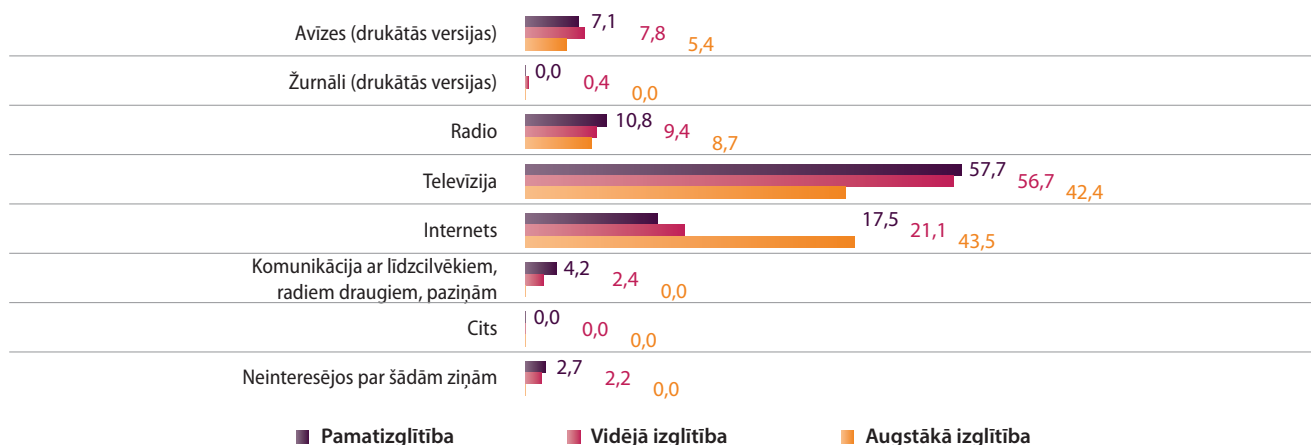
¹⁴ Būtiski gan norādīt, ka televīzija ir svarīgs ziņu avots arī tiem, kuru ģimenes ienākumi ir augstāki, tomēr šie cilvēki televīziju retāk nosaukuši kā galveno ziņu avotu. Interesanti, ka cilvēki ar augstākiem ienākumiem un ar augstāko izglītību arī mazāk paļaujas uz komunikāciju ar līdzcilvēkiem kā ziņu avotu. Tāpat šajās sabiedrības grupās nav populāra ziņu lasīšana laikrakstos. Nacionālās un vietējās ziņas laikrakstos biežāk meklē tie, kuriem nav augstākās izglītības un tie, kuru ģimenes ienākumi ir zemi.

8. attēls. Galvenais ziņu avots, nacionālās, Latvijas mēroga ziņas, %, visi respondenti, ģimenes ienākumi, 2011



Dati: TNS Latvia

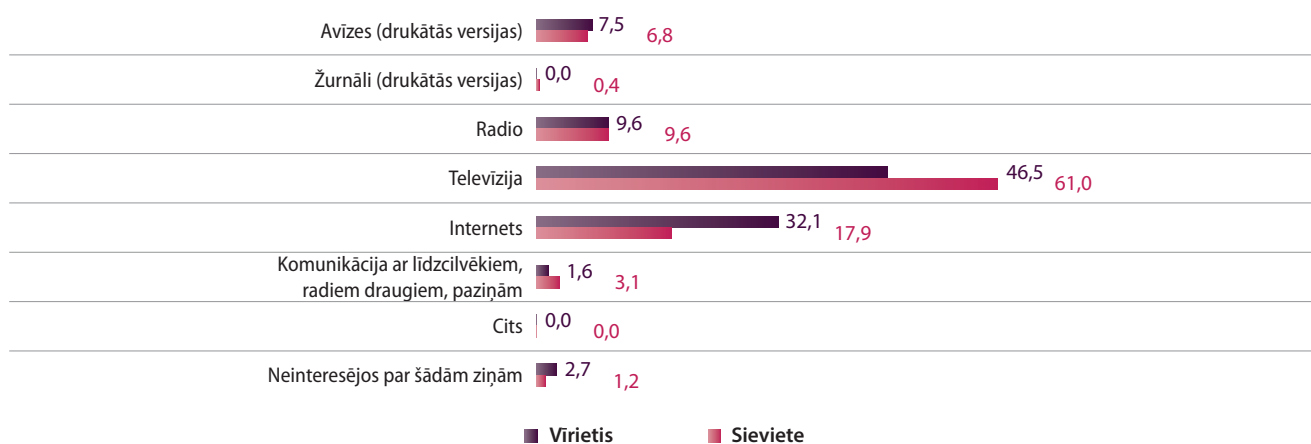
9. attēls. Galvenais ziņu avots, nacionālās, Latvijas mēroga ziņas, %, visi respondenti, izglītība, 2011



Dati: TNS Latvia

Aptaujas rezultāti rāda arī dažādas preferences sieviešu un vīriešu ziņu avotu izvēlēs. Sievietes biežāk kā galveno Latvijas ziņu avotu nosaukušas televīziju, bet vīrieši – internetu.

10. attēls. Galvenais ziņu avots, nacionālās, Latvijas mēroga ziņas, %, visi respondenti, dzimums, 2011



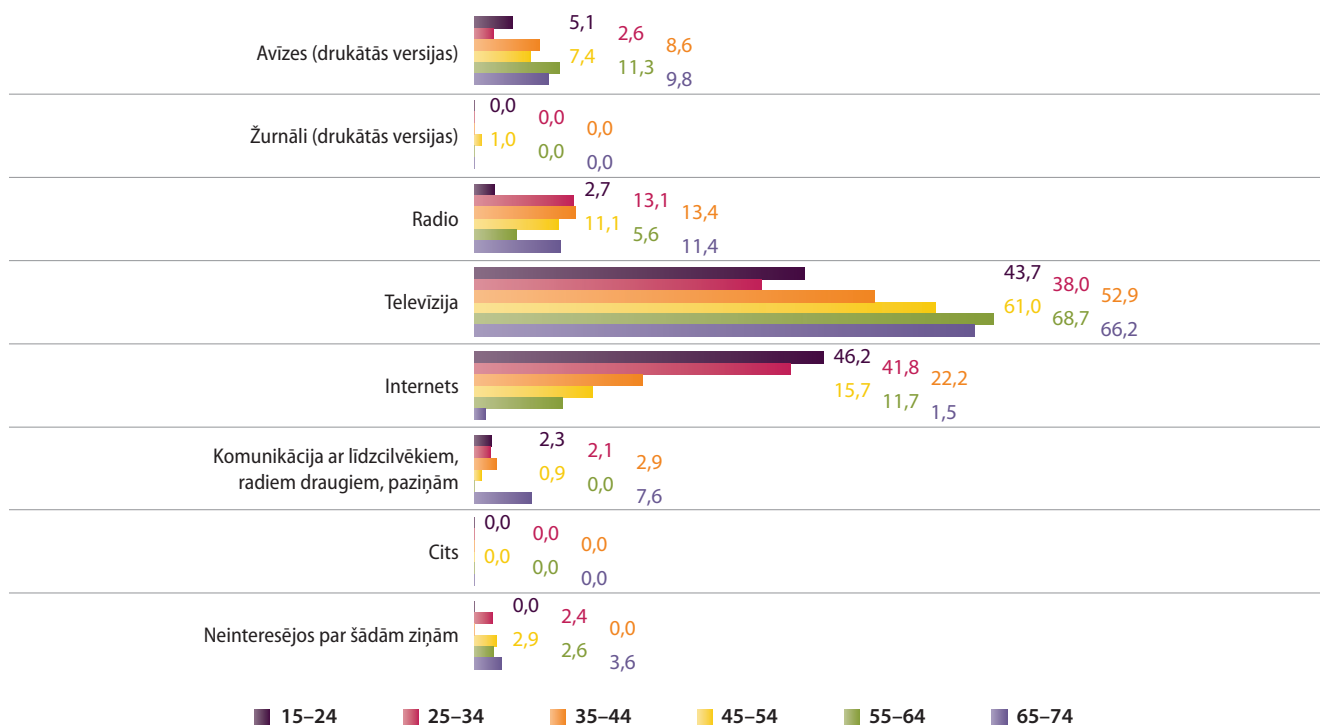
Dati: TNS Latvia

Televīzija ir nozīmīgs Latvijas un pasaules ziņu avots, kas vieno arī dažādas auditoriju paaudzes visās vecuma grupās. Lai arī ziņu skatīšanās televīzijā ir ļoti populāra vecākajās paaudzēs, arī jaunu cilvēku (15–34 gadi) dzīvēs televīzija kā ziņu avots joprojām spēlē būtisku lomu.

Interneta lietošanas paradumu pētījumi Latvijā nešaubīgi liecina, ka aktīvākie interneta lietotāji ir tieši gados jauni cilvēki, tomēr šī pētījuma aptaujas dati rāda, ka, lai arī internets ir gados jaunu cilvēku galvenais ziņu avots, tiešsaistes ziņu platformas vienas pašas nespēj pilnībā apmierināt jaunu cilvēku informatīvās vajadzības – tūlīt aiz interneta nozīmīgs Latvijas un pasaules ziņu avots ir arī televīzija. Jauniešiem, salīdzinot ar vecākajām paaudzēm, ziņu avotu struktūra ir vienkāršāka – izteikti dominē tikai šie divi ziņu avoti, savukārt citi ziņu resursi – radio, laikraksti, žurnāli, līdzcīvēki – spēlē ievērojami mazāku lomu.

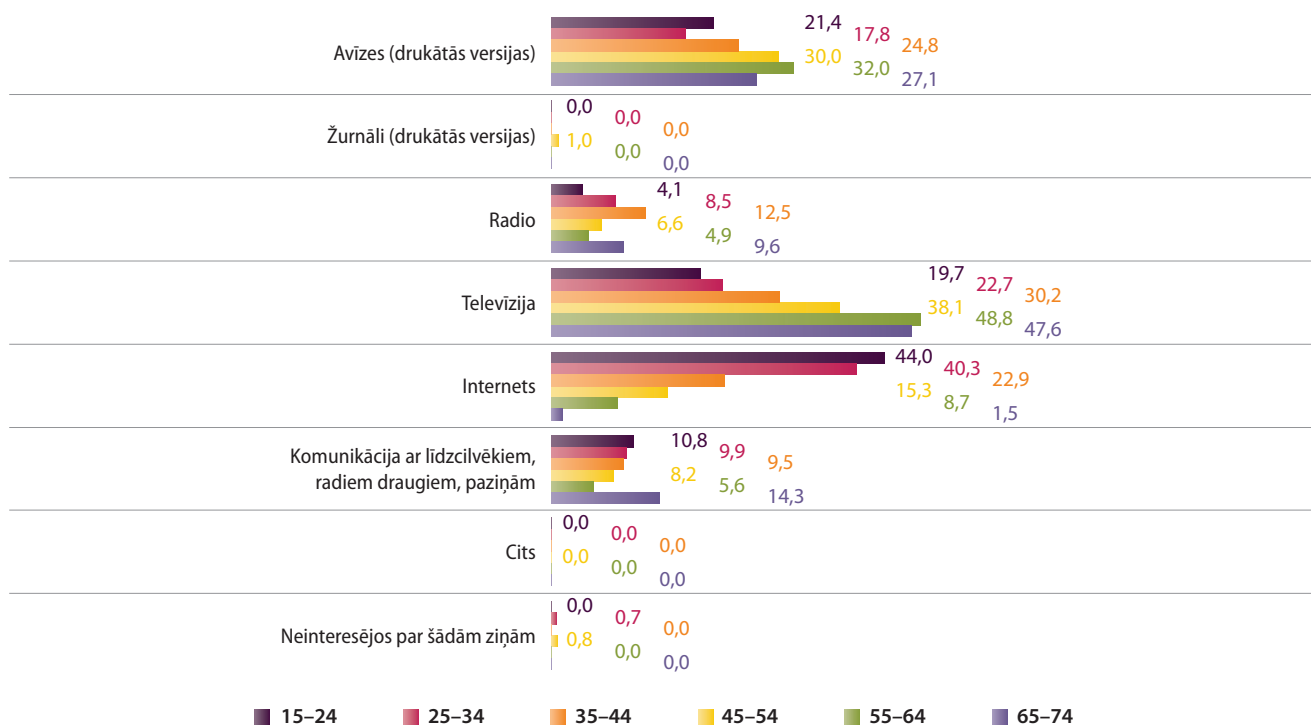
Izņēmums ir tikai vietējās ziņas, kur kā galvenais ziņu avots pēc interneta nosaukti laikraksti un tikai tad seko televīzija, kas ļauj secināt, ka tieši reģionālā prese uztur laikrakstu lasīšanas tradīcijas gados jaunu cilvēku vidū. 15–24 gadus vecajiem ir ļoti maza interese par laikrakstiem kā Latvijas un pasaules ziņu avotiem, tomēr tad, kad runa ir par vietējām ziņām, laikrakstu loma krietni pieaug. Būtiski arī uzsvērt, ka tieši interese par vietējām ziņām jaunu cilvēku vidū ir ievērojami lielāka nekā interese par Latvijas politisko un ekonomisko dzīvi, kā arī par pasaules jaunumiem.

11. attēls. Galvenais ziņu avots, nacionālās, Latvijas mēroga ziņas, %, visi respondenti, vecums, 2011



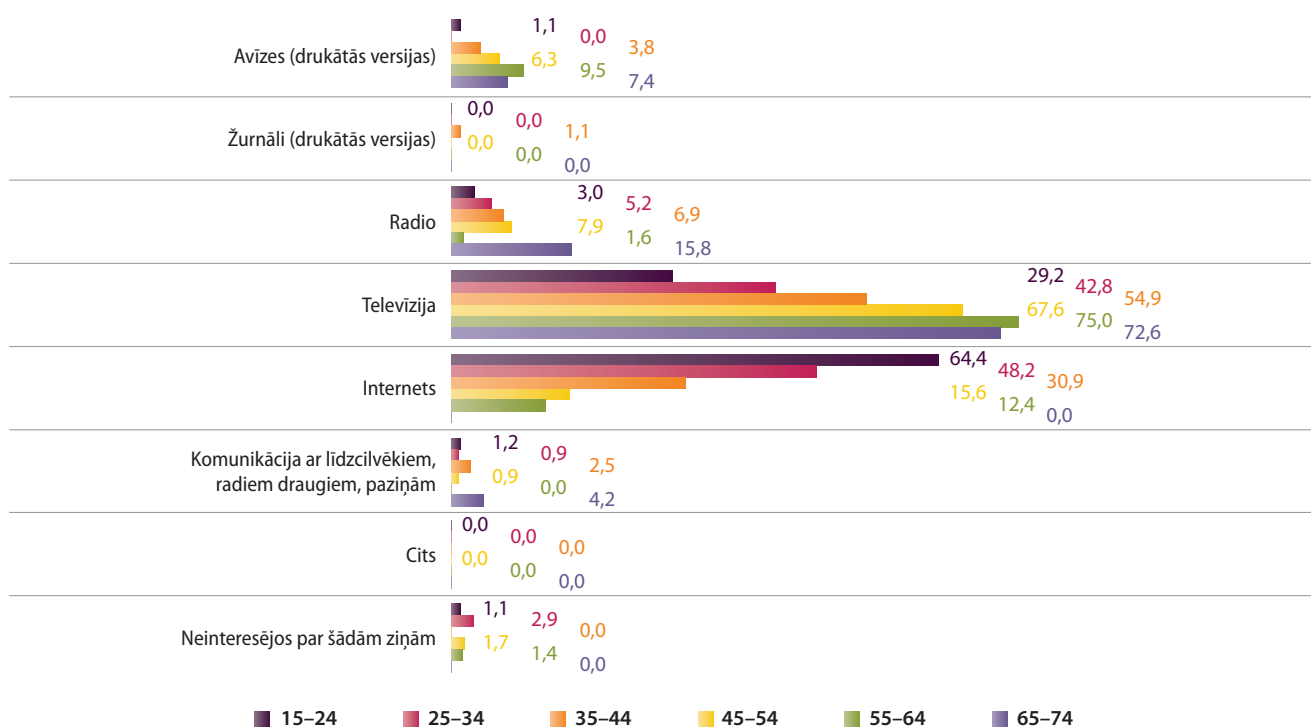
Dati: TNS Latvia

12. attēls. Galvenais ziņu avots, vietējās, reģionālās ziņas, %, visi respondenti, vecums, 2011



Dati: TNS Latvia

13. attēls. Galvenais ziņu avots, pasaules ziņas, %, visi respondenti, vecums, 2011



Dati: TNS Latvia

Lai arī gados jauni cilvēki televīziju aptaujā nosauca par sev būtisku ziņu avotu līdzās internetam, tomēr, kā parādīja fokusgrupas diskusijas, atšķirībā no vecākajām paaudzēm televīzijas ziņu skatīšanos jaunu cilvēku vidū neraksturo regularitāte, bet drīzāk – nejaušība, epizodiskums. Skatos TV ziņas „dažreiz”, „ik pa laikam”, „ļoti reti”, „ja sanāk uzslēgt”, „ja trāpu”, „klausos fonā” – šādi jaunieši raksturoja savu TV ziņu skatīšanās pieredzi.

Man parasti vienkārši rīts sākas ar kafiju un interneta ziņu pārskatu, un, tad, ja es atrodu ko interesējošu, kas tiešām notiek tāds interesants, tad es zinu, ka to droši vien raidīs [TV] ziņās un par to pastāstīs plašāk, tad es skatos arī ziņas.

(21 gadu veca studente, dzīvo Vidzemē, sarunvaloda ģimenē: latviešu)

Speciāli tā arī neslēdzu ziņas, tikai kad raidījumam, ko es skatos, tur ir reklāma, es tad pārslēdzu uz LNT, tur skatos. Ziņas principā dienas laikā – tiekos ar kolēģiem, un pie mums portāls Leta.lv ir pieejams, tādēļ it kā visas ziņas principā ir no turienes.

(29 gadus veca banku sektora darbiniece, dzīvo Rīgā, krieviete, sarunvaloda ģimenē: krievu)

Tikpat labi var tajā pašā laikā vienkārši pārslēgt viņai [Panorāmai] pāri un, teiksim, *Discovery* paskatīties, vienkārši tajā momentā kaut ko citu vienkārši sagribas un skatās to.

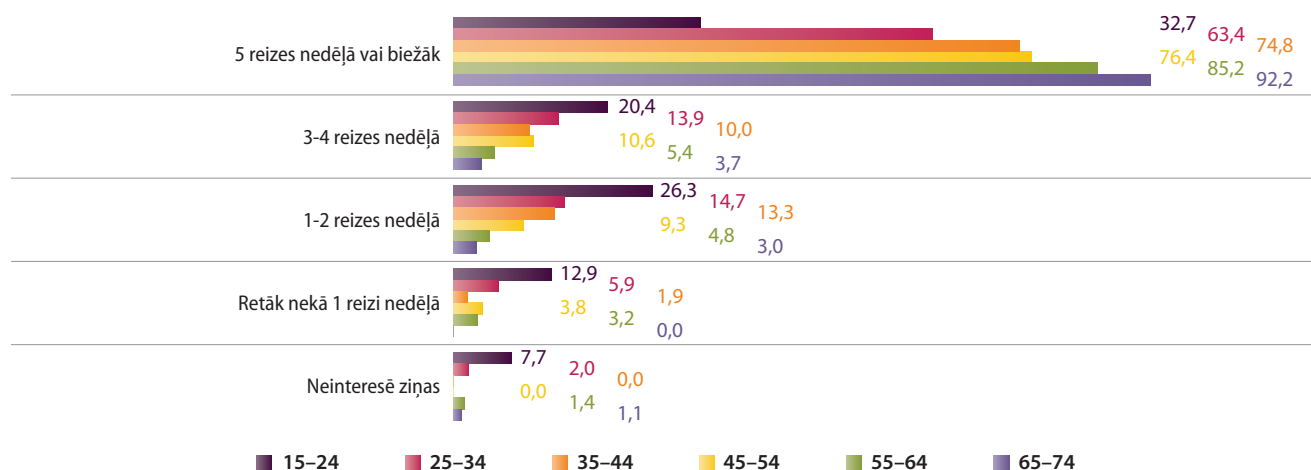
(27 gadus vecs tirdzniecības sektora darbinieks, dzīvo Rīgā, latvietis, sarunvaloda ģimenē: latviešu)

[Ziņas] internetā lasu. Tad televizorā es tikai tā ķeksīša pēc sēžu un skatos. [...] Fonā skan tad. Nu, vienkārši, lai atslēgtos no visa dienas ritma, tad es vienkārši skatos ekrānā un bieži vien pat nesaprotu, ko... nu saprotu, ko viņi runā, bet neiedziļinos. Dzirdu ko viņi tur runā, visu to.

(20 gadus veca pedagoģijas studente, dzīvo Rīgā, latviete, sarunvaloda ģimenē: latviešu)

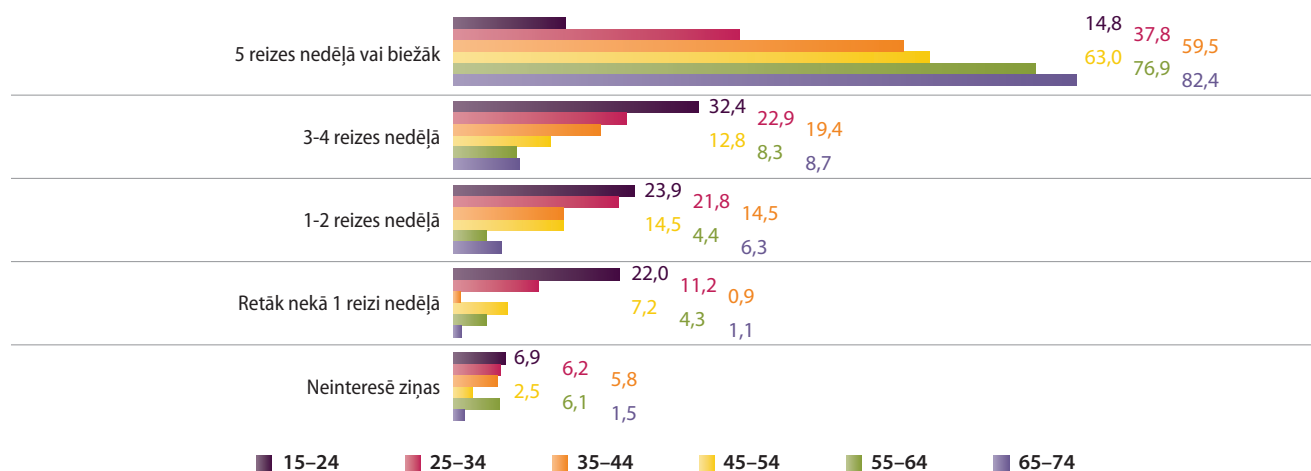
Aptaujas dati rāda, ka 15–24 gadus vecu jauniešu vidū 32,7 procenti ir tādi, kas ziņas televīzijā skatās piecas reizes nedēļā vai biežāk, un tikai teju 15 procenti ir tādi, kas tikpat bieži skatās vakara TV ziņas, kas ir ievērojami mazāk nekā vecākajās paaudzēs, kur vakara TV ziņu skatīšanās joprojām ir nozīmīgs rituāls.

14. attēls. „Cik bieži skatāties ziņas televīzijā?“, %, visi respondenti, kas skatās televīziju, vecums, 2012



Dati: TNS Latvia

15. attēls. „Cik bieži kopumā skatāties vakara TV ziņu raidījumus, sākot no pl.18.00?“, %, visi respondenti, kas skatās televīziju, vecums, 2012



Dati: TNS Latvia

Jauni cilvēki ir tie, kuri lielā mērā ir atteikušies no konvencionālās televīzijas skatīšanās, un viņu ziņu mediju lietošanas paradumus vairāk raksturo nelinearitāte. Tas ir, jauni cilvēki uzskata, ka tāpat kā nav jāplāno televīzijas skatīšanās, nav arī jāgaida vakars, lai uzzinātu jaunumus, jo, kā sacīja diskusijas dalībniece, 32 gadus veca vadītāja uzņēmumā, „tas jau pa dienu internetā sāk notikt”. Šajās paudzēs ir pieprasījums pēc ziņām „šeit un tagad”, ārpus fiksēta laika un telpas, un šīs gaidas vislabāk apmierina tieši interneta mediju piedāvājums.

[..] internetā tu to ziņu vari izlasīt tad, kad tev ir laiks un kad tu to gribi. Televīzijā, tad tev ir jāvaktē, tagad ir seši, tagad būs vai kad tur tas nākamais cikls, nu, tev ir tā piesaiste, bet internetā tu vari visas dienas garumā jeb, pieņemsim, nu šī pat lidmašīnas katastrofa kad bija, tu vari, ik pa laikam atkal ieej, tu..., tas viss *refrešojas*, un tu atkal redzi, ir kaut kas klāt nācis vai nav, televīzijā tas drusciņ prasa tā kā ilgāku laiku, un tev ir jābūt klāt pie tā televizora, ar internetu tur ir vieglāk vienkārši.

(32 gadus veca vadītāja uzņēmumā, dzīvo Rīgā, latviete, sarunvaloda ģimenē: latviešu)

Jauni cilvēki ziņām tradicionālo mediju platformās pievēršas tad, kad šis saturs ir viegli pieejams, atrodas „pa ceļam” citām ikdienas aktivitātēm, kā arī šeit būtisku lomu spēlē ģimenes mediju lietošanas prakses. Piemēram, jauni cilvēki televīzijas ziņu raidījumus bieži skatās tad, ja kāds mājnieks jau ir sācis tos skatīties. Tieši tāpat ir ar laikrakstiem – lasa, ja tie ir pieejami mājās.

Es varbūt divreiz mēnesī..., varbūt nejauši ejot garām, viņa [*Panorāma*] ir ieslēgta. [..] Man mamma [skatās]. [..] Tad, ja es... nu man gadās iet garām, tad es varbūt kādu sižetu arī noskatos.

(27 gadus veca valsts sektorā strādājoša juriskonsulte, dzīvo Rīgā, latviete, sarunvaloda ģimenē: latviešu)

Televīzoru es neskatos vispār, tas ir, absolūti šad un tad, reizēm, es varu, ejot cauri viesistabai, aizķert dažus momentus, kad ģimene skatās, bet pats es sen jau neskatos.

(20 gadus vecs datortehnikas un automātikas students, dzīvo Rīgā, krievs, nepilsonis, sarunvaloda ģimenē: krievu)

Lai arī 15–24 gadus veco jauniešu vidū 88,4 procenti ir tādi, kas internetu lieto piecas reizes nedēļā vai biežāk, mazāk – 60,7 procenti – ir tādi interneta lietotāji šajā vecuma grupā, kas tikpat bieži internetā lasa ziņas. Lielākā daļa no 15 līdz 24 gadus vecajiem, kas vispār lasa ziņas internetā – 74,2 procenti – ziņas internetā uzzina no ziņu portāliem, tas ir populārākais tiešsaistes ziņu resurss visās paudzēs.¹⁵ Tomēr netipiski citām vecuma grupām – jauniešu vidū interneta sociālie tīkli spēlē nozīmīgu lomu kā ziņu avots.

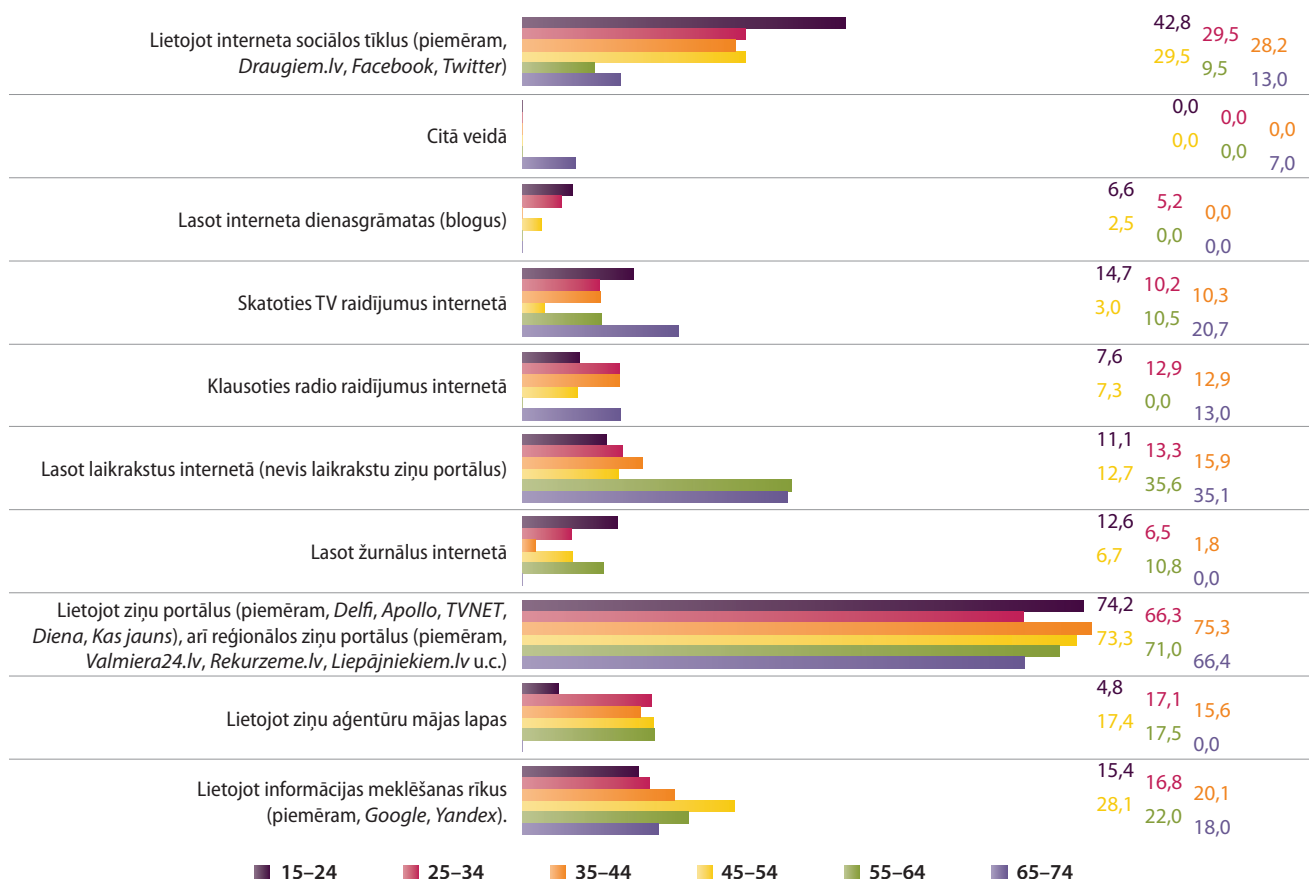
Jaunieši fokusgrupas diskusijās stāstīja, ka interneta sociālajos tīklos seko līdzī ar mediju organizāciju paziņojumiem un šādā veidā nokļūst pie ziņām, tās parasti ir saites uz ziņu portāliem, kā arī konvencionālo mediju interneta platformām. „Man diena sākas ar *Twitter*,” sacīja studente, fokusgrupas diskusijas dalībniece. Daudzi jauni cilvēki sāk dienu ar ziņu virsrakstu caurskatīšanu – interneta sociālajos tīklos, ziņu portālos, un tas šajās auditorijās ir tikpat spēcīgs rituāls kā vecākajās paudzēs vakara TV ziņu skatīšanās.

Esmu no tiem cilvēkiem, kas neskatās televīziju. Es visu uzzinu no interneta. No avīzēm ne. Nu, varbūt no sociālajiem tīkliem. Nu, piemēram, no *Facebook*. Tur ir arī dažādas saites... Nu, tas ir liela daļa krievu valodā. *Telegrafs.lv*, *Mixnews.lv*, nedaudz *Delfi*. No televīzijas – nu, ļoti reti *Pirmais Baltijas kanāls*. Nu, arī internetā es skatos kādus *Youtube* vai kaut kur. *Panorāmu* – ļoti reti. Ja ir kādi svarīgi notikumi te, Rīgā, Latvijā, tad jā. Bet, ja tāda īpaši nekā nav, tad Latvijas Televīziju un Latvijas ziņas neskatos. [..] Mums nav kabeļtelevīzijas vispār. Mēs atsakāmies no televīzijas. [..] Televīzors tiek izmantots tikai kā dators, kā monitors.

(29 gadus veca, organizē bērnu pasākumus, dzīvo Rīgā, krieviete, sarunvaloda ģimenē: krievu)

¹⁵ 71,7 procenti no visiem aptaujātajiem, kas lasa ziņas internetā, atzina, ka ziņas internetā iegūst ziņu portālos. Laikrakstu lasīšana internetā ir būtiski mazāk izplatīta aktivitāte – 15,8 procenti no visiem aptaujātajiem šādi iegūst jaunumus internetā. Lielāka interese par laikrakstu lasīšanu internetā ir tikai „55 plus” vecuma grupās, kas ir arī lojālākās laikrakstu drukāto versiju auditorijas. 30,3 procenti ziņas, jaunumus internetā uzzina, lietojot interneta sociālos tīklus, 19,4 procenti – lietojot informācijas meklēšanas rīkus kā *Google*, 13,2 procenti – lietojot ziņu aģentūru mājas lapas, 10,6 procenti – skatoties TV raidījumus internetā, 9,7 procenti – klausoties radio raidījumus internetā, 7,1 procenti – lasot žurnālus internetā, 3,4 procenti – lasot interneta dienasgrāmatas (blogus).

16. attēls. "Kādā veidā internetā uzzināt ziņas, jaunumus?%, visi respondenti, kas lasa ziņas internetā, 2012



Dati: TNS Latvia

Interneta sociālo tīklu kā ziņu avotu popularitāti jauniešu vidū palīdz skaidrot arī interneta lietošanas aktivitāšu struktūra šajā vecuma grupā kopumā. Lai arī jauniešiem ziņu portāli ir svarīgāks ziņu avots nekā interneta sociālie tīkli, atšķirībā no vecākajām interneta lietotāju paaudzēm interneta sociālo tīklu apmeklēšana kopumā ir populārāka interneta aktivitāte par ziņu portālu lietošanu. 15–24 gadu veco vidū 75,5 procenti interneta sociālo tīklu lietošanu nosauca starp piecām biežākajām izmantotajām interneta aktivitātēm, savukārt 49,7 procenti – ziņu portālu lasīšanu.¹⁶ 15–24 gadus vecie arī visaktīvāk izmanto interneta sociālos tīklus mobilajā telefonā – 45,8 procenti tos bija apmeklējuši pēdējā mēneša laikā, bet retāk mobilajā telefonā bija lasījuši ziņu portālus – 31,2 procenti.¹⁷

Kā noskaidrojām fokusgrupas diskusijās, jauni cilvēki dod priekšroku ziņām interneta platformās to piedāvātās nelineārās ziņu plūsmas dēļ: interneta ziņu mediji ļauj pašam mediju lietotājam izvēlēties ziņu lietošanas kārtību – kad ziņas lietot, par kādiem tematiem interesēties, kādā apjomā un secībā. Citiem vārdiem runājot, jaunu cilvēku ziņu lietošanu raksturo ziņu šķirošana, tā vispirms ir ziņu atlase, pārskatot ziņu virsrakstus, un tikai pēc tam detalizēta iepazīšanās ar izvēlētajām, sev interesējošām ziņu vienībām jeb, runājot kādas diskusijas dalībnieces, 27 gadus vecas juriskonsultes vārdiem, „tu vari izšķirot, ko tu gribi izlasīt un ko tu negribi, tur jau pēc virsrakstiem apmēram tu saproti”.

Tad ir izvēle, vai nu tu izlasi to, kas tev interesē, vai arī tad tev jāskatās viss tas raidījums. Protams, ka ērtāk laika taupīšanas ziņā ir izvēlēties vienkārši izlasīt.

(20 gadus veca ekonomikas studente, dzīvo Rīgā, latviete, sarunvaloda ģimenē: latviešu)

¹⁶ Kopumā, aplūkojot visu interneta lietotāju atbildes, 71,1 procenti starp piecām biežāk veiktajām aktivitātēm internetā nosauca sazināšanos, lietojot e-pastu, Skype, 68,3 procenti atbildēja – lasu ziņu portālus, 67,3 procenti – izmantoju meklēšanas programmas kā Google, 61,5 procenti – lietoju interneta sociālos tīklus kā Draugiem.lv, Facebook, 42,7 procenti – lietoju internetbanku, iepērkos interneta veikalā, 32,8 procenti – skatos laika ziņu prognozes, 31,1 procenti – lejuplādēju/skatos filmas un seriālus, 25,3 procenti – spēļu spēles, 22,3 procenti – lejuplādēju/klausos mūziku, 18,9 procenti – klausos interneta radio, 12,0 procenti – augšupielādēju foto, video, attēlus, 11,1 procenti – skatos interneta TV, 6,5 procenti – lejuplādēju/skatos attēlus, 4,2 procenti – rakstu/lasu interneta dienasgrāmatas (blogus), 3,9 procenti – komentēju ziņu rakstus, 3,2 procenti – citas aktivitātes, 3,2 procenti – darba vajadzībām.

¹⁷ Aptaujā visi mobilo telefonu lietotāji mobilo telefonu pēdējā mēneša laikā bija izmantojuši šādiem mērķiem: saņemt/veikt zvanus (98,2 procenti), saņemt/sūtīt sms (80,4 procenti), fotografēt, filmēt video (35,1 procenti), klausās mūziku (22,6 procenti), klausās radio (17,1 procenti), spēlēt spēles (14,5 procenti), apmeklēt interneta sociālos tīklus (13,6 procenti), lieto citas mobilo telefona funkcijas (12,9 procenti), izmanto meklēšanas portālus (12,2 procenti), lasa ziņas interneta ziņu portālos (11,0 procenti), saņemt/sūtīt e-pastus (9,5 procenti), izmanto GPS navigāciju (7,8 procenti), lejuplādē aplikācijas (7,1 procenti), skatās dažādus video interneta vietnēs kā YouTube (4,8 procenti), skatās filmas un seriālus (2,5 procenti), skatās TV raidījumus (1,3 procenti).

Tas, ka lasot pats arī it kā izfiltrē to, kas tev pašam interesē, nevis tev visu jāklausa. Tu bezmaz vai aizmiedz [skatoties televīziju], ā [pamosties], šitas mani interesē.

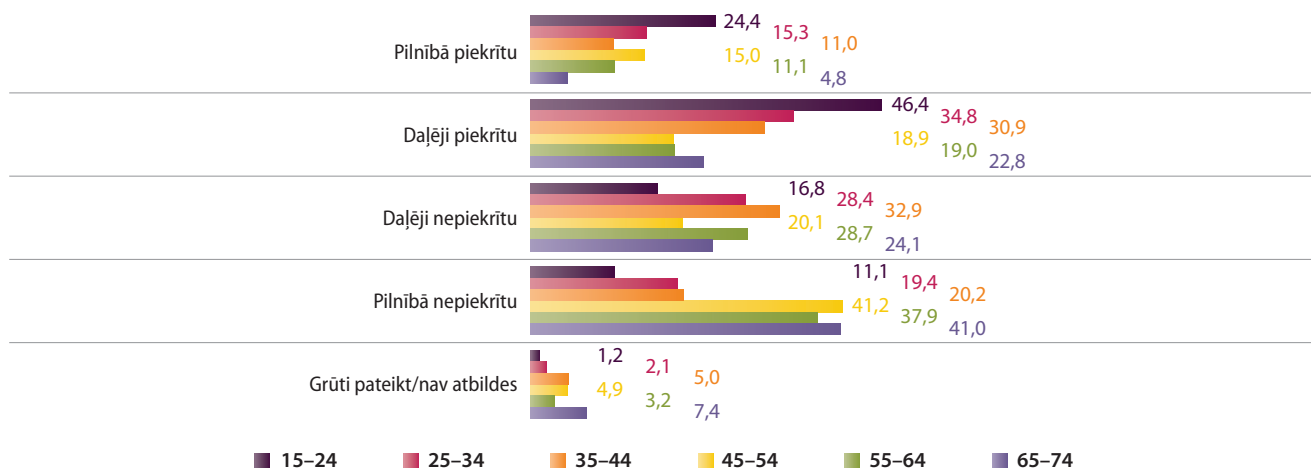
(23 gadus veca ārstniecības studente, dzīvo Rīgā, latviete, sarunvaloda ģimenē: latviešu)

Es arī lasu ziņas internetā, *Delfi.lv* [...] Bet es lasu ļoti pavis, galvenokārt virsrakstus, tas ir, konkrēti mani reti kas var ieinteresēt, lai es ieietu un izlasītu pilnībā, pilnīgi visu rakstu.

(20 gadus vecs datortehnikas un automātikas students, dzīvo Rīgā, krievs, nepilsonis, sarunvaloda ģimenē: krievu)

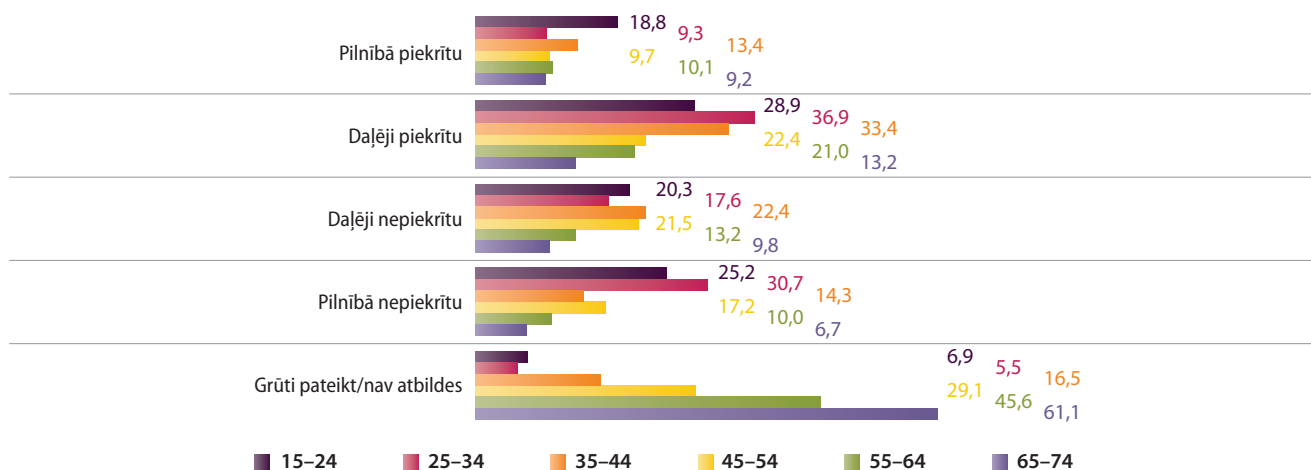
Jaunu cilvēku vidū ir arī vairāk tādu, kas piekrīt apgalvojumam, ka laikraksti tuvākajos gados izzudīs, jo visu informāciju tagad var iegūt bez maksas internetā. Tomēr par spīti tiešsaistes ziņu popularitātei šajās auditorijās jaunu cilvēku vidū ir arī daudz tādu, kas piekrīt apgalvojumam, ka ziņas internetā ir mazāk kvalitatīvās nekā radio, TV un presē.

17. attēls. "Laikraksti tuvākajos gados izzudīs, jo visu informāciju tagad var iegūt bez maksas internetā", %, visi respondenti, vecums, 2012



Dati: TNS Latvia

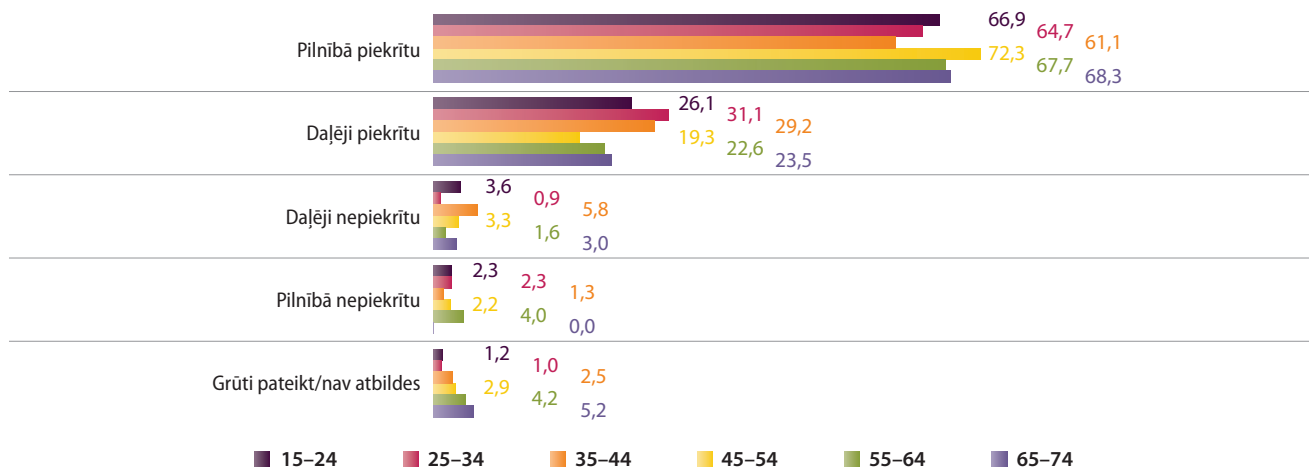
18. attēls. "Ziņas internetā ir mazāk kvalitatīvas (piemēram, biežāk neprecīzas, biežāk nepatiesas, mazāk objektīvas) nekā radio, TV un presē", %, visi respondenti, vecums, 2012



Dati: TNS Latvia

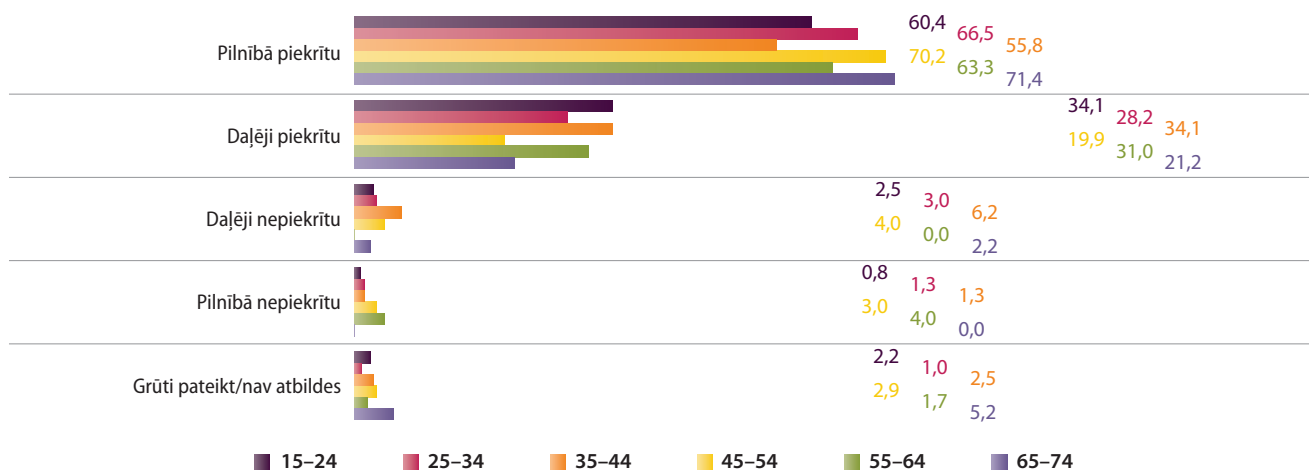
Jaunu cilvēku vidū ir nedaudz mazāk tādu, kas uzskata, ka ir svarīgi būt labi informētam par aktuālajiem notikumiem Latvijā un pasaulē un regulāri sekot līdz aktuālajiem notikumiem Latvijā un pasaulē. Interesanti, ka vismazāk par to ir pārliecināti 35-44 gadus vecie.

19. attēls. "Ir svarīgi būt labi informētam par aktuālajiem notikumiem Latvijā un pasaulē", %, visi respondenti, vecums, 2012



Dati: TNS Latvia

20. attēls. "Ir svarīgi regulāri sekot līdzi aktuālajiem notikumiem Latvijā un pasaulē", %, visi respondenti, vecums, 2012



Dati: TNS Latvia

Fokusgrupas diskusijās daudzi jauni cilvēki stāstīja, ka par ziņām viņi interesējas tikai tad, kad ir noticis kaut kas nozīmīgs, turklāt par svarīgām ziņām varot arī neinteresēties, šādas ziņas neesot jāmeklē, jo tās pašas atnāksot pie viņiem – par ļoti svarīgiem jaunumiem pavēstīs kāds no viņu sociālā tīkla (draugi, ģimene, kolēģi), tostarp internetā, jo, kā sacīja diskusijas dalībnieks, 19 gadus vecs students – par ļoti svarīgiem jaunumiem „runā visu laiku un visi” un „priekš tam nevajag skatīties ziņas”. Tātad, interesēšanās par ziņām šajās vecuma grupās nav pašsaprotama, nemaz nerunājot, ka tas varētu būt pienākums, kā par to runā vecāki cilvēki.

Ziņas neskatos vispār. [...] Kā nekā mēs dzīvojam sabiedrībā un tik un tā satiekamies ar cilvēkiem un, ja kaut kas interesants... tad tev vienmēr kāds kolēģis izstāstīs, bet tā es neredzu nepieciešamību. [...] Internets... Nu, tikai to, kas mani interesē. [...] Es neesmu atkarīgs no tā, kas notiek.

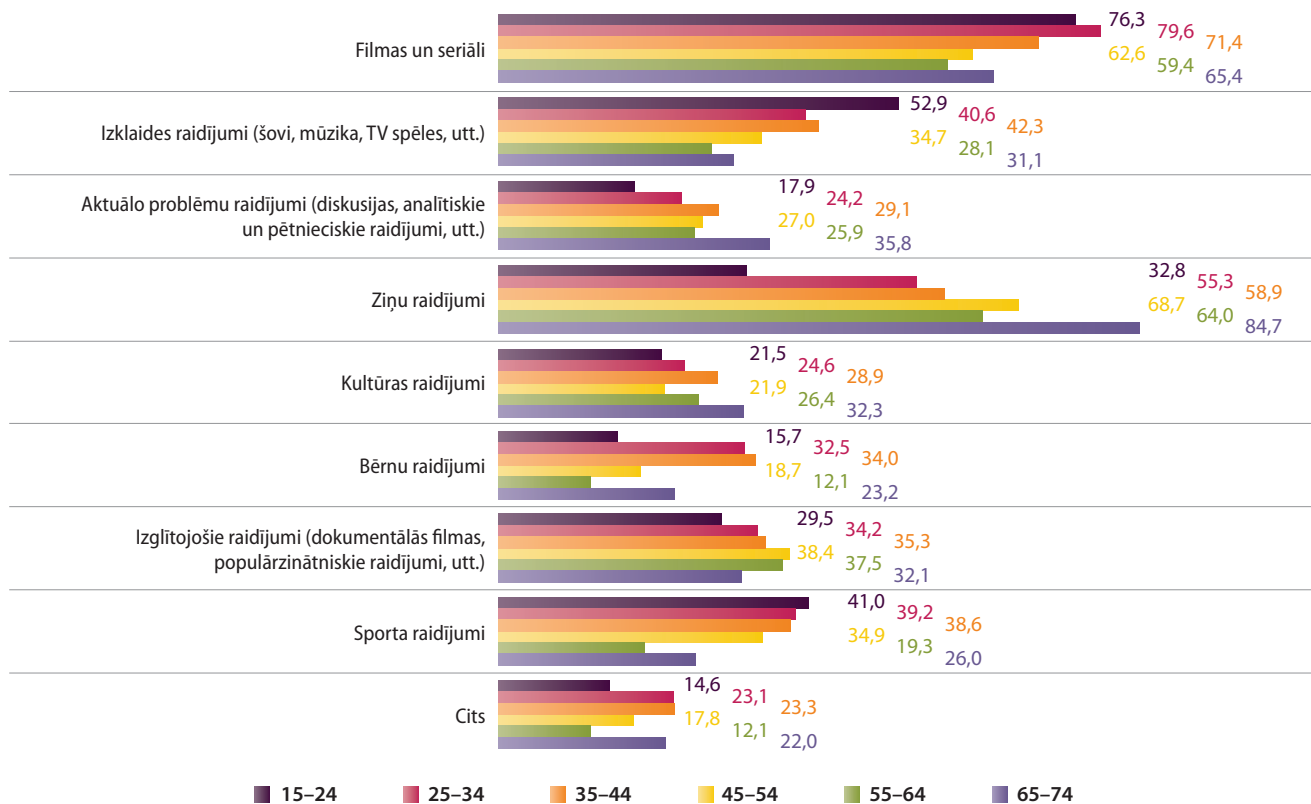
(26 gadus vecs rezidentūras students, ārsts, dzīvo Rīgā, latvietis, sarunvaloda ģimenē: krievu)

Gados jauni cilvēki aptaujā norādīja, ka visbiežāk televīzijā skatās filmas un seriālus, un interese par ziņu raidījumiem kāpj, sākot no 45 gadiem, un vislielākā interese par ziņu raidījumiem ir vecuma grupā no 65 līdz 74 gadiem. Šajā vecuma nogrieznī arī ir lielāka interese par aktuālo problēmu raidījumiem.¹⁸ 65–74 gadus vecie arī vienīgi norādīja, ka televīzija galvenokārt ir domāta tam, lai uzzinātu jaunākās ziņas, savukārt pārējās vecuma grupās dominē uzskats, ka televīzijas galvenā funkcija ir atpūta, izklaide.¹⁹

¹⁸ Kopumā Latvijas iedzīvotāji visbiežāk televīzijā skatās filmas un seriālus – 69,5 procenti aptaujāto tos ierindojuši starp trim biežāk skatītākajiem TV žanriem, kā arī ziņu raidījumus – 59,8 procenti, kam seko izklaides raidījumi (38,7 procenti), izglītojošie raidījumi (34,6 procenti), sporta raidījumi (33,8 procenti), bet aktuālo problēmu raidījumi (26,3 procenti), kultūras raidījumi (25,6 procenti) un bērnu raidījumi (23 procenti) ir saņēmuši mazāku auditoriju uzmanību.

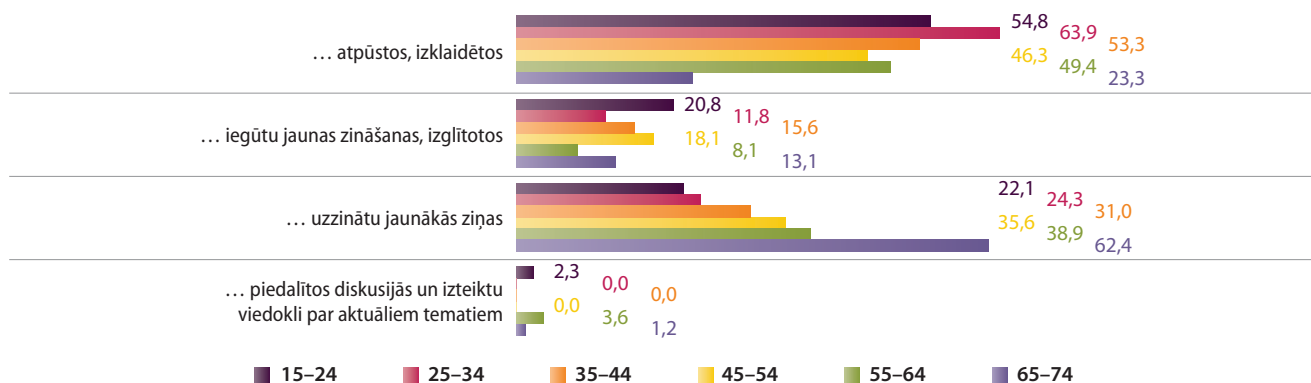
¹⁹ Apkopojot visu Latvijas iedzīvotāju atbildes, redzams, ka puse – 50 procenti – aptaujāto norādījuši, ka, viņuprāt, televīzija ir domāta galvenokārt tam, lai atpūtos, izklaidētos, 34,2 procenti – uzzinātu jaunākās ziņas. Mazāk ir tādu (14,7 procenti), kas uzskata, ka galvenā ir televīzijas izglītojošā funkcija, bet niecīgs skaits aptaujas dalībnieku (1,1 procenti) pauduši pārliecību, ka televīzijai vajadzētu nodrošināt platformu diskusijām.

21. attēls. Visbiežāk skatītais TV pārraižu žanrs*, %, visi respondenti, kas skatās televīziju, vecums, 2012



* Aptaujas dalībnieki tika lūgti nosaukt trīs TV žanrus, kurus skatās biežāk. Tabulā ir norādīta trīs biežāk nosaukto žanru summa.
Dati: TNS Latvia

22. attēls. „Televīzija ir domāta galvenokārt tam, lai...?“, %, visi respondenti, vecums, 2012



Dati: TNS Latvia

Kā noskaidrojām fokusgrupas diskusijās, gados vecāki cilvēki biežāk skatās TV ziņas ik vakaru un vakarā noskatās ziņas vairākos TV kanālos: „staigā” no kanāla uz kanālu, salīdzina ziņas. „Es visas trīs ziņas [TV3, LNT, LTV1] strīpā skatos,” sacīja kāda 55 gadus veca fokusgrupas diskusijas dalībniece, stāstot par savu vakara TV ziņu skatīšanas rituālu. Citās paaudzēs tā rīkojas tikai krīzes situācijās, tas ir, tad, kad norisinās kādi ārkārtēji, ļoti nozīmīgi notikumi. Gados vecāki televīzijas skatītāji ir arī vairāk ieinteresēti un labāk informēti par politiskās dzīves jaunumiem.

Vispār ziņas es skatos visās programmās, ko vien var redzēt. [...] Pa druskai ņemu, pa druskai...

(56 gadus veca lauksaimniece, dzīvo Vidzemē, sarunvaloda ģimenē: latviešu)

Pamatā [ziņu avots ir] televizors. Noteikti katru vakaru. Tas ir pilnīgi tā kā, tā kā likums. [...] Ziņas patīk skatīties pa visiem [televīzijas kanāliem] pēc kārtas. [...] Jo tad es varu sasummēt.

(57 gadus veca radiologa asistente, dzīvo Rīgā, latviete, sarunvaloda ģimenē: latviešu un krievu)

Būtībā paņemu ziņas visos trīs kanālos. TV3 ziņas, tad es pagriežu LNT, nu, tā pamiksēju, tad es uzgriežu *Panorāmu* apskatos.

(57 gadus veca muzeja darbiniece, dzīvo Kurzemē, latviete, sarunvaloda ģimenē: latviešu)

Ziņas latviešu, krievu valodā obligāti, tas jebkurā gadījumā, visās programmās kādas vien iespējamās. [...] Vispār vajag informāciju iegūt visos kanālos pēc iespējas.

(62 gadus vecs pensionārs, dzīvo Zemgalē, krievs, nepilsonis, sarunvaloda ģimenē: krievu)

Redzot to, kā viena un tā pati ziņa, cik viņa dažādi tiek pasniegta, interpretēta un tā tālāk, ja tu gribi kas... saprast, kas notiek, tad ir jālasa un jāliek kopā no vairākiem no šiem te medijiem un kanāliem.

(62 gadus veca ārste, dzīvo Rīgā, latviete, sarunvaloda ģimenē: latviešu)

Lai arī vecuma grupās „55 plus” internets kā ziņu avots spēlē mazāku lomu nekā citās paaudzēs, tomēr nebūtu pareizi secināt, ka šīs vecuma grupas vispār ir ārpus interneta ziņu plūsmas. Piemēram, ja aplūkojam 55–64 gadus vecās auditorijas, te internets ir tikpat bieži atzīts par galveno Latvijas ziņu avotu kā laikraksti.²⁰ Citādi ir ar auditorijām vecuma grupā 65–74, kur interneta loma ziņu iegūšanā ir niecīga un ziņas internetā aizstāj laikraksti, radio un, netipiski citām vecuma grupām, arī komunikācija ar līdzilvēkiem ir nozīmīgs ziņu avots.²¹

Runājot par internetu kā ziņu avotu vecākajās paaudzēs, te nozīmīgu lomu spēlē dzīves ritms – tie, kam darbā ir pieejams internets un tas ir jāizmanto darba vajadzībām, arī ir starp aktīvākajiem interneta ziņu lasītājiem, savukārt tie, kas vairs nav ekonomiski aktīvi, arī mazāk lieto vai nelieto vispār ziņas internetā.

No rīta [LNT] 900 sekundes, darbā – internets, man ir sava lapa uztaisīta ar visiem *Delfem*, *Apollo*, ar visu to, kas..., teiksim, speciālās ziņas tur, kas mani interesē.

(62 gadus veca ārste, dzīvo Rīgā, latviete, sarunvaloda ģimenē: latviešu)

Apollo, *Delfi*, *TVNET*. Nu tas dienas laikā tur. Pusdienas laikā var ieiet apskatīties kādu informāciju. [...] Esot darbā.

(53 gadus veca, strādā personālvadībā valsts iestādē, dzīvo Rīgā, latviete, sarunvaloda ģimenē: latviešu)

Es neskatos bieži televizoru un radio, es diezgan maz mājās esmu, vairāk internetu lietoju.

(51 gadu veca projektu vadītāja valsts sektorā, dzīvo Pierīgā, latviete, sarunvaloda ģimenē: latviešu un angļu)

Tas [televizors] man ir vienīgais izziņas avots. Nu, protams, vēl ir arī radio man, es varu (viņu) klausīties. Kompjūtera man nav.

(83 gadus veca pensionāre, dzīvo Rīgā, sarunvaloda ģimenē: latviešu)

Pašas pirmās ziņas ir radio un pēc tam, tāpat, gan tā braucot tramvajā palasu avīzi, man nāk avīzes, žurnāli, un vakarā iet, protams, televizors.

(81 gadu veca pensionāre, dzīvo Rīgā, latviete, sarunvaloda ģimenē: latviešu)

Es esmu vecākās paaudzes pārstāve, tāpēc es galvenokārt visu iegūstu, visas ziņas no radio, avīzēm un žurnāliem.

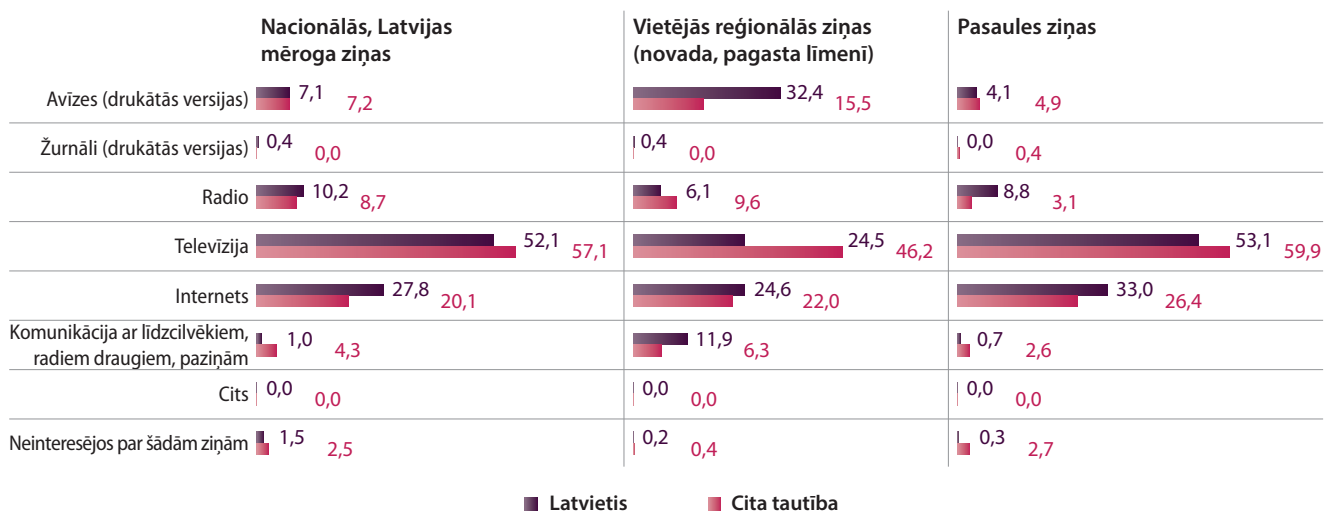
(87 gadus veca pensionāre, dzīvo Rīgā, latviete, sarunvaloda ģimenē: latviešu)

Gan latvieši, gan citu tautību mediju lietotāji kā galveno ziņu avotu visbiežāk minējuši televīziju, kurai kā otrs biežāk minētais seko internets. Lai arī nelatvieši biežāk nosaukuši televīziju kā galveno ziņu avotu nekā latvieši, savukārt latvieši biežāk kā galveno ziņu avotu minējuši internetu, gan vieni, gan otri abus medijus minējuši kā nozīmīgus ziņu avotus, tāpēc nav pamata uzskatīt, ka latviešu un citu tautību mediju lietotāju paradumi galveno ziņu avotu (mediju platformu) izvēlē būtiski atšķirtos.

²⁰ Kopumā nozīmīgākais ziņu avots vecākajās paaudzēs (55–74 gadi) ir televīzija, vēl nozīmīgs ir radio un laikraksti. Radio kā ziņu avots ir nozīmīgs visās paaudzēs (izņemot tikai 15–24 gadus vecās auditorijas), savukārt ziņu lasīšana laikrakstos izteikti ir vecākās paaudzes mediju lietotāju nodarbošanās.

²¹ Citās vecuma grupās komunikācija ar līdzilvēkiem ir nozīmīga vien tad, kad runa ir par vietējām ziņām, bet 65–74 gadus veco auditorijās šis ir nozīmīgs arī nacionālo un pasaules ziņu avots.

23. attēls. Galvenais ziņu avots, %, visi respondenti, tautība, 2011

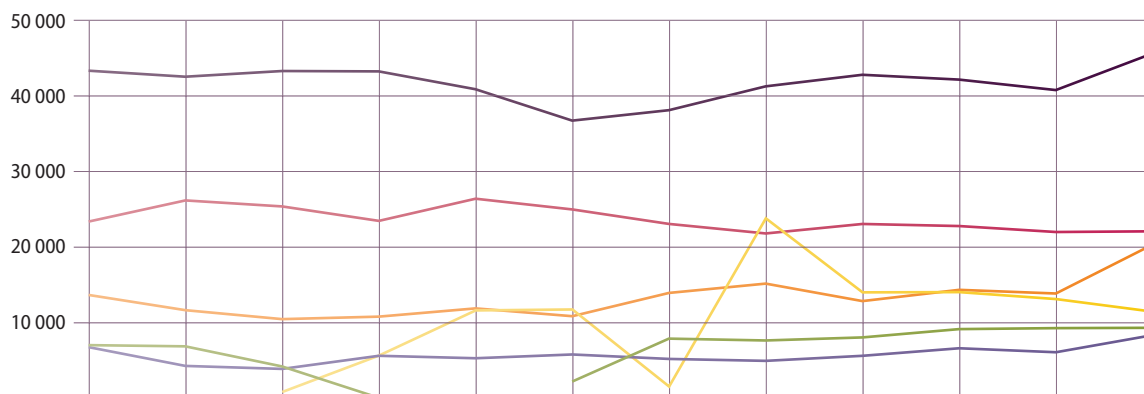


Dati: TNS Latvia

3.2. TV ziņu raidījumu auditoriju statistika

Pēdējos gados ir palielinājies TV ziņu raidījumu kopējais raidlaiks šajā pētījumā iekļautos TV kanālos – LTV1, LTV7, LNT, TV3, PBK un TV5 Rīga. 2000. gadā ziņu kopējais raidlaiks bija 94 839 minūtes²², bet 2011. gadā kopējās ziņu ētera minūtes jau sasniedza 118 057 minūtes. 2011. gadā vislielākais ziņu raidījumu apjoms bija PBK, LTV1 un LNT.

24. attēls. TV ziņu raidījumu kopējais raidlaiks minūtēs, 2000–2011



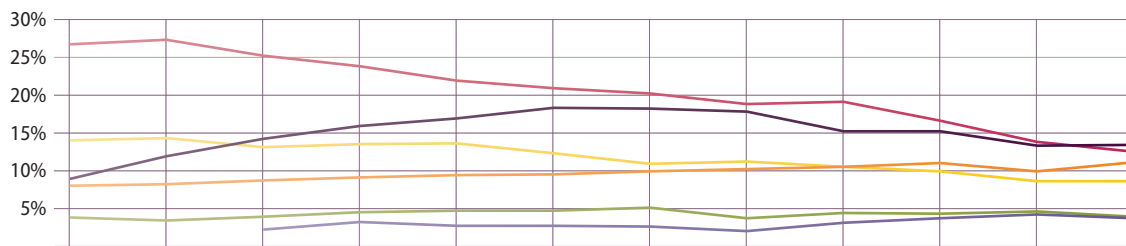
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
PBK	43 502	42 706	43 459	43 410	41 050	36 900	38 281	41 431	42 961	42 324	40 939	45 783
LTV1	23 559	26 354	25 560	23 649	26 579	25 161	23 245	21 985	23 241	22 965	22 177	22 269
LNT	13 843	11 831	10 646	10 976	12 067	11 034	14 111	15 342	13 032	14 519	14 035	20 503
TV5 Rīga	n/d	n/d	1 060	5 879	11 851	11 976	1 787	24 026	14 240	14 271	13 351	11 688
TV3	6 987	6 827	4 170	26	n/d	2 168	7 847	7 603	8 006	9 105	9 236	9 278
LTV7	6 948	4 467	4 071	5 806	5 482	5 980	5 391	5 136	5 804	6 802	6 275	8 536

Dati: TNS Latvia

Kopš 2012. gada vienam īpašniekam – zviedru mediju kompānijai MTG – piederošie kanāli TV3 un LNT pēdējos gados ir cīnījušies par populārākā televīzijas kanāla statusu Latvijā, pastumjot malā sabiedriskās televīzijas 1. programmu, kuru pēdējos gados apstaidzis arī krievvalodīgo auditorijās populārais PBK. Lai arī pēdējos gados teju visi šajā pētījumā iekļautie TV kanāli ir piedzīvojuši lejupslīdi auditoriju apjomā, ko, paplašinot TV auditoriju izvēles iespējas, lielā mērā ir paātrinājuši arī pāreja no analogās uz ciparu virszemes TV apraidi, sabiedriskās televīzijas abi kanāli – LTV1 un LTV7 – joprojām atpaliek no tirgus līderiem, un tas neizbēgami ietekmē arī ziņu raidījumu popularitāti sabiedriskajā televīzijā.

²² Šajā gadā uzskaitē vēl nav iekļauti ziņu raidījumi TV5 Rīga kanālā.

25. attēls. TV kanālu gada vidējā skatīšanās laika daļa, share %, 2000–2011



	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
TV3	9,1	12,1	14,4	16,1	17,1	18,5	18,4	18	15,4	15,4	13,5	13,6
LNT	26,9	27,5	25,4	24,0	22,1	21,1	20,4	19	19,3	16,8	14	12,7
PBK	8,2	8,4	8,9	9,3	9,6	9,7	10,1	10,4	10,7	11,2	10,1	11,3
LTV1	14,2	14,5	13,3	13,7	13,8	12,5	11,1	11,4	10,7	10,1	8,8	8,8
LTV7	4,0	3,6	4,1	4,7	4,9	4,9	5,3	3,9	4,6	4,5	4,8	4,1
TV5 Rīga	n/d	n/d	2,4	3,4	2,9	2,9	2,8	2,2	3,3	3,9	4,4	3,9

Dati: TNS Latvia

Desmit gados ir būtiski mainījies TV kanālu sarindojums populārāko ziņu raidījumu sarakstā, TV ziņu tirgus kļuvis piesātinātāks, un cīņa par auditoriju uzmanību – sīvāka. Pēdējos gados palielinājusies konkurence ne tikai TV ziņu, bet arī aktuālo problēmu raidījumu ražošanā, jo komerctelevizijas ne tikai attīstījušas savus ziņu dienestus, bet arī sākušas piedāvāt populārus analitiskās un pētnieciskās žurnālistikas produktus – TV3 *Nekā personīga*, LNT *Ziņu Top 10*, speciālie vēlēšanu projekti. Tāpat jāņem vērā, ka šajos gados ļoti strauji ir kāpis interneta ziņu piedāvājums un lietošana. Tātad var secināt, ka ziņu ražošanas vide Latvijā kopumā ir kļuvusi konkurences piesātinātāka un kādreizējā monopoliste LTV šodien ir tikai viens no daudziem ziņu resursiem.

Jau drīz pēc Padomju Savienības sabrukuma LTV zaudēja monopolstāvokli TV ziņu ražošanā Latvijā – darbu uzsāka pirmās privātās TV studijas. Nopietnu konkurenci LTV ziņām veidoja 1992. gadā darbu sākušās NTV-5 ziņas – pirmā nevalstiskā televīzijas ziņu programma Latvijā (Brikše, 2002). „Tas viss un daudz kas cits šovakar NTV-5 vakara ziņās,” ierasti ziņu raidījuma sākumā, piesakot ziņu tematus, sacīja tā vadītāji – jauna žurnālistu paaudze, un Rietumu TV ziņu žurnālistikas tradīcijas ienāca Latvijas žurnālistikā līdz ar NTV-5 parādīšanos. NTV-5 apvienojoties ar rīta ziņu kanālu Picca-TV, 1996. gadā darbu sāka LNT, kuras pašreklāmā toreiz jaunās telekompānijas veidotāji līdzās filmu un seriālu programmai solīja arī „pašas jaunākās ziņas Latvijā un pasaulē”. LNT vakara ziņu pārraide kļūst par *Panorāmas* galveno konkurentu nākamajos gados.

Deviņdesmito gadu otrā pusē ir laiks, kad lielākās televīzijas auditorijas Latvijā pulcējas ap LNT kanālā izrādītājam ASV mākslas filmām, seriāliem un Latīņamerikāņu telenovelēm. LNT ir skatītākais TV kanāls šajā laikā – piemēram, 1997. gada martā LNT nedēļas vidējā skatīšanās laika daļa (*weekly share*) ir 41 procents, savukārt LTV1 teju uz pusi mazāka – 24 procenti, un atšķirībā no sabiedriskās televīzijas, kuras auditorijās dominē vecākās paaudzes, LNT ir ļoti populāra visās vecuma grupās. Tāpat LNT ir sekmīgāka, uzrunājot etnisko mazākumgrupu auditorijas. LNT izdodas izveidot spēcīgu ziņu dienestu un pārvilināt pie sevis arī daļu *Panorāmas* auditoriju.

Kompānijas *Baltic Media Facts* dati rāda, ka 1995. gadā *Panorāmas* vidējā auditorija (*rtg%*) bija 33,6 procenti, 1997. gadā – pēc tam kad iepriekšējā gadā darbu ir sākusi LNT – tā ir nokritusies uz 27 procentiem un turpina samazināties nākamajos gados: 1998. gadā – 23 procenti, 1999. gadā – 14,7 procenti. Tomēr, par spīti LNT ziņu klātbūtnei un lejupejošajiem auditoriju rādītājiem, *Panorāma* joprojām pulcē lielas auditorijas un ir priekšā LNT ziņām cīņā par auditoriju uzmanību. Salīdzinājumam, 1999. gadā LNT ziņu vidējā auditorija ir 10,4 procenti.

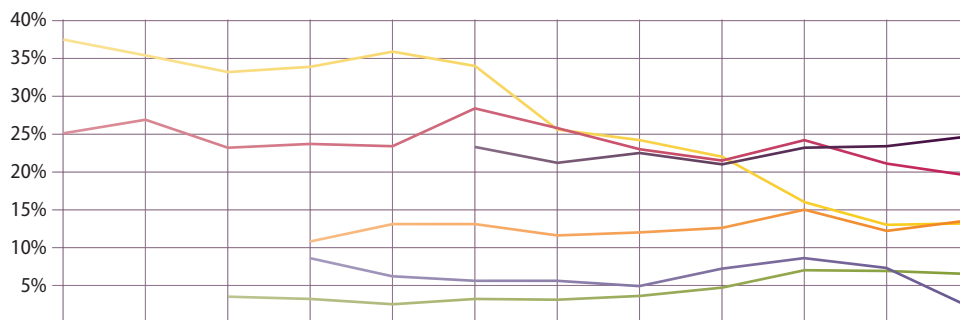
Neraugoties uz nelielām svārstībām 21. gadsimta sākumā, līdz pat 2006. gadam, *Panorāma* ir pārliecinošs līderis vakara televīzijas ziņu raidījumu reitingu sacensībā. Šajā laikā *Panorāmas* auditoriju skaitļi ir ļoti augsti, tie joprojām ir lielāki par *Panorāmas* galveno konkurentu – LNT ziņām. Tas ir arī laiks, kad LTV ziņu piedāvājumu papildina jauni, spēcīgi žurnālistikas produkti – asās, konfrontējošās intervijas žanra raidījums *Mūsu cilvēks*, vēlāk svētdienu *De facto*, piedāvājot spilgtu analīzi un pētniecību.

„Tas vakara rituāls – *Panorāma*, kad visi nākam kopā, ir viens no tādiem kopības momentiem. Tu visu dienu skrien, tu esi darbos, bet tad tu zini, ka tā Latvija kaut kur uz pusdeviņiem [*Panorāmas* ētera laiks] tā savācās un tad sāk domāt kaut kādas vienas domas par to, kas notiek ar mums šajā valstī,” *Panorāmas* 45 gadu jubilejas raidījumā 2003. gadā sacīja toreizējais ziņu dienesta vadītājs Gundars Rēders.

LNT ziņām izdodas pietuvoties *Panorāmai* un sasniegt pat nedaudz lielākas auditorijas tikai 2006. gadā, kad pirmo reizi strauji krītas *Panorāmas* skatītāju skaits un pirmo reizi reitingu sacensībā tā zaudē vakara skatītākās TV ziņu pārraides statusu Latvijā. Nākamajos gados abu konkurējošo ziņu raidījumu – LNT ziņu un *Panorāmas* – auditorijas ir līdzīgas, bet 2009. gadā otro reizi strauji sarūk *Panorāmas* skatītāju skaits un neatlaidīgi turpina samazināties nākamajos gados, stabilizējoties 2011. gadā.

Jaunā gadsimta pirmās desmitgades otrajā pusē ziņu dienestu paplašina TV3 – no 2005. gada septembra TV3 ziņas ēterā ir kā atsevišķa pārraide, pirms tam ziņu sadaļa tika iekļauta raidījumā *Bez tabu laiks*, un, lai arī TV3 ziņu izplešanās atņem auditorijas arī LNT ziņām, tomēr *Panorāma* šajā cīņā par auditoriju uzmanību ir kļuvusi par lielāku cietēju. Konkurences saasināšanās sakrīt ar laiku, kad LTV ziņu dienestu novājina ziņu žurnālistu un televīzijas vadības nesaskaņu radītā turbulence – 2006. gadā mainās ziņu dienesta vadība, bet gadu vēlāk – 2007. gadā – vairāki LTV ziņu žurnālisti aiziet no darba. Līdz ar *Panorāmas* auditoriju rādītāju kritumu ir samazinājies arī kopējais ziņu raidījumu auditoriju apjoms sabiedriskās televīzijas 1. programmā.

26. attēls. TV vakara ziņu raidījumu gada vidējā skatīšanās laika daļa, share %, 2000–2011



	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
TV3 Ziņas	n/d	n/d	n/d	n/d	n/d	23,4	21,3	22,6	21,1	23,3	23,5	24,8
LNT Ziņas	25,2	27,0	23,3	23,8	23,5	28,5	25,9	23,1	21,6	24,3	21,2	19,6
PBK Latvijas laiks	n/d	n/d	n/d	10,9	13,2	13,2	11,7	12,1	12,7	15,1	12,3	13,7
LTV1 Panorāma	37,6	35,5	33,3	34,0	36,0	34,1	25,7	24,3	22,1	16,1	13,1	13,3
TV5 Ziņas/ Ziņu vakars (kr.val.)	n/d	n/d	3,6	3,3	2,6	3,3	3,2	3,7	4,8	7,1	7	6,6
LTV7 Ziņas (kr.val.)	n/d	n/d	n/d	8,7	6,3	5,7	5,7	5,0	7,3	8,7	7,4	2,3

Dati: TNS Latvia

27. attēls. TV ziņu raidījumu gada vidējā auditorija kanālā kopā, rtg %, 2000–2011



	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
TV3	2,4	3,7	4,0	2,0	n/d	8,9	7,5	8,5	8,1	8,7	8,5	8,7
LTV1	8,1	7,2	7,7	8,2	8,8	8,2	6,4	6,5	6,1	6,1	5,2	5,1
LNT	7,7	8,0	7,7	8,1	8,3	10,6	8,2	6,7	7,1	7,6	5,9	4,6
PBK	1,8	1,5	1,8	1,9	2,6	2,5	2,3	2,4	2,6	3,0	2,5	2,7
TV5 Rīga	n/d	n/d	0,7	0,8	0,7	0,8	1,1	0,4	1,5	2,4	2,2	2,0
LTV7	2,2	3,1	3,3	3,2	2,3	1,9	1,8	1,5	2,3	2,8	2,3	1,7

Dati: TNS Latvia

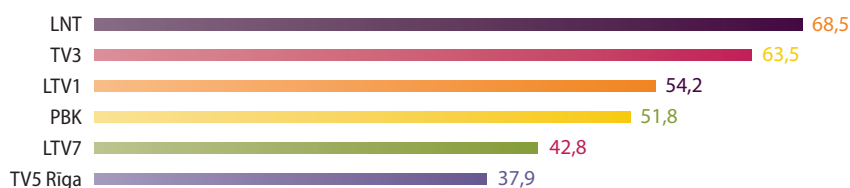
Lai arī *Panorāma* ir tradīcijām bagātākais LTV1 ziņu raidījumus, pēdējos gados, vismaz spriežot pēc auditoriju kvantitatīvajiem datiem, *Panorāmas* auditorijām turpinot sarukt, skatītāju skaitu ir izdevies palielināt LTV1 ziņu raidījumam *Šodien Latvijā un pasaulē*, kas ēterā ir pl. 18.00. 2010. gada vidējā auditorija ziņām pl. 18.00 bija pat lielāka nekā *Panorāmai*. Fokusgrupas diskusijas atklāja, ka LTV1 skatītāji mēdz aizstāt *Panorāmas* skatīšanos ar ziņām pl. 18.00. Daudzi izvēlas šo ziņu raidījumu arī tādēļ, ka tās ir vienkārši pirmās vakara ziņas nacionālajos televīzijas kanālos jeb, citējot kādu diskusijas dalībnieku, „pirmās ziņas pēc darba”.

2011. gada rudenī LTV veica izmaiņas *Panorāmas* koncepcijā, paziņojot, ka raidījums turpmāk dienas hronikas vietā piedāvās notikumu un procesu analīzi. Kā rāda regulārie auditoriju mērījumi, tas ir ļāvis sākotnēji paplašināt *Panorāmas* skatītāju loku, tomēr auditoriju kāpums nav bijis noturīgs, un pēc sākotnējā reitingu kāpuma tie drīz atkal piedzīvoja lejupslīdi, un *Panorāma* reitingu tabulā joprojām ir aiz TV3 un LNT vakara ziņu raidījumiem.

Lai arī pēdējos gados ziņu raidījumiem krievu valodā LTV7 kanālā bija izdevies atgūt auditoriju uzmanību pēc kritiena auditoriju statistikā laika posmā no 2005. gada līdz 2007. gadam, 2011. gadā auditorijas atkal ir strauji aizgājušas prom no ziņām šajā kanālā. Tāpat kā ziņas krievu valodā TV5 Rīga kanālā sabiedriskās televīzijas ziņas krievu valodā ir mazāk skatītas nekā krievvalodīgo auditorijās populārā PBK.

Populārākie ziņu raidījumi speciāli šī pētījuma vajadzībām veiktās aptaujas laikā 2011. gada jūlija beigās un augusta sākumā bija LNT un TV3 kanālā. 68,5 procenti respondentu atzina, ka pēdējos mēnešos skatījušies ziņu raidījumus (un ne tikai vakara ziņu pārraides) LNT, un 63,5 procenti – TV3. Tālāk ar līdzīgu auditoriju interesi ierindojas ziņas LTV1 un PBK, bet mazāk bija tādu skatītāju, kas bijuši uzticīgi ziņu raidījumiem LTV7 un TV5 Rīga.

28. attēls. „Esmu pēdējo trīs mēnešu laikā skatījis ziņu raidījumus šajā kanālā”, %, visi respondenti, 2011



Dati: TNS Latvia

3.3. TV ziņu raidījumu lietošanas paradumi

Nemot vērā, ka abi sabiedriskās televīzijas kanāli nepulcē lielas auditorijas un daudzu Latvijas iedzīvotāju ikdienas televīzijas lietošanā LTV1 un LTV7 spēlē nenozīmīgu lomu, nav pārsteidzoši, ka arī ziņu raidījumi šajos kanālos nebauda lielu popularitāti. Tie, kas ir uzticīgie LTV1 skatītāji – latvieši, gados veci cilvēki, laukos dzīvojošie – arī ir ziņu raidījuma *Panorāma* pamata auditorijas. Attiecīgi starp LTV1 ziņu raidījumu skatītājiem ir ļoti maz jaunu cilvēku un nelatviešu.

3.3.1. TV ziņas, ikdienas dzīve un sabiedrības noskaņojums

Fokusgrupas diskusijās dominēja viedokļi, ka vakara ziņu raidījumu saturs ir identisks jeb, citējot diskusijas dalībnieci, 27 gadus vecu juriskonsulti „visur tās ziņas ir plus, mīnus vienādas”. Tādēļ, auditorijuprāt, ziņas vienā TV kanālā var aizstāt ar ziņām citā kanālā un nav nepieciešamības skatīties ziņas vairākos televīzijas kanālos. Izņemot vecākās paaudzes, daudzi atzīst, ka ikvakara TV ziņu pieredzē parasti iekļauj tikai vienu ziņu raidījumu, un tas visbiežāk ir kādā no tiem televīzijas kanāliem, ko indivīds ikdienā skatās visbiežāk.

Daudziem šie paradumi ir nenoturīgi – vienā vakarā var dot priekšroku viena kanāla ziņām, otrā – cita kanāla ziņām, vienlaikus var skatīties ziņas vairākos kanālos, nemitīgi pārslēdzot kanālus, tāpat kādu vakaru vispār var izlaist ziņu skatīšanos. To nosaka dažādi faktori – sākot no cilvēka ikdienas rutīnām un beidzot ar ne-ziņu satura piedāvājumu citos TV kanālos. Bez tam *Panorāmas* ētera laiks nav izdevīgs, jo pirms tam jau ir pārraidītas gan TV3, gan LNT ziņas.

Citu kanālu ziņas jau ir bijušas pirms tam, tātad tā aktualitāte [*Panorāmā*] mazliet zaudē, tā informācija jau ir zināma.

(45 gadus vecs, nodarbojas ar lauksaimniecību un mežsaimniecību, dzīvo Kurzemē, latvietis, sarunvaloda ģimenē: latviešu)

Es tās ziņas jau trešajā [TV3] noklausījusies, nu, tad es domāju tur [*Panorāmā*] jau tas pats atkārtosies par to pašu politiku.

(83 gadus veca pensionāre, dzīvo Rīgā, sarunvaloda ģimenē: latviešu)

Ja būtu, piemēram, *Panorāma* pirmā, es noteikti *Panorāmu* skatītos, ja, bet, kad es esmu izgājusi vienām [LNT], varbūt vēl bišķi otrām ziņām [TV3], nu trešās... Nu vienu trīsreiz malt, nu, tas tāpat kā lasīt *Kas Jauns* un *Privāto Dzīvi*, ja, viss tas pats, tikai ar nedēļas nobīdi varbūt.

(31 gadu veca ierēdne, dzīvo Kurzemē, latviete, sarunvaloda ģimenē: latviešu)

Bet tur kāda jēga [skatīties *Panorāmu*], pirms tam taču visas ziņas jau ir dzirdētas. [...] Zini, kad *Panorāmu* kādreiz paskatās, tiešām kaut kas tāds, ļoti tāds aktuāls noticis, kaut vai tad, kad tie hokejisti... [gāja bojā aviokatastrofā]. Tad vairāk, tad visas ziņas pēc kārtas paskatās, nu, varbūt kaut ko vairāk. Bet tā parasti ikdienā, nē. [...] Vēlēšanas tak bija, tad jau arī mēs spaidījām tad no viena kanāla uz otru, kur kādu jaunāku informāciju varēs dzirdēt.

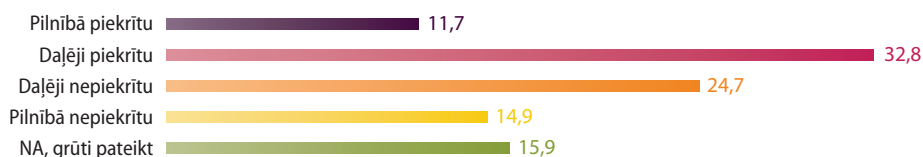
(39 gadus veca skolēna asistente, dzīvo Vidzemē, latviete, sarunvaloda ģimenē: latviešu)

Ja nekas, teiksim, applūdis vai, vai nobrucis, vai, vai, teiksim, kaut kāda katastrofa, vai kaut kas tāds, tad pašas ziņas, viņas ir ļoti, nu, viendabīgas, vienmuļas, ja. Nu klausīties par valstsvīriem, kas ko ir pieņēmis un kur aizbraucis, kas ir notiesāts un attaisnots un kas, kas kādus vārdus kuram ir teicis. Nu, tas jau nemaina, pa kuru kanālu es klausos viņu.

(57 gadus veca radiologa asistente, dzīvo Rīgā, latviete, sarunvaloda ģimenē: latviešu un krievu)

Tiem, kas nav LTV lojālās auditorijas, ziņas LTV1 un LTV7 ir tikai viena no izvēlēm, ko var viegli aizstāt ar ziņu raidījumiem citos kanālos. Lai arī saskaņā ar likumu LTV bauda sabiedriskās televīzijas statusu, auditoriju ziņu izvēlēs tas spēlē ļoti mazu lomu. Auditorijas nemeklē ziņas LTV tikai tāpēc, ka tā ir sabiedriskā televīzija, īpaši jau ņemot vērā to, ka daudziem šis koncepts ir nesaprotams un LTV vairāk tiek uztverta kā valsts televīzija. Tikai mazāk kā puse – 44,5 procenti – aptaujas dalībnieku piekrita apgalvojumam, ka LTV kā sabiedriskā televīzija nodrošina augstākas kvalitātes ziņu raidījumus nekā citi, privātie TV kanāli, bet daudziem bija grūti sniegt novērtējumu.

29. attēls. „LTV kā sabiedriskā televīzija nodrošina augstākas kvalitātes ziņu raidījumus nekā citi, privātie TV kanāli”, %, visi respondenti, 2012



Dati: TNS Latvia

Kā jau minēts iepriekš, daudziem televīzija vispirms ir izklaides avots, iespēja aizbēgt no ikdienas grūtībām, atpūsties, tāpēc ziņas nespēlē tik nozīmīgu lomu kopējā televīzijas lietošanas struktūrā. Tāpat kā citās valstīs arī Latvijā mediju lietotāji bieži sūdzas, ka ziņu saturā dominē „sliktās ziņas”, un arī šī pētījuma fokusgrupas diskusijās bieži izskanēja viedoklis – TV ziņas vispār neskatos, jo ziņās ir daudz negatīvas informācijas (piemēram, amatpersonu pārkāpumu izraisītie skandāli, ekonomiskās lejupslīdes konsekvences), gribas no tā norobežoties. „Man negribas to negāciju,” sacīja diskusijas dalībniece, 32 gadus veca vadītāja uzņēmumā, un aizbēgt no „sliktajām ziņām” palīdz izdarīt izklaide televīzijā – piemēram, seriāls *UgunsGrēks*, kas, kā izskanēja fokusgrupas diskusijās, ļauj „atslēgties” no ikdienas problēmām – gan pašu, gan ar mediju starpniecību piedzīvotajām.

Nu, skatāties caur logu – negatīvs, lasām ziņas – negatīvs. Kāpēc slēgt televizoru? Tur ir vēlme šovu, nevis parastu programmu [pa LTV] [skatīties]. Televīzija, viņa jau ir radīta tam, lai sagādātu cilvēkiem prieku.

(30 gadus vecs dzelzceļa darbinieks, dzīvo Latgalē, latvietis, sarunvaloda ģimenē: krievu)

Es vienkārši neskatos ziņas. Nu, pirmkārt, viņas pārsvarā ir negatīvas, un tikai tu lasi... un man liekas arvien vairāk – ārprāts, ārprāts, cik mums viss ir slikti, un vispār krīze un... principā, nu, viss, nu, kur vairs tālāk. Nu, tas tā, man liekas, ļoti nomāc cilvēkus, un viņi arī tad nāk tādi visi nelaimīgi – ārprāts, tu izlasīji, ak, Dievs, kas tur noticis, ārprāts, ārprāts... un tādi stresaini.

(27 gadus veca valsts sektorā strādājoša juriskonsulte, dzīvo Rīgā, latviete, sarunvaloda ģimenē: latviešu)

Kādreiz es vairāk skatījos *Panorāmu*. [...] Es nogurstu no tā, ka tur [Panorāmā] [...] šausmas, atkal kāds kaut ko no tiem augstajiem vīriem un sievietēm tur ir kaut ko atkal izdarījuši, mani nospiež tas, ja, man sāk jau apnikt, piegriezties un vienkārši, nu, es tur neko nevaru darīt. [...] Atkal kāds kaut ko tur ir savārtījis, izdarījis, kaut ko atklāj un kaut ko atkal tur, un tad tur ir KNAB, un tad tur vēl kaut kas. Pēdējā gada laikā, ja, tas ir tā pilnīgi nospiedis, ka man nepatīk vairs tamdēļ jau vien varbūt. Ir jāzina šī patiesība, bet te vienkārši ir par daudz kaut kas.

(55 gadus veca agronome, dzīvo Kurzemē, latviete, sarunvaloda ģimenē: latviešu)

Pētījumu kompānijas SKDS aptaujas dati rāda, ka pēdējos gados, kad Latviju smagi ir skāruši ekonomiskie satricinājumi, ir palielinājies to iedzīvotāju skaits, kuri regulāri neseko līdz politiskajām aktualitātēm. Ja 2009. gadā 36,5 procenti aptaujāto atzina, ka regulāri neseko līdz politiskajiem notikumiem valstī, tad gadu vēlāk tādi bija jau 43,1 procenti, 2011. gadā – 45,6 procenti un 2012. gadā – 43 procenti.

Tātad varam pieņemt, ka ekonomiskās situācijas pasliktināšanās ir mazinājusi iedzīvotāju interesi par ziņām kopumā un palielinājusi patvēruma meklēšanu televīzijas izklaidē. Tā var būt arī pretreakcija uz milzīgo informācijas plūsmu, ar kuras apstrādi jātiek galā mediju lietotājiem šodien. Šāds sabiedrības noskaņojums arī var izskaidrot novēršanos no *Panorāmas* un

sabiedriskās televīzijas kopumā, jo tieši tā auditoriju acīs asociējas ar politiskās dzīves reprezentācijām. Fokusgrupas diskusijās daudzi uzsvēra, ka atšķirībā no citu TV kanālu ziņu raidījumiem tieši *Panorāma* vairāk uzmanības pievērš politikas ziņām, daudzi arī atzīmē *Panorāmas* oficiālo informācijas pasniegšanas toni.

Tad arī Saeima noteikti asociējas ar LTV1, jo vienmēr tās visas ziņas tiek tur no turienes..., politiķi tur pilns, ar viņiem ir visas ziņas.

(20 gadus veca studente, dzīvo Latgalē, latviete, sarunvaloda ģimenē: latviešu)

Pārbāzts ar politiku vienkārši, ārkārtīgi politizēti.

(31 gads, strādā bērnu un jauniešu centrā, dzīvo Rīgā, krieviete, sarunvaloda ģimenē: krievu)

Turklāt interneta ziņu popularitāte ir mainījusi arī ziņu lietošanas vietu starp pārējām cilvēku ikdienas rutīnām. Īpaši jaunu cilvēku auditorijās tiešsaistes ziņu lasīšana nemitīgi pavada viņus pārējās darba stundu aktivitātēs, kas kompensē vakara TV ziņu neskatīšanos. Vakars pie televizora ir atstāts tikai izklaidei, atslodzei no ikdienas darbiem un arī ikdienas ziņu plūsmas jeb, kā teica kāda fokusgrupas diskusijas dalībniece – „lai ne par ko nedomātu, jo jau diena ir beigusies, un es gribu vienkārši atpūsties”.

Vakarā pārsvarā tur *Foxlife* visādi seriāli vai *Diva Universal*. Nav jau tā īsti vairs uz ziņām. Vakarā gribas vairāk atpūsties nekā klausīties visādas ziņas arī. Nu darba laikā jā klausās, es tā uzskatu. Mājās, kad tu jau gatavo vakariņas, tomēr seriāli ir daudz noderīgāki.

(24 gadus veca policijas darbiniece, dzīvo Rīgā, latviete, sarunvaloda ģimenē: krievu)

Vispār ziņu vietā man vairāk vakarā patīk paskatīties *Discovery* vai kaut ko tādu, jo esmu piekusis un īpašas nav vēlmes kaut ko tādu klausīties kā ziņas.

(19 gadus vecs students, dzīvo Vidzemē, krievs, sarunvaloda ģimenē: krievu)

Kaut kad gribas varbūt tā pavēdināt galvu, tu atnāc no darba, tev tur... negribas, ka tev stāsta atkal kaut ko tur... tu varbūt gribi tur *UgunsGrēku* paskatīties, kaut ko tādu.

(31 gadu veca ierēdne, dzīvo Kurzemē, latviete, sarunvaloda ģimenē: latviešu)

Aizraujoša ziņu pasniegšanas forma, ar kuru komerctelevīzijas aizvilkina auditorijas prom no sabiedriskās televīzijas, labāk iekļaujas pieprasījumā pēc televīzijas kā izklaides resursa pretēji konservatīvajam ziņu pasniegšanas veidam sabiedriskajā televīzijā. Tieši ar pievilcīgu ziņu formu komerctelevīzijas sekmīgi uzrunā jaunus cilvēkus un vidējās paaudzes. Spriežot pēc viedokļiem, kas izskanēja fokusgrupas diskusijās, auditoriju (un svarīgi uzsvērt – gan latviešu, gan citu tautību auditoriju) acīs *Panorāma* neasociējas ar modernām TV ziņām, bet drīzāk ar vecmodīgām, stagnējošām, šodienas auditoriju gaidām neatbilstošām, ko var raksturot kā pieprasījumu pēc dinamiskām un krāšņām, aizraujošām ziņām.

„Drūma”, „nav dinamikas, nav asumu, pasausa”, „šablonisks noformējums, pelēcīgs”, „oficiāli, garlaicīgi, runājošas galvas skumji runā, gari sižeti”, „skumji, sausi, nav *action*”, „gari sižeti, kas uzreiz novērš uzmanību”, „konservatīvais pasniegšanas stils, smagnējs sākums un tumšs tāds, tumša noskaņa”, „informācijas pasniegšana ir kā šujmašīna, klabina bez apstājas”, „neinteresanti stāsta, tā kā viņiem pašiem būtu tas neinteresanti, sēž un lasa”, „sākas ļoti tādā pesimistiskā, tādā ļoti konservatīvā tonī”, „gari sižeti, bieži vien tukši sižeti”, „būtu forši, ja būtu, teiksim, divi komentētāji, vismaz būtu kaut kāda dinamika”, „nedzīvi, tāda ļoti oficiāla informācija iet”, „nekas īpaši nav mainījies kopš viņa [*Panorāma*] parādījās” – ar šādiem vārdiem tika raksturota *Panorāma* pēc tam, kad diskusijas dalībniekiem tika demonstrēts fragments no iepriekšējā vakara raidījuma.

To [*Panorāmu*] var kā radio klausīties, ja, jo tu neko nezaudēsi, bet, ja tu nepaskatīsies šīs ziņas, nu, tur LNT vai kā..., tu būsi pazaudējis, jo viņi..., tur pārsvarā ir jāredz to, ko rāda. [...] TV3 ir vieglāka valoda, tautai pieejamāka valoda, ja, nav tik oficiāli, sausa valoda. Patīk tas, ka, piemēram, pat bērns var piesaistīt ziņām.

(37 gadus veca skolotāja, dzīvo Latgalē, latviete, sarunvaloda ģimenē: latviešu un krievu)

Pirmais kanāls [LTV1], tas ir, nu, tā – nopietni, konkrēti, tā – viens, divi, trīs, un variantu nav, a LNT – pajoko, krāsaināks, vieglāks, tieši uztvere ir vieglāka.

(35 gadus veca pašvaldības darbiniece, dzīvo Latgalē, krieviete, sarunvaloda ģimenē: krievu)

Tur kā no padomju laika visi sēdēja pie tā galda, tie diktori, tā viņi vēl joprojām tur sēž. [...] Pārāk sausas. [...] Viņi tā kā norunā tikai to informāciju, tās ziņas, un nekādas viņai tādas emocijas, nekas tur tāds, nu. Citos kanālos drīkst izteikt tās savas emocijas, viņi kaut ko tur vēl pasaka no sevis klāt. Bet tur tikai sēž un norunā to informāciju, un tas ir viss. [...] Viņi varbūt kā valsts televīzija, viņi nedrīkst atļauties no sevis tur kaut ko pielikt klāt.

(39 gadus veca skolēna asistente, dzīvo Vidzemē, latviete, sarunvaloda ģimenē: latviešu)

Brīvāk jūtas, viņi brīvāki, LNT, – viņi [LTV] tādi baigi sasaistītie, vēl nav atbrīvojušies, diezgan nebrīvi, jā saka, jūtas tādos kaut kādos rāmjos, bet LNT, viņi jūtas arī daudz brīvāk, var just, ka viņi neturas tik ļoti pie lapiņas.

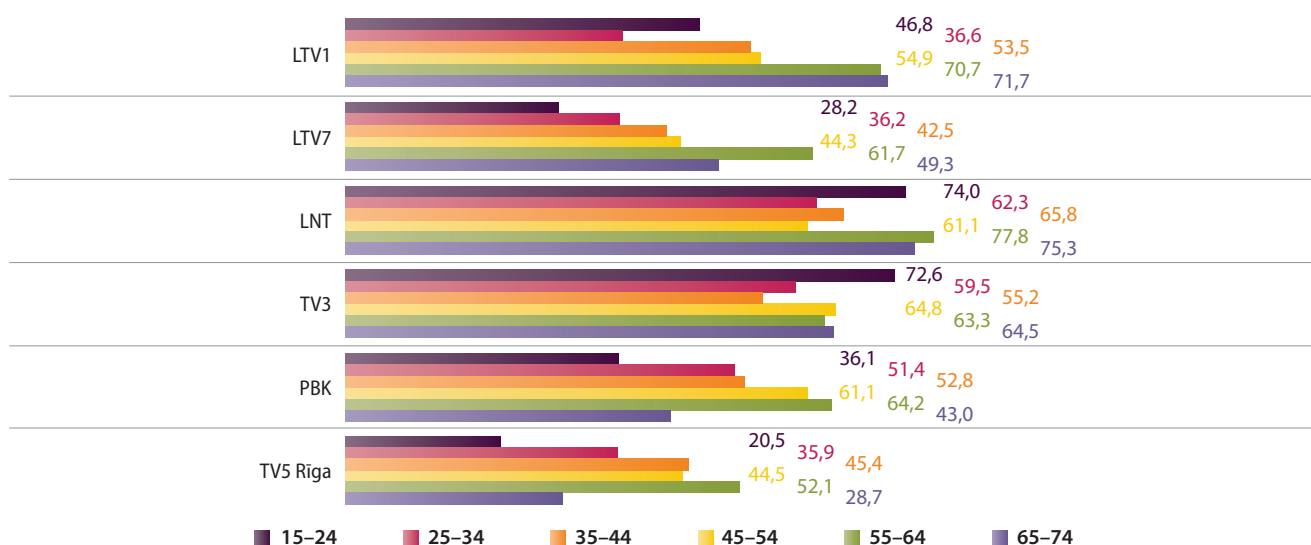
(51 gadu veca projektu vadītāja valsts sektorā, dzīvo Pierīgā, latviete, sarunvaloda ģimenē: latviešu un angļu)

3.3.2. TV ziņas, Panorāma un jauni cilvēki

Aptaujā jaunieši vecumā no 15 līdz 24 gadiem biežāk minēja, ka ziņu raidījumus pēdējos trīs mēnešos ir skatījušies LNT un TV3 kanālā – pat nedaudz vairāk kā 70 procenti norādīja, ka šajos TV kanālos skatījušies ziņas. Arī nākamajās vecuma grupās (25–44 gadi) populārākas ir ziņas šajos komerckanālos, un vienīgi vecākās paaudzes (55–74 gadi) ziņu raidījumu izvēlē ir devušas priekšroku LTV1, kā arī LNT.

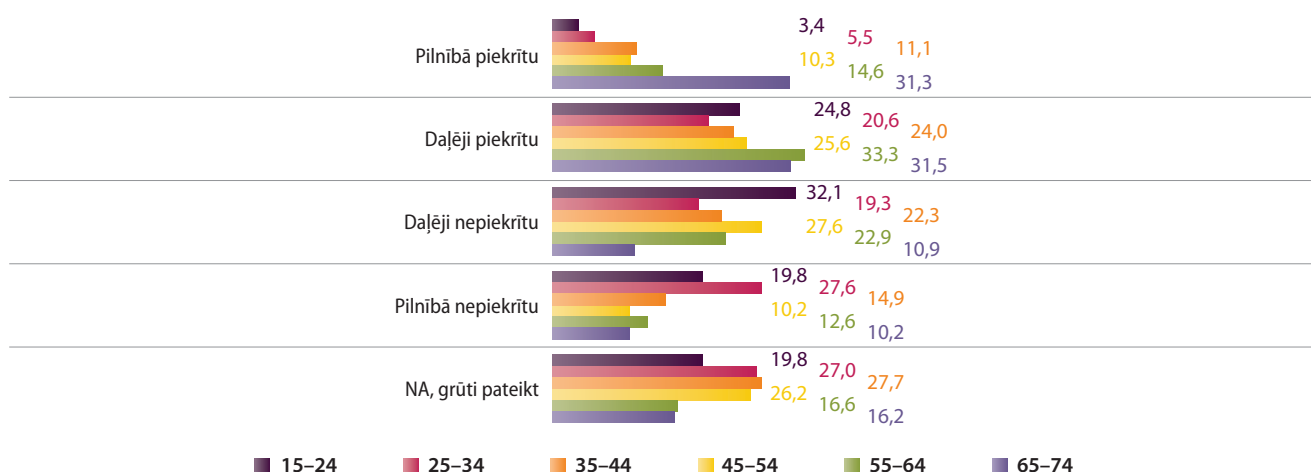
Kamēr par LNT salīdzinoši augstu interesi izrāda arī citas paaudzes, LTV1 ziņu raidījumu auditorijās dominē vecākās paaudzes skatītāji – „55 plus” vecuma grupas. Šajās vecuma grupās ir arī daudz tādu, kas ziņas galvenokārt skatās tieši LTV1. Savukārt tikai nedaudz vairāk kā puse aptaujāto vecuma grupā 35–54 gadi norādījuši, ka pēdējos trīs mēnešos ir skatījušies ziņas LTV1 kanālā, bet jauniešu auditorijās (15–34 gadi) šādu respondentu skaits pat nesasniedz pusi aptaujāto. Vēl mazāk jauniešu vidū un vidējās paaudzēs ir tādu, kas ziņas galvenokārt skatās tieši sabiedriskās televīzijas 1. programmā.²³

30. attēls. „Esmu pēdējo trīs mēnešu laikā skatījis ziņu raidījumus šajā kanālā”, %, visi respondenti, vecums, 2011



Dati: TNS Latvia

31. attēls. LTV1 ziņu raidījumu novērtējums auditorijās: „Esmu uzticīgs šī TV kanāla ziņu raidījumu skatītājs, galvenokārt ziņas skatos tieši šajā TV kanālā”, %, visi respondenti, kuri zina LTV1, vecums, 2011



Dati: TNS Latvia

²³ LTV1 ziņu raidījumu auditoriju vecuma struktūra atbilst kopējam LTV1 auditoriju sociāldemogrāfiskajam portretam. Izteikti lielākā daļa LTV1 skatītāju 2010. gadā bija vecuma grupā virs 55 gadiem, un šajā vecuma grupā LTV1 bija otrs populārākais kanāls tūlīt aiz LNT. Jauni cilvēki (15–34 gadi) visvairāk laika bija pavadījuši, skatoties TV3 un LNT, un LTV1 ziņu televīzijas skatīšanās pieredzē spēlēja ļoti mazu lomu. Nedaudz lielāka interese par LTV1 bija starp 35 līdz 54 gadus vecajiem, tomēr arī šajā vecuma grupā favorītkanāli ir citi – TV3, PBK un LNT (Baltic Institute of Social Sciences, 2011).

Kā parādīja fokusgrupas diskusijas, jauniem cilvēkiem nozīmīgu lomu televīzijas kanālu izvēlē spēlē mediju lietošanas paradumi ģimenē. Ja ģimenē nav tradīcijas skatīties sabiedrisko televīziju, tad tādas nav arī jaunākās paaudzes vidū. „Vienīgais, man liekas, brīdis, kad mēs visa ģimene skatāmies LTV1, tas ir uz pāris sekundēm, kad ir jaunais gads un kad ir prezidenta uzruna,” sacīja 21 gadu veca studente, fokusgrupas diskusijas dalībniece.

Līdzīgi, ja vecāki ignorē ziņas sabiedriskajā televīzijā, tā darīs arī viņu atvases – ja ģimenē galvenais kanāls ir TV3 vai LNT, tad arī jaunākās paaudzes skatīsies ziņās šajā kanālā vai – ja vecāku izvēle ir par labu PBK, tā rīkosies arī viņu atvases. Arī aptauja rāda, ka 15–24 gadus vecie latviešu jaunieši dod priekšroku LNT un TV3 ziņām, savukārt citu tautību jaunieši – PBK ziņām. Tie ir kopumā populārākie kanāli šajās etniskajās grupās.

Latviešu ģimenēs vecākās paaudzes ir tās, kas uztur saikni starp sabiedrisko televīziju un pārējiem ģimenes locekļiem. Latviešu jaunieši parasti, kad runā par LTV1, atsaucas uz bērnības atmiņām vai savu vecāku un vecvecāku LTV1 skatīšanās pieredzi, bet viņiem pašiem ir garāmejoša saskare ar sabiedrisko televīziju. Izņēmums ir tikai sporta sacensību translācijas LTV7 kanālā.

Es arī [agrāk] vairāk skatījos [*Panorāmu*], jo bija tā, ka tad vēl bija arī mana omīte dzīva un viņa skatījās regulāri *Panorāmu*, un tad arī ieejot vakarā..., mēs vienā mājā dzīvojām, ieejot istabā, nu, vienkārši arī... tur visbiežāk viņai bija, kad es gāju, Latvijas pirmais kanāls [LTV1].

(27 gadus vecs skolotājs, dzīvo Kurzemē, latvietis, sarunvaloda ģimenē: latviešu)

Man vectēvs agrāk, tāds puskurls, baigi kaļi grieza to *Panorāmu* tā, ka visa māja rībēja, to es atceros.

(24 gadus vecs medicīnas inženierijas un fizikas students, dzīvo Rīgā, latvietis, sarunvaloda ģimenē: latviešu)

Pirmais kanāls [LTV1] man asociējas ar veciem cilvēkiem, man viņš [LTV1] man liekas ir vienkārši mūžīgi... Man viņu vecmāte skatījās, kad vēl bija melnbaltais televizors viņai.

(19 gadus veca studente, dzīvo Vidzemē, latviete, sarunvaloda ģimenē: latviešu)

Tā mūzika [*Panorāmas* identifikācijas signāls] sākās, man asociējās... bērnībā, kad *Panorāma* beidzās, uzreiz bija jāiet gulēt.

(23 gadus veca ārstniecības studente, dzīvo Rīgā, latviete, sarunvaloda ģimenē: latviešu)

Vakara pasaciņa. Man liekas tad, kad es maza biju, tas bija tāds kā mans bezmaz vai likums iet skatīties vakara pasaciņu. Manuprāt, tas bija pa LTV1.

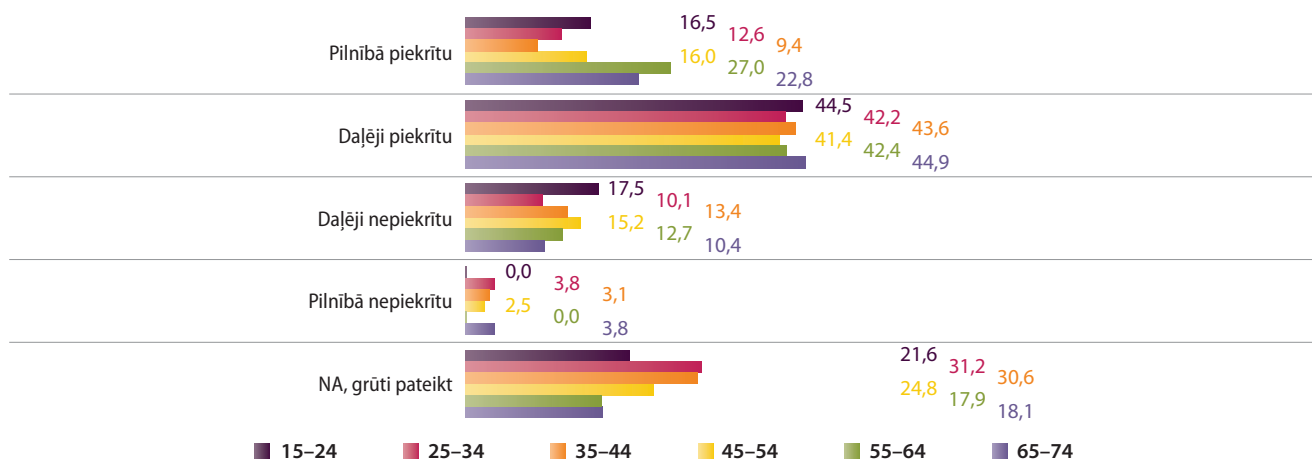
(20 gadus veca studente, dzīvo Latgalē, latviete, sarunvaloda ģimenē: latviešu)

Jauniešu priekšstats LTV ir nopietna, garlaicīga, vecmodīga, veciem cilvēkiem domāta televīzija. Sabiedriskās televīzijas piedāvājums neiekļaujas viņu priekšstats par televīzijas uzdevumiem viņu dzīvēs – televīzija, tā vispirms ir izklaide: mūzika, filmas un seriāli, sports, auto, humors, populārzinātne, utt., tas ir fons citām aktivitātēm, veids, kā piepildīt laiku tad, kad nav nekā cita, ko darīt. „Pārsvār tā ir tīrā izklaide, vai nu arī aiz garlaicības,” tā 20 gadus vecs students, fokusgrupas diskusijas dalībnieks, runāja par savu televīzijas skatīšanās pieredzi.

3.3.3. TV ziņas, *Panorāma* un vecākās paaudzes

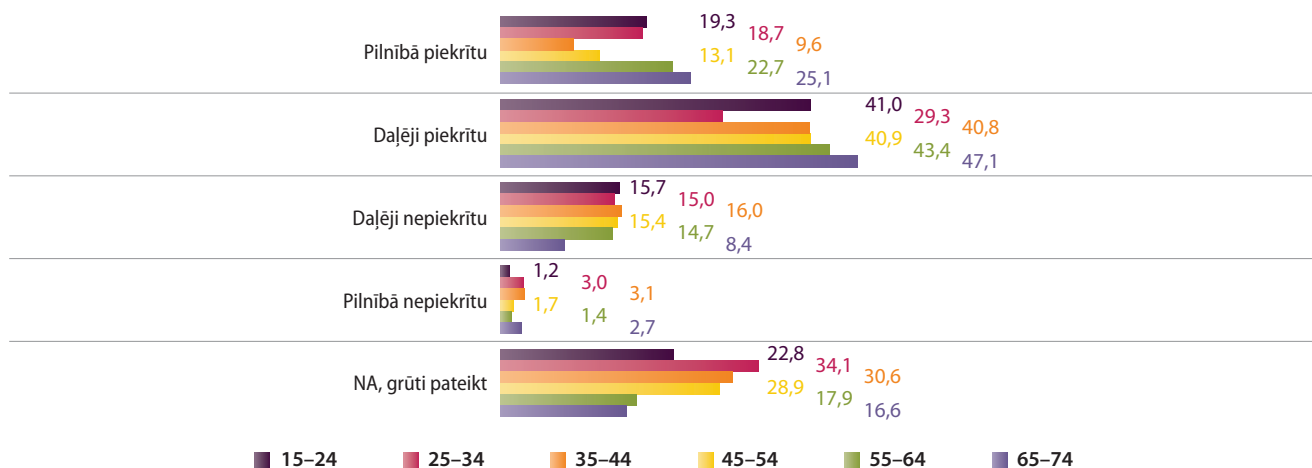
Uzticīgākās LTV1 ziņu raidījumu auditorijas ir tās, kas sasniegušas 55 gadu sliekšni un vecākas, un attiecīgi šajās vecuma grupās arī vairāk ir to, kas LTV1 ziņu raidījumiem sniedz pozitīvu novērtējumu. Vidēji ap 70 procentiem aptaujāto vecuma grupā no 65 līdz 74 gadiem piekrita apgalvojumam, ka LTV1 ziņas vēsta par viņiem svarīgiem tematiem un informācija tiek pasniegta interesanti un saprotami. Divdesmitgadnieku un trīsdesmitgadnieku vidū apmierināto ir tikai apmēram puse aptaujāto šajās vecuma grupās. Ziņas TV3 un LNT šajās vecuma grupās saņēmušas augstākus novērtējumus, īpaši 15–24 gadīgo vērtējums par ziņām šajās komerctelevisijās ir būtiski augstāks par to vērtējumu, ko jaunieši devuši ziņām LTV1 kanālā.

32. attēls. LTV1 ziņu raidījumu novērtējums auditorijās: „Ziņu raidījumi informē par man svarīgiem tematiem”, %, visi respondenti, kuri zina LTV1, vecums, 2011



Dati: TNS Latvia

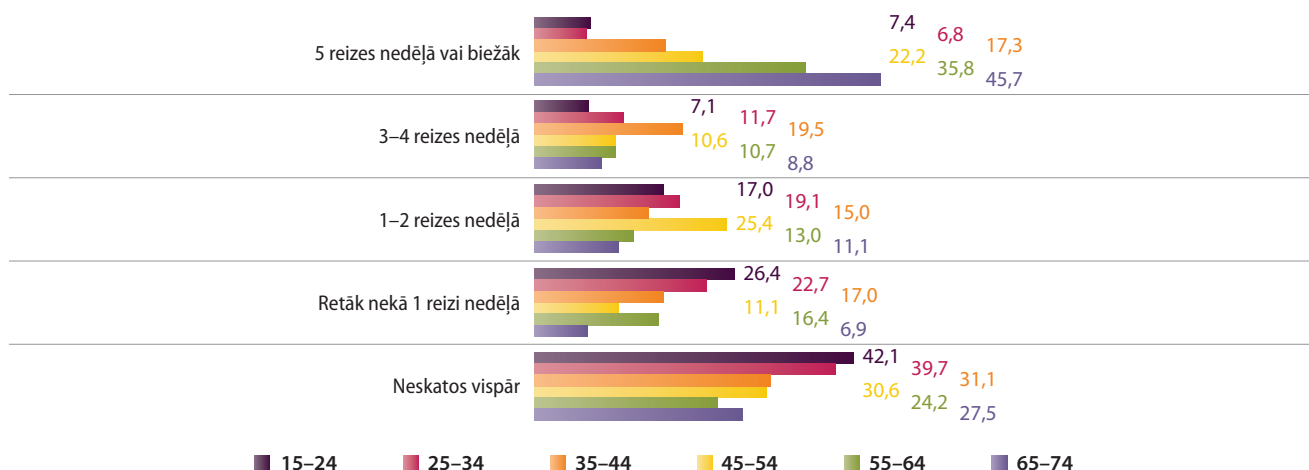
33. attēls. LTV1 ziņu raidījumu novērtējums auditorijās: „Ziņu raidījumi sniedz informāciju man interesantā un saprotamā veidā”, %, visi respondenti, kuri zina LTV1, vecums, 2011



Dati: TNS Latvia

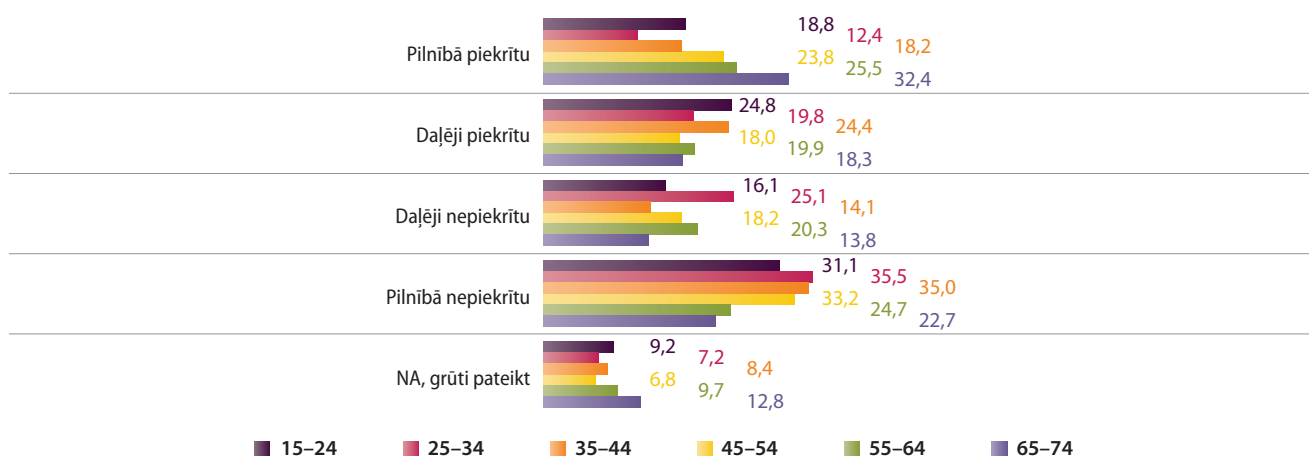
Nešaubīgi, tieši vecākās paaudzes ir vairāk pieķērušās raidījumam *Panorāma*. 50,7 procenti starp 65–74 gadus vecajiem atzīst, ka viņiem šī raidījuma pietrūktu, ja tas pārtrauktu darbību. Tas nav pārsteidzoši, jo visvairāk *Panorāmas* regulāro skatītāju ir tieši šajā vecuma grupā – 45,7 procenti no 65–74 gadus vecajiem respondentiem, kas skatās vakara TV ziņu raidījumus, *Panorāmu* skatās piecas reizes nedēļā vai biežāk. Citās vecuma grupās auditoriju emocionālās saiknes ar *Panorāmu* nav tik spēcīgas, un tā 25–34 gadus veco vidū tikai 32,2 procentiem pietrūktu *Panorāmas*.

34. attēls. „Cik bieži skatāties ziņu raidījumu *Panorāma* LTV1 kanālā pl. 20.30?%, visi respondenti, kas skatās vakara TV ziņu raidījumus, vecums, 2012



Dati: TNS Latvia

35. attēls. LTV1 ziņu raidījumu novērtējums auditorijās: „Man pietrūku LTV ziņu raidījums *Panorāma*, ja tas pārtrauku darbību”, visi respondenti, vecums, 2012



Dati: TNS Latvia

Gados vecāki cilvēki kopumā vairāk skatās LTV1, un *Panorāma* spēlē nozīmīgu lomu šajā rituālā. Turklāt piecdesmitgadniekiem un vecākām paaudzēm *Panorāmas* skatīšanās ir tradīcija, kas sākusies vēl tad, kad padomju gados *Panorāma* bija vienīgā izvēle, ja runājam par TV ziņām latviešu valodā. Pieradums – tā visbiežāk izvēli par labu *Panorāmai* raksturo tās uzticīgās auditorijas. Pārējās paaudzēs šādu spēcīgu tradīciju skatīties *Panorāmu* nav.

Kā redzēsiet nākamajos diskusiju fragmentos, *Panorāmas* lojālajām auditorijām šis raidījums nav tikai nozīmīga daļa no viņu personiskās TV ziņu skatīšanās pieredzes daudzu gadu garumā, bet ir arī saistīts ar nozīmīgu vēsturisku pavērsienu valsts dzīvē – Atmodas laiku, kas kopā veido īpašas emocionālas saiknes starp *Panorāmu* un tās uzticīgajiem skatītājiem.

Es vienkārši esmu pieradusi, tas ir pieradums, droši vien tālab. Tas apmēram tā, kā citi skatās *UgunsGrēku*, pazīst tos personāžus, es arī, man liekas, ka es pazīstu [LTV ziņu] diktorus un zinu, man patīk.

(58 gadus veca skolotāja, dzīvo Kurzemē, sarunvaloda ģimenē: latviešu)

Es laikam tā vairāk iemīlējusi esmu tos diktorus. Man liekas, ka viņi tā, tā visu nopietni dara. Tā, kā jāstrādā visiem – nopietni. Es nezīnu, laikam tā ierasts ir. Ieradumam ar liels spēks ir. [...] Man patīk viņu dikcija, patīk viņu stāja. Tā ierasts laikam.

(87 gadus veca pensionāre, dzīvo Rīgā, latviete, sarunvaloda ģimenē: latviešu)

Tāda *Panorāma* viņa bija agrāk, tieši tāda informācijas daļa, es domāju, viņa neatšķiras par to, ko es redzēju kādreiz 20 gadus atpakaļ, ko man tēvs lika. Viņš man neatļāva skatīties hokeju, kamēr es nebiju ziņas noskatījusies. Un palicis tāpēc ir atmiņā, ka viņa informācijas dēļ ir palikusi tieši tāda, kāda viņa ir tagad. Viņa nav izmainījusies. Secība – politika, sports, kultūra. Secība tieši tā pati.

(56 gadus veca lauksaimniece, dzīvo Vidzemē, sarunvaloda ģimenē: latviešu)

Tā [*Panorāma*] ir saistīta ar visu mūsu pagātņi, tad, kad mēs vispār katru vakaru sēdējām pie televizora divdesmit gadus atpakaļ.

(62 gadi, nestrādā, dzīvo Rīgā, latviete, sarunvaloda ģimenē: latviešu)

1995. gada kompānijas *Baltic Media Facts* televīzijas auditoriju mērījumi rāda, ka *Panorāma* ir ļoti populāra vecuma grupās no 35 gadiem. Tie ir šodienas piecdesmitgadnieki un vecākas paaudzes. Toreiz, 90. gadu vidū, 18–34 gadus vecajiem interese par *Panorāmu* bija mazāka, un vēl mazāka – jauniešu vidū, tas ir, starp 12–17 gadus vecajiem. Tie ir šodienas trīsdesmitgadnieki, četrdesmitgadnieki, kuri dod priekšroku ziņām komerctelevizijās – TV3, LNT. Tas nozīmē, ka *Panorāmas* auditorijās ir maza ataudze – lojālās auditorijas ir tās, kuras tādas bija pirms 15, 20 un vairāk gadiem, bet jaunas maz nāk klāt.

Kā secināts pētījumā, analizējot ziņu mediju vidi Lielbritānijā, nekas neliecina, ka šodienas lojālās TV ziņu raidījumu auditorijas – vecākās paaudzes – nomainīs gados jaunāki skatītāji, kļūstot vecāki (Harrison, 2006). Tātad TV ziņu auditoriju novecošana nav tikai Latvijas vai tikai LTV problēma, tomēr LTV situāciju būtiski pasliktina fakts, ka tie nav tikai padsmītgadnieki, divdesmitgadnieki, kas novēršas no ziņām sabiedriskajā televīzijā – šīs vecuma grupas arī citās valstīs izrāda mazu interesi par konvencionālajām TV ziņām, bet arī vidējās paaudzes ir ļoti maz pārstāvētas LTV ziņu auditorijās.

Lai arī, salīdzinot ar komerctelevizijām LNT un TV3, LTV1 ziņu raidījumu auditorijas ir mazākas, īpaši jaunu cilvēku un etnisko mazākumgrupu vidū, tomēr starp LTV1 ziņu raidījumu skatītājiem ir vairāk tādu, kuru ģimenes ienākumi ir augstāki, kā arī tādu, kuriem ir augstākā izglītība. Kā parādīja fokusgrupas diskusijas, šo skatītāju grupu var raksturot kā LTV „lojālos kritiķus”. Šīs ir tās auditorijas, kurām LTV liktenis nav vienaldzīgs, tās pārdzīvo sabiedriskās televīzijas neveiksmes – piemēram, pazīstamu TV seju pazušānu no ekrāna. Lai arī uzticīgi *Panorāmai*, šie skatītāji ir arī kritiski savos vērtējumos par tās sniegumu un sagaida uzlabojumus – piemēram, rosina vairāk uzmanības veltīt pasaules jaunumiem.

Tur nav, man liekas, arī tā pasaules elpa, nu, tā kā es skatos arī vienalga citas ziņas, tur, kanālos angļu valodā, un tad man, nu, liekas, tā kā kompensējās. [..] Ir tādi notikumi pasaulē, mēs to ļoti maz zinām.

(43 gadus veca dzīvnieku patversmes direktore, dzīvo Rīgā, latviete, sarunvaloda ģimenē: latviešu)

Kopumā par *Panorāmu* es gribēju teikt, ka ir drausmīga, drausmīga nesabalansētība. [..] Ir, teiksim, ir kaut kādas tēmas, notiek tur raidījums, no trīsdesmit minūtēm piecpadsmit iet par politiku, un tad pēkšņi parādās kaut kāda ziņa vispār ne no kā, vienkārši no gaisa kaut kāda. Manuprāt, svarīgas ziņas tur neparāda, teiksim, no ārzemju ziņām.

(31 gads, strādā bērnu un jauniešu centrā, dzīvo Rīgā, krieviete, sarunvaloda ģimenē: krievu)

Ir daudz informācijas par to, kas notiek Eiropā, bieži, ja, tur, teiksim, kur plūdi un tā tālāk, ja. Bet, piemēram, maz ir informācijas par mūsu kaimiņvalstīm, tepatās, ļoti maz, teiksim, par to pašu Krieviju, ja kādreiz bija ļoti daudz... ne jau tas, ka man patiktu, ja, par to nav runas, bet vienkārši informācija, kas notiek tepat, robeža ir netālu, bet nezinām pilnīgi neko, man jāskatās krievu programma, ja. Tāpat Lietuvā, Igaunijā, mēs ļoti maz..., nezinām neko.

(55 gadus veca agronome, dzīvo Kurzemē, latviete, sarunvaloda ģimenē: latviešu)

3.3.4. Uzticēšanās politiskajai elitei, interese par politiku un *Panorāma*

Runājot par *Panorāmu*, fokusgrupas diskusijās bieži izskanēja viedoklis, ka tajā dominē politiskā dienaskārtība un politiskās elites balsis, un tās informācijas pasniegšanas tonis ir oficiāls – līdzīgi auditorijas raksturoja LTV1 kanālu kopumā. Tomēr pretreakciju politikas ziņām sabiedriskajā televīzijā veido ne tikai šī satura īpatsvars, bet arī skatupunkts, no kāda politikas ziņas tiek veidotas – centrā ir lēmumu pieņēmēji, viņu aktivitātes, paziņojumi, nevis pilsoņi, kuru ikdienas dzīves šie lēmumi ietekmē. Rezultātā indivīdi sevi redz vērotāja no malas, nevis līdzdalībnieka lomā.

Auditorijās valda noskaņojums, ka politikas process (parlamenta un valdības aktivitātes) un attiecīgi arī tā reprezentācijas televīzijas ziņās neattiecas uz viņu ikdienas dzīvē, ir ārpus viņu interešu un arī ietekmes lauka. Šie auditoriju priekšstati sasauca ar ziņu satura pētījumos konstatēto – TV ziņas maz konkretizē, ilustrē politiskos paziņojumus, rādot ierindas indivīdu dzīves pieredzi (Kruks, u.c., 2007; Kruks, Juzefovičs, 2007). Tieši tad, kad cilvēki amatpersonu lēmumos atpazīst to ietekmi uz savām interesēm, auditorijas lielā skaitā pievēršas citādi „oficiālajai” LTV ziņu plūsmai. Tā 2011. gadā, kad banku sistēmu satricināja *Latvijas Krājbankas* darba apturēšana un baumas par it kā naudas problēmām *Swedbank*, *Panorāmu* skatījās netipiski lielas auditorijas. Šajā gadījumā auditorijām zināšanas par oficiālo institūciju rīcību bija vitālas, jo tas ļāva indivīdiem pieņemt lēmumu par savu rīcību šajā krīzes situācijā.

Iepriekšējos satura pētījumos ir konstatēts, ka politikas ziņu un amatpersonu paziņojumu ir daudz ne tikai ziņās LTV, bet arī komerciālajos kanālos (Kruks, u.c., 2007; Kruks, Juzefovičs, 2007), tomēr auditoriju priekšstatus par politikas dominēšanu LTV ziņās veido sabiedriskās televīzijas kopējās satura prioritātes – par politiku runā un oficiālās personas piedalās arī ārpus ziņu raidījumiem. Turklāt uz politikas ziņām LTV auditorijas skatās citādāk, ņemot vērā auditoriju priekšstatus par LTV kā valsts televīziju (daudzi domā šādi: valsts piešķir finansējumu, tādēļ tā ir valsts televīzija), kas kalpo par komunikācijas kanālu pie varas esošo saziņā ar vienkāršajiem iedzīvotājiem. Tas labi redzams arī šajās atbildēs, kuras sniedza *Panorāmas* lojālajās auditorijās – vecākās latviešu paaudzes. Interesanti, bet tieši oficiālais un nopietnais *Panorāmas* tonis šajās auditorijās iedvēš uzticēšanos šim raidījumam.

Tur tāda objektīvāka informācija, lietišķi. [...] Tas ir tāds valsts..., nu, tāds valsts kanāls.

(58 gadus veca skolotāja, dzīvo Kurzemē, sarunvaloda ģimenē: latviešu)

Tā ir oficiāla valsts informācija. [...] Pausta varbūt valsts tāda nostāja arī, pasniedzot šos notikumus. Es tam ticu. Man jātic, jo tas tomēr ir oficiāli, nevarētu tā būt, ka es nevarētu ticēt, kaut kas sagrozīts vai kaut kas tāds.

(55 gadus veca agronome, dzīvo Kurzemē, latviete, sarunvaloda ģimenē: latviešu)

Panorāma tomēr liekas pirmā kanālā [LTV1] respektējamāka. [...] Laikam tomēr *Panorāma* ir visticamākā. Man liekas, ka viņa ir atbildīgāka. Jo viņa tomēr uzvedas, vismaz attiecībā uz *Panorāmu*, viņa uzvedas kā valsts informācijas līdzeklis. Tas nozīmē, ka informācija nāk maksimāli nesagrozīta.

(62 gadus veca ārste, dzīvo Rīgā, latviete, sarunvaloda ģimenē: latviešu)

Man liekas, ka viņi [*Panorāma*] pareizāk visu pastāsta. It kā no valsts puses vairāk. [...] *Panorāma* tomēr, man liekas, tāpat kā skolā skolotājs – ja saka, tad tā ir pareizi. [...] Tomēr viņi ir atbildīgāki par saviem izteiktajiem vārdiem, jo tas ir tomēr valsts paziņojums.

(81 gadu veca pensionāre, dzīvo Rīgā, latviete, sarunvaloda ģimenē: latviešu)

Tāpat kā latviešu arī citu tautību auditorijās dominē uzskats, ka LTV parāda valdības pasaules redzējumu, tomēr šajās auditorijās distanci pret LTV vairo fakts, ka runa ir par valdību, kurā nav pārstāvēti mazākumtautību vidū populārie politiskie spēki. Etnisko mazākumgrupu auditoriju vidū LTV bieži tiek raksturota kā televīzija latviešiem par latviešiem latviešu valodā.

Tāpat fokusgrupas diskusijās izskanēja spriedumi, ka nelatvieši ir maz pārstāvēti LTV saturā, viņu redzamība sabiedriskajā televīzijā ir zema – maz dzirdama krievu valoda, tāpat mazākumtautības maz tiek pie vārda, izņemot gadījumus, kad sarunas temats pieprasa viņu klātbūtni, maz uzstājas opozīcija, dominē valdības perspektīva. Šāda attieksme pret LTV etniskajās mazākumgrupās ir jāņem vērā, skaidrojot mazo interesi par ziņu raidījumiem sabiedriskajā televīzijā šajās auditorijās.

Jābūt tā, ka tad, kad cilvēks ieslēdz [LTV], jūt, ka... tas vispār nav viņam, bet tas, ka viņu tur tā kā gaida kā skatītāju. [...] Raidījumi, kuros cilvēki runā savā valodā, kāds krievu, kāds latviešu, tādu raidījumu ir patīkami skatīties, jūti, ka viņa apvieno [...], tas ir, viņa ir domāta visiem. Bet, kad tas ir tikai latvieši par latviešiem...

(32 gadi, strādā būvniecībā, dzīvo Rīgā, sarunvaloda ģimenē: krievu)

[Skatoties LTV1], ir sajūta, ka Latvijā krievvalodīgo iedzīvotāju nav, viss ir valsts valodā, nu, valsts valoda mums ir viena.

(30 gadus vecs dzelzceļa darbinieks, dzīvo Latgalē, latvietis, sarunvaloda ģimenē: krievu)

Paskaties viņu [LTV1], un ir sajūta, ka krievi Latvijā nav. [...] Teiksim, krievvalodīgo. Viņu vienkārši nav, viņus vienkārši nepamana. [...] Es uztveru šo kanālu [LTV1] kā tieši oficiālo valdības kanālu. Valdība sev taīsa PR. Šeit Pirmajā Baltijas [kanālā], tas ir Medvedevs un Putins, šeit [LTV1] – Latvijas valdība.

(36 gadus vecs pašvaldības referents, dzīvo Latgalē, krievs, sarunvaloda ģimenē: krievu)

Tur [LTV1] ir tikai viens viedokļu spektrs.

(23 gadus vecs uzņēmējs, dzīvo Latgalē, krievs, sarunvaloda ģimenē: krievu)

Viņi [LTV] parāda, kā dzīvo mūsu sabiedrība no valsts pozīcijām.

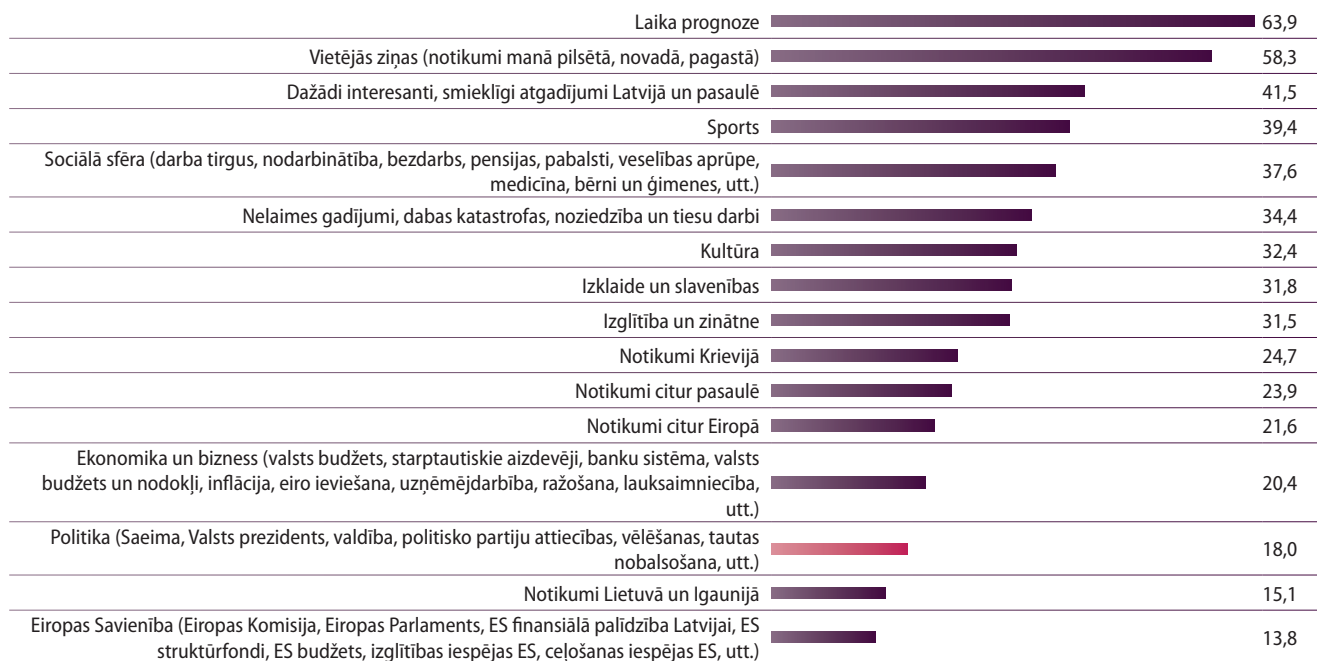
(55 gadus veca skolotāja, dzīvo Latgalē, krieviete, sarunvaloda ģimenē: krievu)

Auditorijās dominējošais priekšstats par LTV kā valsts televīziju, ar kuras starpniecību politiskā elite uzrunā sabiedrību un kurā dominē politiskā dienaskārtība, lielā mērā izskaidro arī auditoriju novēršanos no ziņām sabiedriskajā televīzijā. Aptaujā noskaidrojām, ka Latvijas iedzīvotāju vidū ir ļoti maza interese par politiku. Tāpat jāņem vērā augstie neuzticēšanās rādītāji politiskajai elitei, ko uzrāda regulārās sabiedrības noskaņojuma aptaujas.²⁴ Tātad neuzticēšanās politiskajai elitei līdz ar intereses trūkumu par politiku ietekmē arī auditoriju attieksmes un reakcijas pret oficiālajām balsīm un sejām „valsts” televīzijā.

²⁴ 2010. gada rudens Eiropas aptauja, kurā skaidrota Latvijas iedzīvotāju uzticēšanās dažādām institūcijām, rāda, ka valdībai drīzāk uzticas tikai 20 procenti aptaujāto, parlamentam – 15 procenti, un pavisam maz ir tādu, kas tā varēja teikt par politiskajām partijām – tikai 6 procenti. Tie ir vieni no zemākajiem uzticēšanās rādītājiem politiskajām institūcijām Eiropas Savienības valstu vidū.

Tikai 18 procenti respondentu atzina, ka viņiem ir liela vai ļoti liela interese par politikas ziņām. Vēl mazāka interese ir tikai par notikumiem Lietuvā un Igaunijā, kā arī par Eiropas Savienību – attiecīgi, 15,1 procenti un 13,8 procenti savu interesi par šiem tematiem novērtēja kā lielu vai ļoti lielu. Arī iedzīvotāju informētība par politikas notikumiem un procesiem ir zema. Tikai 21,5 procenti aptaujāto norādīja, ka ir labi vai ļoti labi informēti par politikas ziņām.²⁵

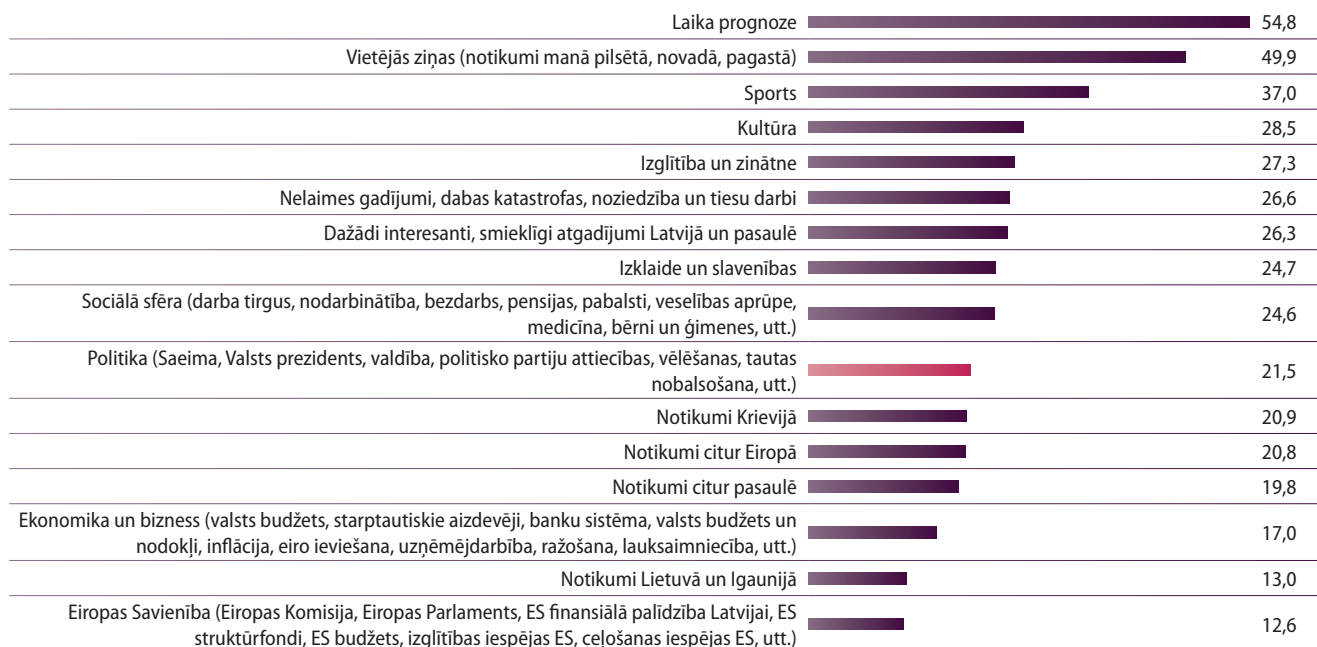
36. attēls. Intereses par dažādiem ziņu tematiem novērtējums, %, visi respondenti, 2012



* Respondenti tika lūgti novērtēt savu interesi par dažādiem ziņu tematiem kā ļoti lielu, lielu, vidēju, zemu vai ļoti zemu. Attēlā ir norādīta kopējā summa to respondentu, kuri interesi par konkrēto ziņu tematu novērtēja kā ļoti lielu vai lielu.

Dati: TNS Latvia

37. attēls. Informētības par dažādiem ziņu tematiem novērtējums, %, visi respondenti, 2012



* Respondenti tika lūgti novērtēt savu informētību par dažādiem ziņu tematiem kā ļoti labu, labu, vidēju, vāju vai ļoti vāju. Attēlā ir norādīta kopējā summa to respondentu, kuri informētību par konkrēto ziņu tematu novērtēja kā ļoti labu vai labu.

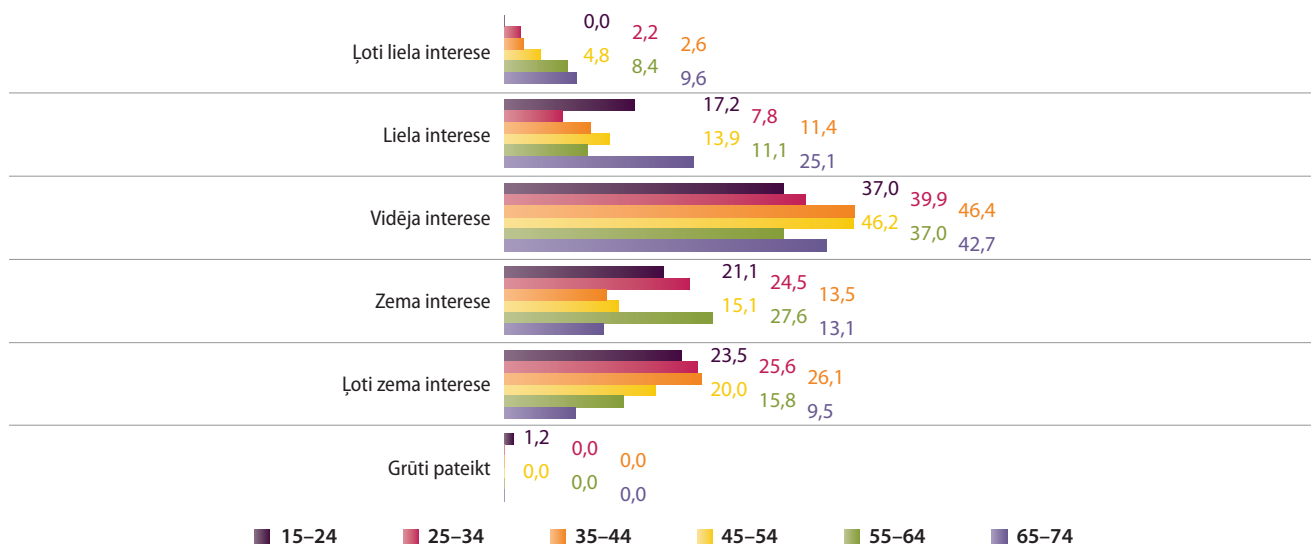
Dati: TNS Latvia

²⁵ Kā zemāku savu informētību aptaujas dalībnieki novērtēja, vien runājot par ekonomikas ziņām un Eiropas Savienību, attiecīgi – 17 procenti un 12,6 procenti atzina, ka ir labi vai ļoti labi informēti par šiem tematiem. Vislielākā Latvijas iedzīvotāju interese ir par šādiem ziņu tematiem: laika prognoze, vietējās ziņas, interesanti un smieklīgi atgadījumi, sports, kā arī sociālā sfēra.

Lielāku interesi par politikas ziņām izrāda un arī sevi par labāk informētiem šajā tematā uzskata vecākās paaudzes. Īpaši liela interese par politisko dzīvi ir vecuma grupā no 65 līdz 74 gadiem – 34,7 procenti aptaujāto šajā vecumā atzina, ka viņiem ir liela vai ļoti liela interese par politikas ziņām, citās paaudzēs šī interese ir ievērojami zemāka, un vismazākā tā ir starp 25–34 gadus vecajiem. Tādi, kuriem ir liela vai ļoti liela interese par politikas jaunumiem, šajā vecuma nogrieznī ir tikai 10 procenti.

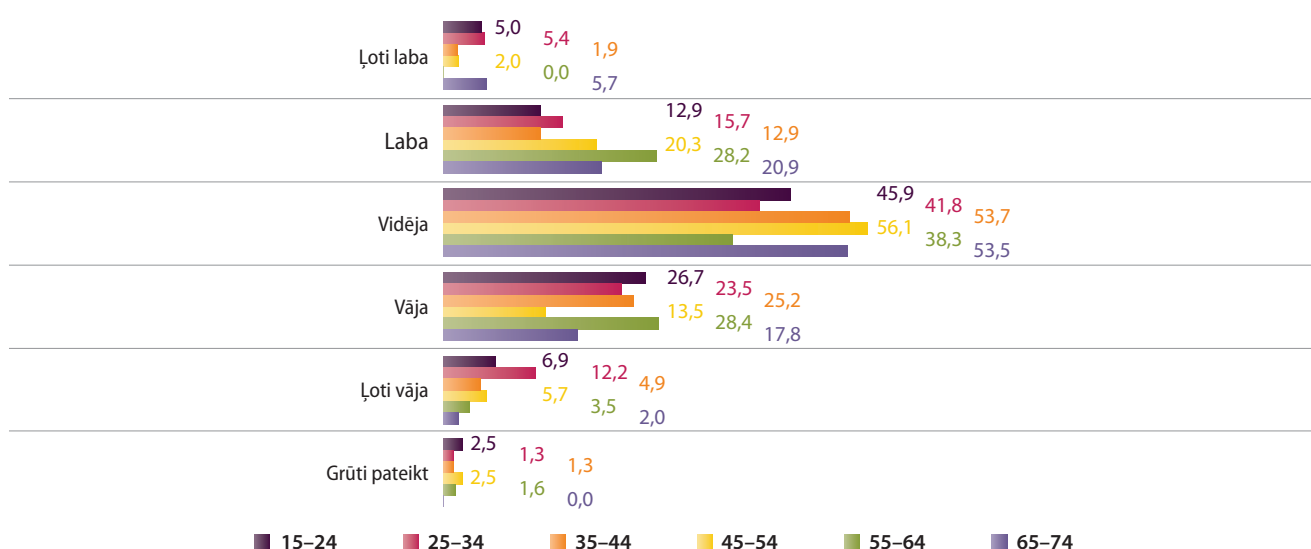
Interesanti ir arī atzīmēt, ka 15 līdz 24 gadus veco jauniešu vidū interese un informētība par politikas dzīvi nav nedz būtiski lielāka, nedz būtiski mazāka kā vidējās paaudzēs, kas ļauj domāt, ka paļaušanās uz internetu kā galveno ziņu avotu šajās auditorijās nav negatīvi ietekmējusi jauniešu vēlmi sekot līdzi politikas aktualitātēm.

38.attēls. Intereses par politikas ziņām novērtējums, %, visi respondenti, vecums, 2012



Dati: TNS Latvia

39. attēls. Informētības par politikas ziņām novērtējums, %, visi respondenti, vecums, 2012

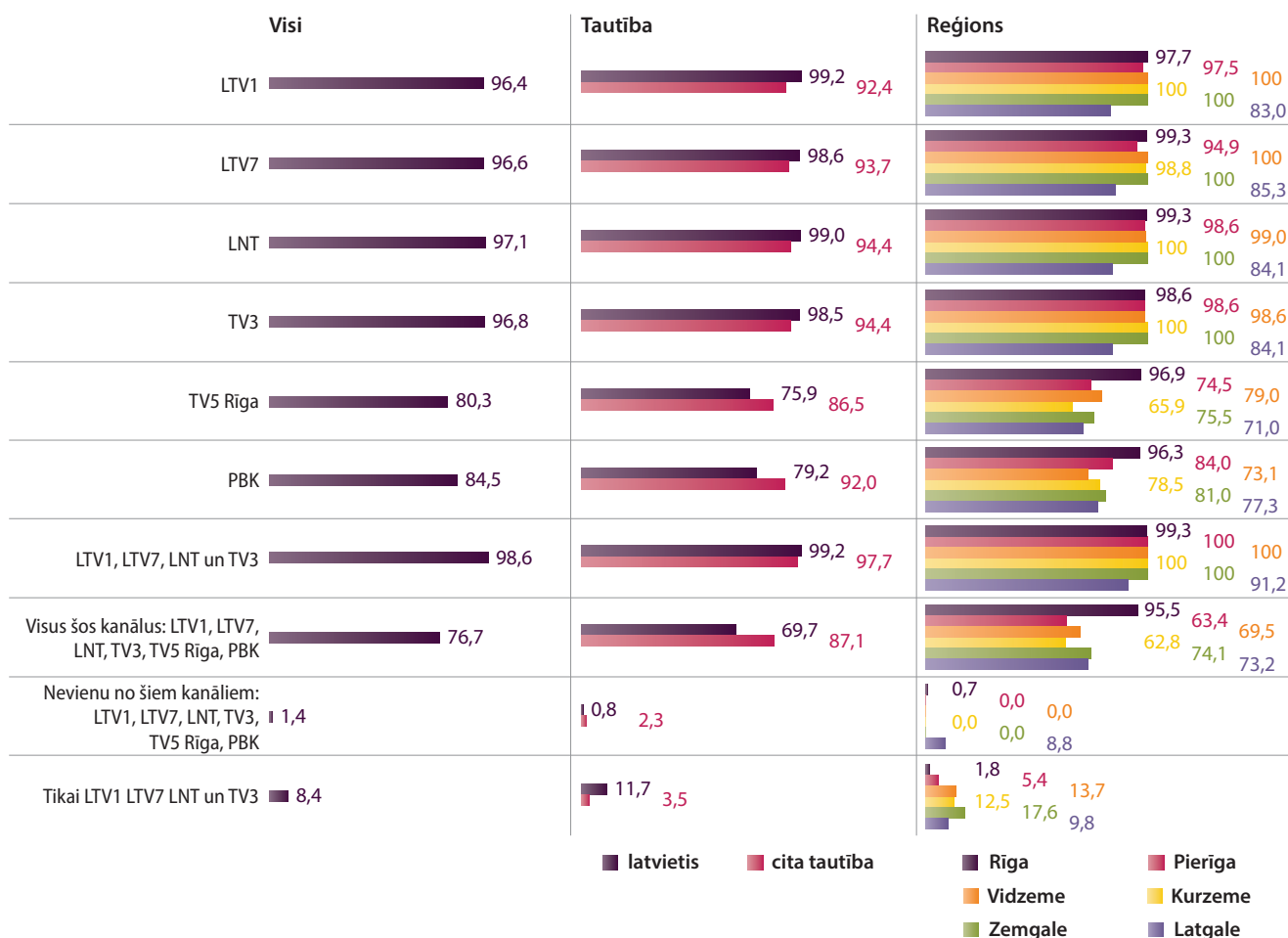


Dati: TNS Latvia

Lielāka interese par politikas ziņām ir mediju lietotājiem ar augstāku izglītību un ienākumiem, kā arī rīdziniekiem. Vairāk par politiku interesējas arī vīrieši. Tomēr nav būtisku atšķirību, ja respondentu atbildes analizē pēc etniskās piederības – notikumi uz politiskās skatuves maz interesē gan latviešus, gan citu tautību iedzīvotājus.

Zema interese un vāja informētība par Latvijas politisko dzīvi ir arī tiem aptaujas dalībniekiem, kuriem mājās nav iespējas skatīties, uztvert LTV1, LTV7, LNT, TV3, TV5 Rīga un PBK kanālu, kas nodrošina regulārus nacionālo ziņu raidījumus latviešu un krievu valodā. To, ka viņiem nav iespējas skatīties šos TV kanālus, aptaujā atzina 1,4 procenti respondentu, lielākā daļa no viņiem – citu tautību iedzīvotāji, dzīvojoši laukos, Latgalē, ar zemākiem ienākumiem un izglītības rādītājiem. Latgalē teju 9 procenti aptaujāto atzina, ka viņiem nav iespējas skatīties abas sabiedriskās televīzijas programmas, kā arī komerctelevisijas LNT, TV3, TV5 Rīga un PBK.

40. attēls. "Vai mājās ir iespēja skatīties/uztvert šādus TV kanālus: LTV1, LTV7, LNT, TV3, TV5 Rīga, PBK?", %, visi respondenti, kas skatās TV, tautība, reģions, 2012



Dati: TNS Latvia

3.3.5. Panorāma un UgunsGrēks: ziņas, izklaide un TV programmēšanas stratēģijas

2009. gads, kad ļoti strauji samazinās *Panorāmas* auditorijas, ir laiks, kad šī gada pavasarī TV3 vienlaikus ar *Panorāmas* ētera laiku darbīdienās uzsāk demonstrēt populāro vietējo seriālu *UgunsGrēks*, kurā mijas melodrāmas, situāciju komēdijas un pat detektīva elementi, stāstot par kādas viesnīcas iemītnieku dzīves sarežģījumiem. Šo seriālu pirms tam ar nosaukumu *Neprāta cena* ražoja LTV un rādīja pirms *Panorāmas* pl. 20.00, bet pārtrauca to, norādot uz finanšu problēmām, ko radījuši ekonomiskās krīzes spiestie budžeta samazinājumi.

Pēdējo gadu TV auditoriju kvantitatīvie mērījumi parāda, ka seriāla pārceļošana no LTV uz konkurējošo TV3 kanālu ir atstājusi būtiskus nospiedumus uz *Panorāmas* skatīšanās paradumiem, arī lojālajās auditoriju grupās. To apliecina novērojumi reitingu dinamikā – tad, kad *UgunsGrēkam* ir sezonas pārtraukums, palielinās *Panorāmas* skatītāju rindas, bet samazinās TV3 ziņu auditorijas.

Interesanti, ka LTV1 ziņu uzticīgās auditorijas *Panorāmas* neredzēšanu, jo tajā laikā skatās *UgunsGrēku*, kompensē ar ziņu skatīšanos pl. 18.00, kas lielā mērā ļauj izskaidrot šīs ziņu pārraides popularitātes kāpumu pēdējos gados. Kā jau minēts iepriekš, ziņām pl. 18.00 ir arī labs ētera laiks – pirmās vakara TV ziņas latviešu valodā nacionālajos kanālos. Tāpat, atceroties auditoriju protestu pret politiskās elites dienaskārtības dominēšanu *Panorāmā*, jāņem vērā, ka ziņās pl. 18.00 ir mazāk politikas, tās vietā

vairāk jaunumu no reģioniem – ziņu tuvība, tāpat kā vietējās preses gadījumā, nodrošina auditoriju interesi, turklāt auditoriju uztverē vietējās ziņas (atšķirībā no nacionālajām ziņām) biežāk ir arī „pozitīvas” ziņas – lūk, kā to definē kāda TV skatītāja:

Man arī ļoti patik ziņas sešos [18.00], man tieši arī novados, man ļoti patik, tur vispār nekad nerāda, reti rāda kaut ko negatīvu, man liekas, ka vispār tur tikai – ko atver, ko uzlabo.

(31 gadu veca ierēdne, dzīvo Kurzemē, latviete, sarunvaloda ģimenē: latviešu)

Citi izvēlē starp *Panorāmu* un *UgunsGrēku* izmanto atšķirīgas stratēģijas, lai „vilks paēdis un kaza dzīva” – piemēram, skatās *Panorāmu* seriāla reklāmas pārtraukumos, noskatās *Panorāmas* pēdējos sižetus, kad seriāls jau ir beidzies jeb, kā sacīja kāda 59 gadus veca fokusgrupas diskusijas dalībniece, *UgunsGrēka* skatītāja – „skatos *Panorāmu* astītē”, vai izvēlas seriāla atkārtojumu. Kā tas redzams nākamajos diskusiju fragmentos, izvēles izdarīšana starp *Panorāmu* un *UgunsGrēku* stāsta arī par TV lomu ģimenes ikdienas rutīnās un varas attiecībām ģimenē.

Pie *Panorāmas* tieku tajā gadījumā, ja meita nepārslēdz to *UgunsGrēku*. [...] It kā es daudz neesmu zaudējis, jo es iepriekšējās ziņas [TV3, LNT] esmu dzirdējis, nu, apmēram jau tas pats būs. [...] Tad, kad bija gaišs, tad normāli bija, kad beidza strādāt kaut kādos pusastoņos, astoņos, tad jau – kā, nevienas ziņas citas nebiju redzējis, un tad es pastāvēju uz savām tiesībām, ka man arī kaut kas jāzina ir, tad *Panorāma* tika skatīta.

(45 gadus vecs, nodarbojas ar lauksaimniecību un mēšsaimniecību, dzīvo Kurzemē, latvietis, sarunvaloda ģimenē: latviešu)

Es *Panorāmu* vairs nepaspēju, es arī skatos *UgunsGrēku*. [...] Man nav laiks viņu [*Panorāmu*] ieslēgt vairs... [...] Es kādreiz ļoti skatījos *Panorāmu*, katru vakaru, tas bija kādreiz pirms gadiem kādiem desmit, piecpadsmit. [...] Tagad es esmu vairāk pievērsusies šītai programmai [TV3], un tā es viņai tagad... vārdsakot, skatos tikai trešo [TV3]. Gribas zināt, nu, kā tur [*UgunsGrēkā*] nobeigsies, nu, taču to galu gribas zināt.

(83 gadus veca pensionāre, dzīvo Rīgā, sarunvaloda ģimenē: latviešu)

Ir, ka kādreiz gribu paskatīties to *UgunsGrēku*, tad tur ir arī reklāmas pauzes, lielas tajā *UgunsGrēkā*, kad viņi sāk reklāmu, tad es tikmēr varu *Panorāmu* [paskatīties]. Jā, es pārspiežu podziņas. Nu, ja sanāk, man iepatikas tas *UgunsGrēks*, tad es to *Panorāmu* varu bišķi palaist.

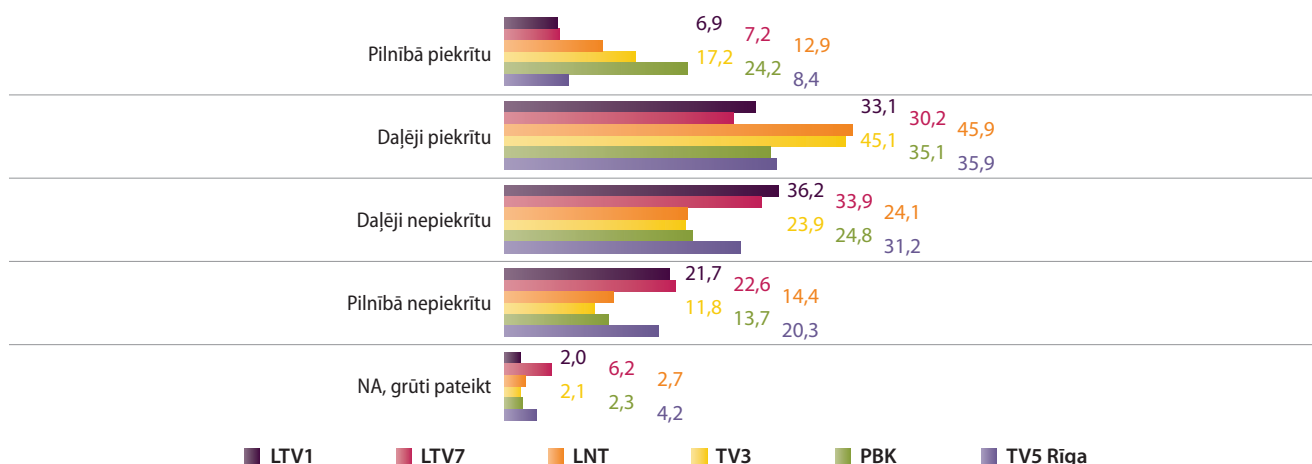
(66 gadus veca pensionāre, dzīvo Rīgā, latviete, sarunvaloda ģimenē: latviešu)

Sieva skatās [*UgunsGrēku*], un mēs kasāmies. Jau televizoru biju noslēpis, izslēdzis visus kontaktus, un viņa tāpat ieslēdza. Tas *UgunsGrēks* tracinā, man nepatīk. [...] Mēs principā neskatāmies. Ja ir atkārtojums, sieva tur paskatās. Man vispār interesanta lieta – es strādāju vienu nedēļu pa dienu, vienu nedēļu pa nakti. Nu, un tad, kad es esmu prom, tad sieva skatās, un, kad es esmu mājā, tad sieva noteikti neskatās. [...] Viņa piekāpjas.

(46 gadus vecs strādnieks, dzīvo Vidzemē, latvietis, sarunvaloda ģimenē: latviešu)

Kā rāda aptauja, starp LTV1 un īpaši LTV7 skatītājiem ir mazāk tādu, kas atzinuši, ka skatās ziņu raidījumus šajā TV kanālā, jo pirms vai pēc ziņām tiek pārraidīti citi interesanti raidījumi, filmas un seriāli. Ja LNT, TV3 un PBK skatītāju vidū apmēram 60 procenti atklāja, ka dod priekšroku šī TV kanāla ziņām, jo te pirms vai pēc ziņām demonstrē viņu iecienītos raidījumus, filmas, seriālus, tad starp LTV1 skatītājiem tādu ir 40 procenti, bet LTV7 – 37,3 procenti. TV5 Rīga gadījumā tie ir 44,3 procenti šī kanāla skatītāju.

41. attēls. TV ziņu raidījumu novērtējums auditorijās: „Skatos ziņu raidījumus šajā TV kanālā, jo pirms vai pēc ziņām tiek pārraidīti raidījumi, filmas un seriāli, kas mani interesē”, %, visi respondenti, kuri pēdējos trīs mēnešos ir skatījušies šo TV kanālu, 2011



Dati: TNS Latvia

Šie skaitļi ļauj secināt, ka auditorijas dod priekšroku ziņu raidījumiem ārpus sabiedriskās televīzijas, jo komerciālajos kanālos LNT, TV3 un PBK blakus ziņām atrod citu interesantu saturu. Piemēram, LNT un TV3 gadījumā tie ir populārie tabloīdziņu raidījumi *Tautas bals* un *Bez tabu*, kas piesaista auditorijas arī tiem sekojošajiem vakara ziņu raidījumiem. Tātad, noraidījums LTV ziņām vienlaikus ir

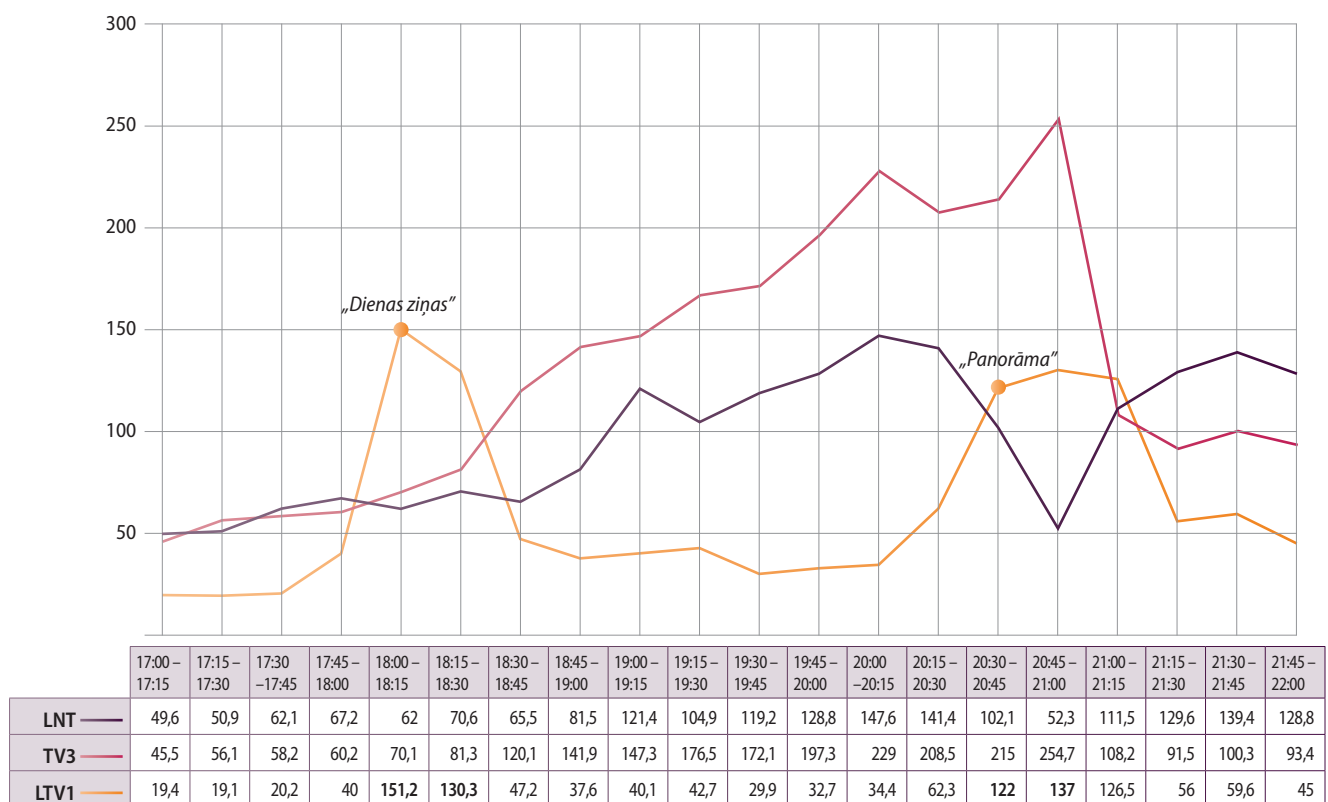
arī noraidījums LTV saturam kopumā – auditorijas novēršas no LTV programmas kopumā un tādējādi pazaudē interesi arī par ziņām sabiedriskajā televīzijā. Attiecīgi, tās auditorijas, kas ir lojālas LTV1 programmai kopumā, ir arī uzticīgas *Panorāmai*.

Analizējot 2011. gada novembra pirmās darba nedēļas (31. oktobris – 4. novembris)²⁶ LTV1 un tās konkurentu – TV3 un LNT – auditoriju uzvedību, redzams, ka LTV1 lielas auditorijas pulcējas tikai ap vakara ziņu raidījumiem – pl. 18.00 un pl. 20.30, bet pārējā laikā auditoriju interese par LTV1 programmu ir ievērojami mazāka. LTV1 skatītāju skaits strauji kāpj pirms ziņu raidījumiem un krīt uzreiz pēc tam, kas LTV1 darbdienu reitingu līknē izveido *lielu bedri* (nelielas auditorijas) starp ziņām sešos vakarā un *Panorāmu*. Cita aina paveras, aplūkojot TV3 un LNT reitingus – šajos kanālos programma ir plānota tā, ka TV skatītāju skaits pamazām kāpj vakara gaitā, tā uzkrājot auditorijas ziņu raidījumiem.

Tas vēlreiz apstiprina, ka LTV1 kopējais saturs nepalīdz piesaistīt auditorijas šī kanāla ziņu raidījumiem, un šo tendenci ilustrēsim ar 2011. gada otrdienas, 1. novembra auditoriju mērījumu datiem – tajos redzams, ka LTV1 skatītāju skaits strauji kāpj ziņu raidījuma *Šodien Latvijā un pasaulē* sākumā pl. 18.00, pulcējot lielākās šī vakara LTV1 auditorijas – 151,2 tūkstošus, tomēr uzreiz pēc ziņu izlaiduma beigām strauji krīt un turpina sarukt līdz pl. 20.00, kad LTV1 skatītāju loks pamazām palielinās, bet visstraujāk tas kāpj līdz ar *Panorāmas* sākumu un raidījuma laikā sasniedz 137 tūkstošus, bet līdz ar *Panorāmas* beigām auditorijas pamazām atkal aizplūst prom no sabiedriskās televīzijas 1. programmas.

Šajā vakarā vislielākās auditorijas analizēto trīs TV kanālu vidū pulcējas ap TV3 demonstrēto *UgunsGrēku* – sērijas otrajā daļā seriāla vidējā auditorija sasniedz 254,7 tūkstošus skatītāju. Analizējot šī vakara *Panorāmas* auditoriju migrāciju, tas ir, pārvietošanos no viena TV kanāla uz citu, redzams, ka *Panorāmas* laikā lielākā daļa LTV1 pametušo skatītāju aizgājuši uz TV3 un arī daudzi no tiem, kas pievienojušies LTV1 skatītāju pulkam šajā laikā, nākuši no TV3, kas vēlreiz norāda uz auditoriju „staigāšanu” no viena kanāla uz otru laikā, kad vienlaikus ēterā ir sabiedriskās TV vakara ziņas un nacionālā ziepju opera.

42. attēls. LTV1, LNT, TV3 15 minūšu reitings tūkstošos, rtg(000), 17.00–22.00, 01.11.2011.



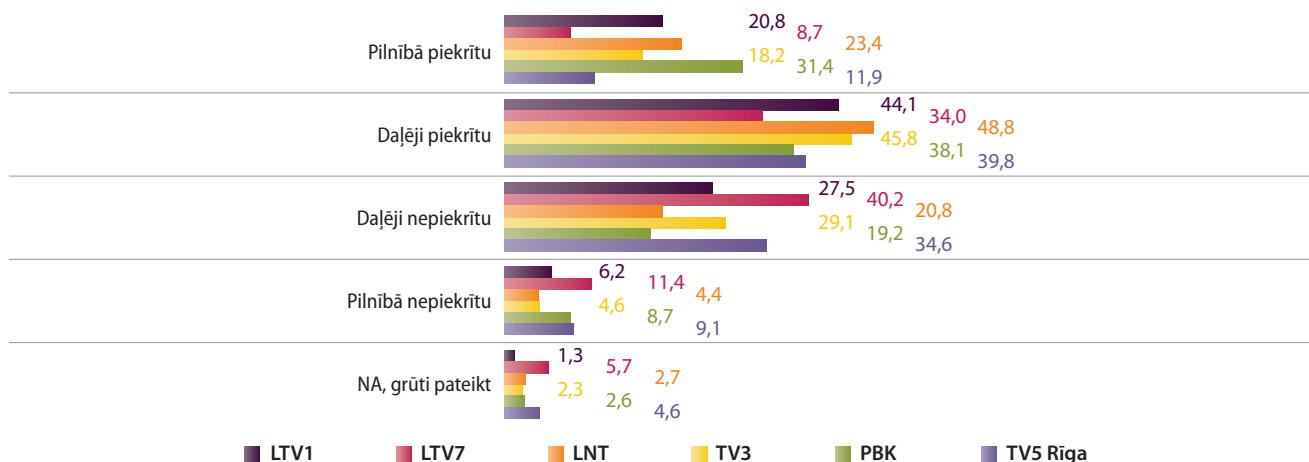
Dati: TNS Latvia

Lojālākie skatītāji ir LNT un PBK ziņu raidījumiem. 72,2 procenti no tiem, kas pēdējos mēnešos bija skatījušies LNT, atzina, ka ziņas galvenokārt skatās tieši šajā TV kanālā, bet starp PBK skatītājiem tādi bija 69,5 procenti. Pārējo TV kanālu skatītāju vidū ir nedaudz mazāk tādu, kas sevi nosaukuši par uzticīgiem šī kanāla ziņu raidījumu skatītājiem. 64,9 procenti no tiem, kas

²⁶ Šī nedēļa izvēlēta, jo tā sakrīt ar laiku, kad norisinājās noslēdzošās fokusgrupas diskusijas. Šajā laikā Latvijā nebija vērojami ārkārtēji notikumi, kas varētu būtiski mainīt ikdienas TV ziņu dienaskārtību un potenciāli izraisīt netipiskas auditoriju reakcijas.

pēdējos mēnešos bija skatījušies LTV1, norādīja, ka ziņas galvenokārt skatās pirmajā sabiedriskās TV kanālā. TV3 tādu bija 64 procenti skatītāju, TV5 Rīga – 51,7 procenti, bet LTV7 – 42,7 procenti.

43. attēls. TV ziņu raidījumu novērtējums auditorijās: „Esmu uzticīgs šī TV kanāla ziņu raidījumu skatītājs, galvenokārt ziņas skatos tieši šajā TV kanālā”, %, visi respondenti, kuri pēdējos trīs mēnešos ir skatījušies šo TV kanālu, 2011



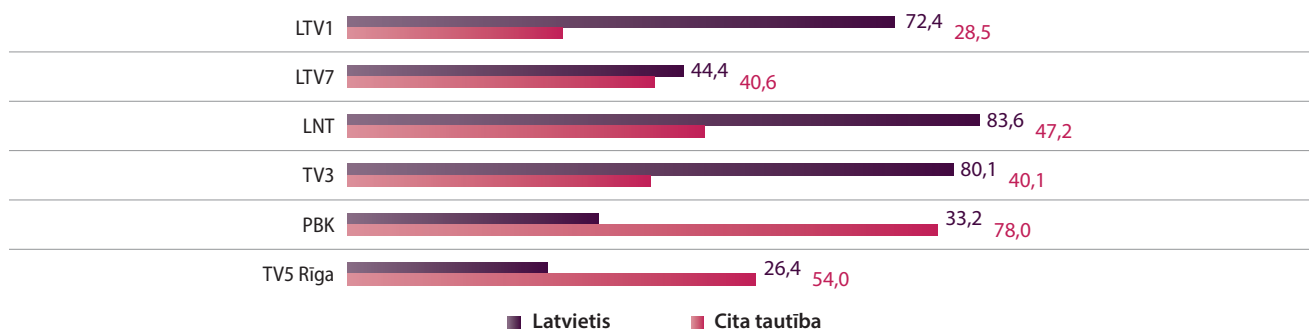
Dati: TNS Latvia

3.3.6. TV ziņas, Panorāma un etnisko mazākumgrupu paaudzes

Jau iepriekš veiktie regulārie TV auditoriju mērījumi signalizēja atšķirīgas preferences televīzijas lietošanā latviešu un citu tautību auditoriju (latviešu valodas un krievu valodas mediju lietotāju) vidū, tādēļ arī šajā pētījumā skaidrojām, kādu lomu auditoriju etniskā (lingvistiskā) piederība spēlē ziņu mediju izvēlē, īpašu uzmanību pievēršot etnisko mazākumgrupu attieksmju un uzvedības izpētei attiecībā ar ziņām sabiedriskajā televīzijā.

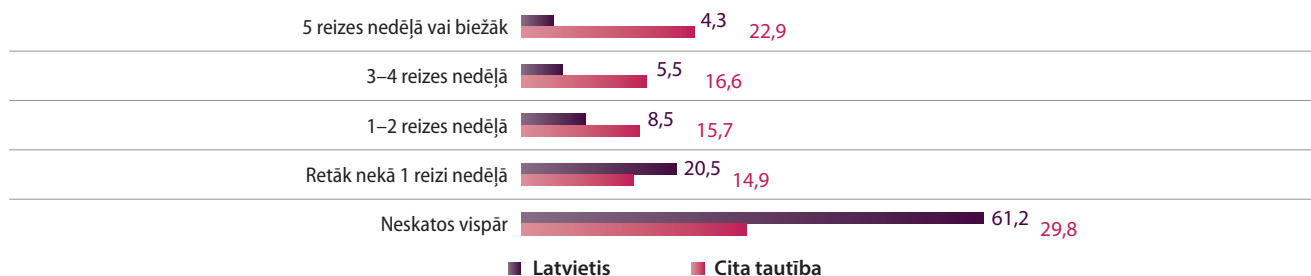
Lai arī sabiedriskās televīzijas otrā programma – LTV7 – pārraida ziņas krievu valodā, tomēr aptaujas dati rāda, ka citu tautību auditoriju interese par šiem ziņu raidījumiem ir maza – tikai 40,6 citu tautību aptaujas dalībnieki norādīja, ka pēdējos mēnešos ir skatījušies ziņas LTV7, un pat nedaudz vairāk – 44,4 procenti – bija respondenti latviešu auditorijās, kas pēdējos trīs mēnešos bija skatījušies ziņas šajā TV kanālā. Aptaujā arī noskaidrojām, ka tādi citu tautību TV skatītāji, kas LTV7 ziņas krievu valodā skatās piecas reizes nedēļā, ir vien 22,9 procenti.

44. attēls. „Esmu pēdējo trīs mēnešu laikā skatījis ziņu raidījumus šajā kanālā”, %, visi respondenti, tautība, 2011



Dati: TNS Latvia

45. attēls. „Cik bieži skatāties ziņu raidījumu Šodien. Ziņas LTV7 kanālā pl. 19.00 krievu valodā?“, visi respondenti, kas skatās vakara TV ziņu raidījumus, tautība, 2012



Dati: TNS Latvia

Te ir ļoti vienkāršs skaidrojums – nelatvieši kopumā maz skatās LTV7, jo neatrod šī kanāla saturā citu sev interesantu saturu, un attiecīgi arī nemeklē tur ziņas. Noturīgus LTV7 ziņu skatīšanās paradumus nesekmē arī sporta translāciju izraisītās ziņu ētera laika un hronometrāžas svārstības.

Tas, ka sabiedriskā televīzija pārāk maz uzmanības pievērš citu tautību auditorijām, norādīts arī iepriekšējos pētījumos un mediju politikas dokumentos. Sabiedrisko mediju attīstības koncepcijā uzsvērts, ka LTV programma ir neatbilstoša Latvijas etniskajai struktūrai. LTV nepiedāvā pilnvērtīgu un kvalitatīvu Latvijas minoritātēm adresētu saturu krievu valodā, norādīts koncepcijā (Koncepcija, 2012), un atkārtota kritika par sabiedriskās televīzijas trūcīgo piedāvājumu krievvalodīgajiem ir pausta arī agrākos pētījumos (Kruks, Šulmane, 2005; Šulmane, 2010). Tas ļauj runāt par iesakņojušos problēmu – sabiedriskajai televīzijai ilgstoši ir grūtības uzrunāt krievu valodas mediju lietotājus, un šīs nevērības negatīvie efekti redzami arī šajā pētījumā – etniskajām mazākumgrupām ir ļoti maza interese par ziņu piedāvājumu krievu valodā sabiedriskajā televīzijā, nemaz nerunājot par ziņām latviešu valodā LTV1, ko turklāt pavada arī neuzticēšanās sabiedriskās televīzijas ziņu plūsmai.

Izņemot sporta pārraides, kas pie LTV7 piesaista gan latviešus, gan citu tautību auditorijas, un tādējādi nodrošina arī auditorijas pieplūdumu LTV7 ziņām, tāpat kā LTV1 gadījumā arī LTV7 programmēšanas principi nesekmē auditoriju interesi par ziņām šajā kanālā – nav spēcīgu raidījumu, kas akumulētu auditorijas ziņām.

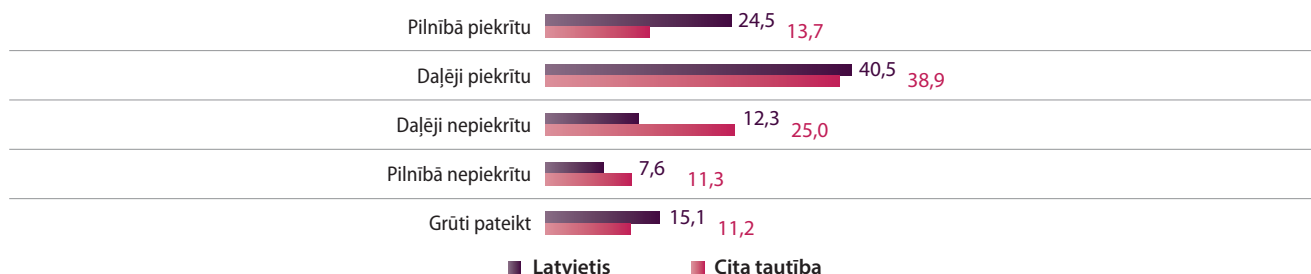
Fokusgrupas diskusijās nelatvieši bieži stāstīja, ka pamanījuši ziņas LTV7 tikai tāpēc, ka šajā kanālā bija skatījušies hokeja tiešraidi, jo, kā skaidroja kāds diskusijas dalībnieks, LTV7 ziņas „iet pirms hokeja”. Ļoti maz bija tādu citu tautību fokusgrupas diskusiju dalībnieku, kuri meklē ziņas tieši LTV7 kanālā, daudzi atzina, ka skatās tās neregulāri vai vispār nezināja, ka sabiedriskajā televīzijā ir redzamas ziņas krievu valodā. Tie, kas bija redzējuši LTV7 ziņas, bija kritiski un izvēlējās līdzīgus raksturojumus, kā runājot par ziņām LTV1.

Tās [LTV7] ziņas ir nekādas, piedodiet. Ja salīdzināt ziņas septītajā kanālā un ziņas piektajā kanālā [TV5], es tagad nerunāju par, teiksim, šo ziņu politisko līniju, es runāju par [informācijas] pasniegšanas kvalitāti, par attēla kvalitāti, par žurnālistikas kvalitāti, tad, piedodiet, – TV5 šeit uzvar, teiksim tā. TV septiņi – drūmi, garlaicīgi.

(36 gadus vecs pašvaldības referents, dzīvo Latgalē, krievs, sarunvaloda ģimenē: krievu)

Aptaujā arī noskaidrojām, ka atšķirībā no latviešiem etnisko mazākumgrupu vidū ir vairāk tādu, kuri uzskata, ka ziņu raidījumu piedāvājums krievu valodā sabiedriskajā televīzijā ir nepietiekams.

46. attēls. „LTV nodrošina pietiekami daudz ziņu raidījumus krievu valodā?“, visi respondenti, tautība, 2012

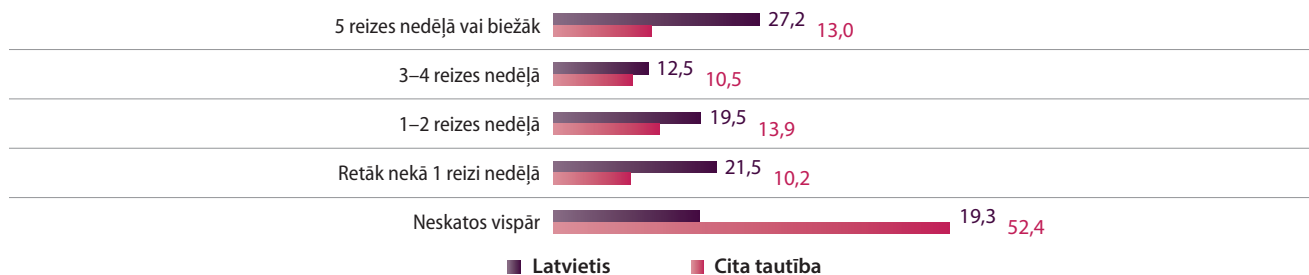


Dati: TNS Latvia

Kā rāda televīzijas ziņu raidījumu reitingu dati, citu tautību auditorijās vispopulārākie ir ziņu raidījumi PBK, tad seko ziņas TV5 Rīga kanālā. Mazāk, bet tomēr nelatvieši skatās ziņas arī LNT, TV3 un LTV7, savukārt interese par ziņām LTV1 citu tautību TV skatītāju vidū ir niecīga (Baltic Institute of Social Sciences, 2011).

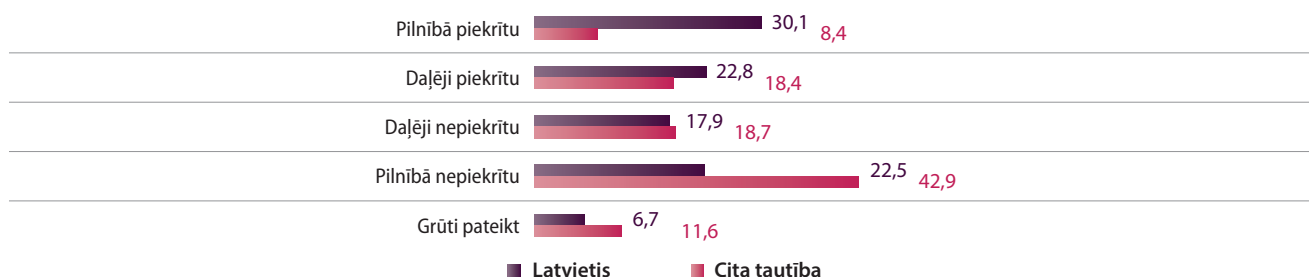
Aptaujā noskaidrojām, ka LTV1 galveno ziņu raidījumu *Panorāma* piecas reizes nedēļā vai biežāk skatās vien 13 procenti aptaujāto citu tautību TV skatītāju, kuri vispār skatās vakara TV ziņu raidījumus, bet *Panorāmu* vispār neskatās pat nedaudz vairāk kā puse aptaujāto etnisko mazākumgrupu respondentu. Turklāt 61,6 procenti citu tautību televīzijas skatītāju atzina, ka viņiem nepietrūktu LTV galvenā ziņu raidījuma, ja tas beigtu savu darbību.

47. attēls. „Cik bieži skatāties ziņu raidījumu *Panorāma* LTV1 kanālā pl.20.30?“, %, visi respondenti, kas skatās vakara TV ziņu raidījumus, tautība, 2012



Dati: TNS Latvia

48. attēls. LTV1 ziņu raidījumu novērtējums auditorijās: „Man pietrūktu LTV ziņu raidījums *Panorāma*, ja tas pārtrauktu darbību“, %, visi respondenti, tautība, 2012



Dati: TNS Latvia

LTV1 ziņu raidījumu auditoriju struktūra, ja to aplūko pēc etniskās piederības kritērija, ir ļoti līdzīga PBK ziņu raidījumu auditoriju uzbūvei. Ja pirmajā gadījumā dominē latviešu auditorijas – 72,4 procenti aptaujāto latviešu atzina, ka pēdējos mēnešos ir skatījušies ziņu raidījumus LTV1, un ļoti maza interese par ziņu raidījumiem LTV1 ir citu tautību auditorijām – tikai 28,5 procenti citu tautību respondentu sacīja, ka skatījušies ziņu raidījumus galvenajā sabiedriskās televīzijas kanālā, tad ar PBK ir otrādi, šeit ir ļoti liela citu tautību skatītāju interese – 78 procenti bija skatījušies ziņas PBK, un ļoti maz uzmanības PBK ziņām piešķir latviešu auditorijas – tikai 33,2 procenti no aptaujātajiem latviešiem bija skatījušies ziņu raidījumus šajā kanālā.

Attiecīgi, starp tiem, kuri aptaujā norādīja, ka pēdējā laikā skatījušies ziņu raidījumus LTV1, mazāk ir tādu, kas dzīvo Rīgā – tikai teju puse aptaujāto rīdzinieku bijuši starp LTV1 ziņu raidījumu skatītājiem, bet Latgalē, kur arī dzīvo liels skaits citu tautību auditoriju, tādu, kas pēdējā laikā skatījušies ziņas LTV1, bija tikai 36,4 procenti aptaujāto šajā reģionā dzīvojošo. Savukārt PBK skatītāju vidū ir vairāk tieši rīdzinieku un Latgales iedzīvotāju.

Tādu nelatviešu, kas regulāri skatās *Panorāmu*, ir maz. Tie parasti ir tādi skatītāji, kuri vēlas salīdzināt ziņu saturu dažādos TV kanālos. Arī tie, kuriem *Panorāma* piegādā zināšanas, kas ir nepieciešamas darba vajadzībām vai nodrošina simboliskos resursus, kas ļauj iekļauties starppersonu komunikācijā ar latviešu draugiem un darba kolēģiem.

Es skatos šo kanālu [LTV1] tikai tādēļ, lai zinātu un saprastu, kā dzīvo, kas ir aktuāls latviešiem, tāpēc, ka tas ir ļoti svarīgi īpaši mūsu pilsētā, jo šeit taču ir vienas un otras nacionalitātes pārstāvji, viņi visi ir sajaukušies kopā. [...] Man ir draugi gan latvieši, gan krievi, un man ir svarīgi, ko skatās arī latvieši, jo mums kopēja kompānija, mums vajag par kaut ko runāt.

(36 gadus vecs pašvaldības referents, dzīvo Latgalē, krievs, sarunvaloda ģimenē: krievu)

Kāpēc tieši [Panorāma]... nu, tāpēc, ka arī... mums kolēģi skatās to pirmo kanālu [LTV1], un tāpēc arī es paskatos, lai zinātu, par ko iet runa un kā tur pasniedz to visu.

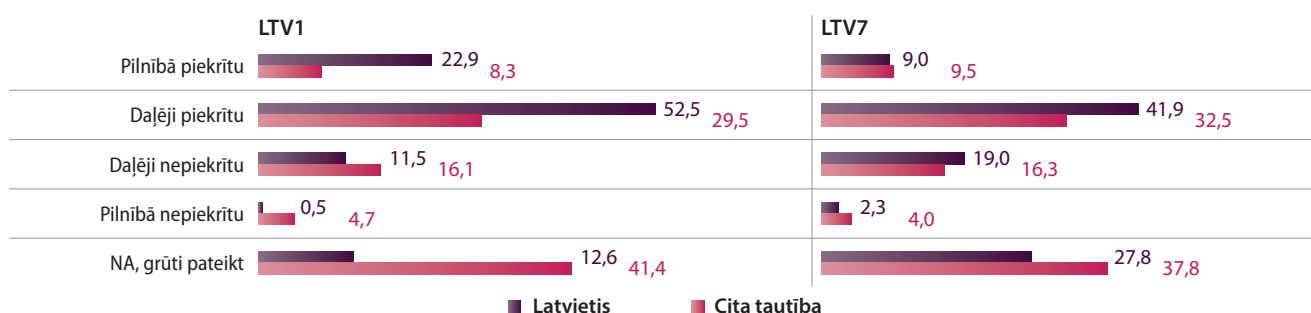
(52 gadus veca vadošā grāmatvede valsts sektorā, dzīvo Zemgalē, krieviete, sarunvaloda ģimenē: krievu)

Varbūt, ka tas ir saistīts ar darbu, teiksim, ja kas notiek Latvijā, kas būs, ko gaidīt no augstāk stāvošiem. [...] Ziņas no augstākstāvošiem ir, kas būs, ko... Teiksim, būs jauns ministrs. Divdesmit gados laikam divdesmit piektais. Ko viņš darīs izglītības sfērā, ko vēl mainīsim, uz kuru pusi iesim, cik naudas vēl nogriezīs. Mums arī ir, teiksim, būtiski kaut ko vismaz zināt.

(48 gadus vecs direktora vietnieks skolā, dzīvo Rīgā, krievs, sarunvaloda ģimenē: krievu)

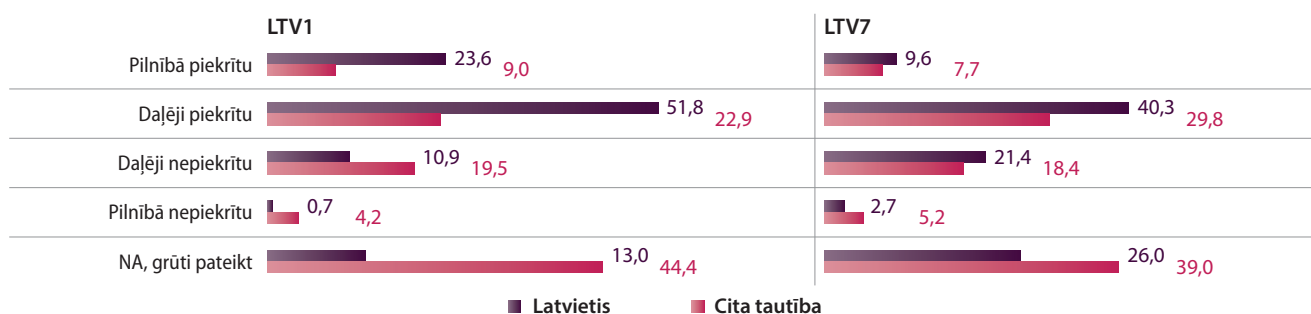
Mazākumtautību auditorijas ir ļoti kritiskas par ziņu raidījumiem sabiedriskajā televīzijā. Tikai 37,8 procenti no aptaujātajiem citu tautību skatītājiem pilnībā vai daļēji piekrita apgalvojumam – ziņu raidījumi LTV1 kanālā informē par man svarīgiem tematiem un vēl mazāk – 31,9 procenti – bija tādi, kuri piekrita šādam apgalvojumam – LTV1 ziņas sniedz informāciju man interesantā un saprotamā veidā. Nedaudz labāk etnisko mazākumgrupu skatītāji bija novērtējuši ziņu raidījumus LTV7²⁷, tomēr arī tas bija sliktāks vērtējums par to, ko citu tautību auditorijas bija sniegušas TV3 un LNT ziņām, nemaz nerunājot par favorītkanāliem šajās auditorijās – TV5 Rīga un īpaši PBK.

49. attēls. LTV1 un LTV7 ziņu raidījumu novērtējums auditorijās: „Ziņu raidījumi informē par man svarīgiem tematiem”, %, visi respondenti, kuri zina LTV1 un LTV7, tautība, 2011



Dati: TNS Latvia

50. attēls. LTV1 un LTV7 ziņu raidījumu novērtējums auditorijās: „Ziņu raidījumi sniedz informāciju man interesantā un saprotamā veidā”, %, visi respondenti, kuri zina LTV1 un LTV7, tautība, 2011



Dati: TNS Latvia

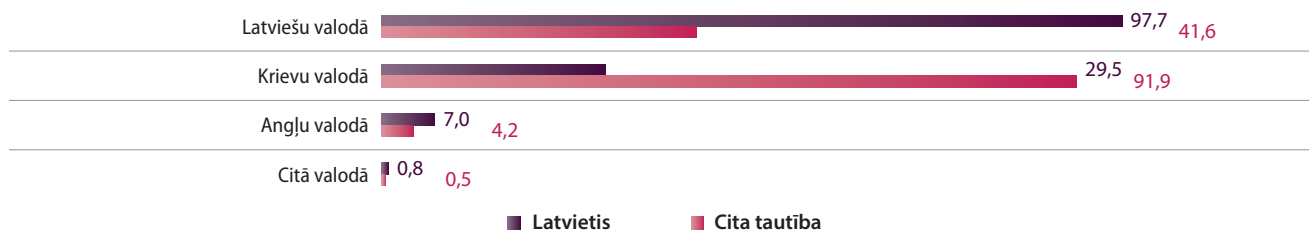
3.3.7. TV ziņu valodas izvēles un interese par dzīvi Latvijā etnisko mazākumgrupu vidū

Nācijas konstruēšanā politiskais diskurss Latvijā ierasti ir devis priekšroku etniskā nacionālisma idejām, etniskajām vērtībām (kultūrai, valodai), pastumjot malā pilsoniskās. Valsts politika latviešu valodu ir definējusi kā pamatu sabiedrības vienotībai, un attiecīgi politiskajos tekstos mazākumtautību auditoriju izvēle par labu no Krievijas raidošajiem TV kanāliem krievu valodā bieži ir tulkota kā nelatviešu intereses trūkums par dzīvi Latvijā, kas savukārt ir uzskatīts par neloyalitātes apliecinājumu Latvijai. Ņemot vērā šo kontekstu, pētījumā ir skaidrota sakarība starp TV ziņu valodas preferencēm un interesi par dzīvi Latvijā etnisko mazākumgrupu vidū.

²⁷ Tiesa, ievērojami pozitīvāks novērtējums ieraugāms, ja aplūkojam tikai to nelatviešu atbildes, kuri pēdējos trīs mēnešos bija skatījušies sabiedrisko televīziju – kritiskās balsis ir krievnieki samazinājušās, tomēr joprojām citu tautību auditorijas ir devušas zemāku vērtējumu nekā latviešu auditorijas.

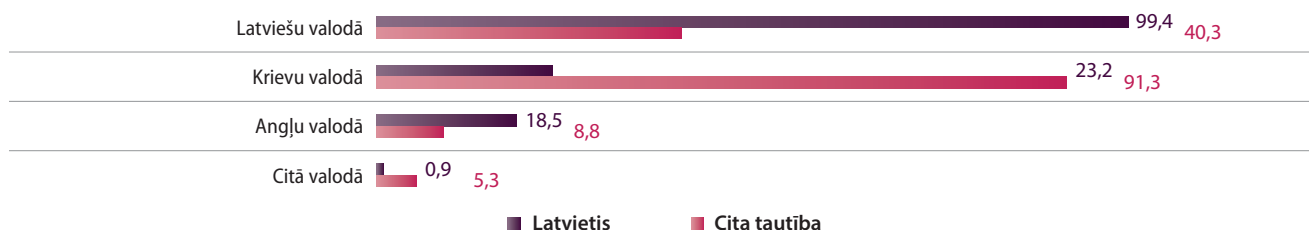
Lai arī citu tautību auditoriju vidū populārāki ir tie ziņu raidījumi, kas redzami krievu valodas TV kanālos – galvenokārt PBK, būtu nepareizi apgalvot, ka citu tautību skatītāju vidū nav tādu, kas skatās arī ziņu raidījumus latviešu valodā. Tādi nelatvieši, kas parasti TV ziņas skatās arī latviešu valodā, aptaujā bija 41,6 procenti. Vismazāk TV ziņas latviešu valodā skatās 65–74 gadus vecie nelatvieši. Apmēram tikpat daudz cik televīzijas gadījumā – 40,3 procenti – aptaujāto mazākumtautību respondentu parasti lasa ziņas interneta ziņu portālos arī latviešu valodā. Interesanti, ka citu tautību jaunieši (15 līdz 24 gadus vecie) vairāk nekā viņu latviešu vienaudži gan lasa ziņas internetā, gan skatās TV ziņas angļu valodā.

51. attēls. „Kādā valodā parasti skatāties TV ziņu raidījumus?“, %, visi respondenti, kuri skatās ziņas TV, tautība, 2012



Dati: TNS Latvia

52. attēls. „Kādā valodā lasāt ziņas interneta ziņu portālos?“, %, visi respondenti, kuri lasa ziņas internetā, tautība, 2012



Dati: TNS Latvia

Kā rāda aptaujas dati, gan latviešu, gan citu tautību vidū ir tādi, kuru ikdienas ziņu lietojums ir bilingvāls – latviešu un krievu valodā. Arī fokusgrupas diskusijās konstatējām, ka, lai arī ne daudzi, bet tomēr ir tādi TV skatītāji, kuri salīdzina abu valodu ziņu raidījumu piedāvātos notikumus un procesu interpretācijas rāmjus.

Latvijas Televīzija tomēr, lūdzot pakomentēt kaut kādas noteiktās ziņas, pirmām kārtām lūdz pakomentēt latviešu politiķus, un tad, ja tas, teiksim, skar krievisko kaut kādu jautājumu vai vienalga par etnisko jautājumu, tad viņi pieaicina, teiksim, kaut kādu politiķi no krievu saucamām partijām. Bet atkal krievu ziņās, *Латвийское Время*, tur ir tā, ka pirmie deputāti vai tur... cilvēki, pie kuriem viņi ies, viņi ies tieši pie krievu partijas pārstāvjiem, kas komentē par visām tēmām. Un Latvijas, latviešu politiķus viņi pieaicina, nu, kad ir runa par konkrētu ministriju, piemēram, vai kaut kādu tēmu, nu, tādu ārkārtīgi svarīgu tēmu.

(31 gads, strādā bērnu un jauniešu centrā, dzīvo Rīgā, krieviete, sarunvaloda ģimenē: krievu)

Lai iegūtu pilnu priekšstatu tādu, teiksim, pilnvērtīgu tādu, vajag skatīties divus kanālus, jāskatās TV5 un Latvijas pirmo [LTV1], un tad ir iespējams [iegūt] kaut kādu vidējo [viedokli], jo vieni uz vienu pusi, citi – uz citu. Lai saprastu, kas vispār notiek, vajag viņus kopā skatīties. [...] Kad tika veidota valdība, visas tās viņu problēmas tur bija, es skatījos pirmo kanālu [LTV1], jo bija divi viedokļi, TV5 un LTV1. Bija interesanti, tieši no tā viedokļa, kā pasniedz informāciju vieni, kā pasniedz informāciju citi.

(36 gadus vecs pašvaldības referents, dzīvo Latgalē, krievs, sarunvaloda ģimenē: krievu)

Varam salīdzināt, kā runā par deputātiem Pirmajā Baltijas kanālā un kā runā, teiksim, LNT ziņās. Ļoti interesanti var paskatīties. Kā runā tas pats Ušakovs, teiksim, runā latviski vienu un [Pirmajā] Baltijas kanālā krievu publikai klāsta otru. Zini, pūderē smadzenes, pilnīgi.

(46 gadus vecs strādnieks, dzīvo Vidzemē, latvietis, sarunvaloda ģimenē: latviešu)

Atšķirībā no sabiedriskās televīzijas, nacionālajiem komercanāliem – TV3 un LNT – ir labāki panākumi, piesaistot etniskās mazākumgrupas ziņām latviešu valodā. Tikai nepilni 30 procenti citu tautību skatītāju aptaujā atzina, ka pēdējos mēnešos skatījušies ziņu raidījumus LTV1, savukārt TV3 un LNT šādu skatītāju ir vairāk, īpaši LNT gadījumā.²⁸ 47,2 procenti citu tautību skatītāju atzinuši, ka ir skatījušies ziņu raidījumus šajā kanālā, un tas ir pat vairāk nekā tie, kas norādījuši, ka skatījušies ziņas krievu valodā sabiedriskajā televīzijā – LTV7 kanālā.

Latviešu valodas aģentūras 2009. gada aptaujā teju puse respondentu – 48 procenti, kuru dzimtā valoda ir krievu valoda, savu latviešu valodas prasmi novērtējuši kā labu, un, kā secina pētījuma autori, latviešu valodas prasme nelatviešu vidū pakāpeniski uzlabojas (Druviete, 2012). Par labām savu latviešu valodas prasmi biežāk atzinuši jaunākie aptaujas dalībnieki, retāk – vecākie.²⁹ Šāds latviešu valodas prasmju novērtējums etnisko mazākumgrupu vidū signalizē, ka aiz latviešu valodas TV ziņu noraidījuma šajās auditorijās neslēpjas vien valodas barjera, īpaši jaunu cilvēku vidū.

Lai arī daudzi fokusgrupas diskusiju dalībnieki atzina, ka izvēle par labu ziņām krievu valodā notiek vispirms ērtības dēļ – vieglāk ziņas uztvert dzimtajā valodā, nav jāvelta laiks tulkojumam, tā ir arī emocionāla pieķeršanās mātes valodai. Bez tam, tas ir arī pieradums jeb, kā sacīja 76 gadus veca krievu pensionāre, „kaut kā ir iegājies” – viņa latviešu valodu iemācījies jau bērnībā, tomēr TV vairāk skatās krievu valodā, jo arī viņas ģimenē vairāk sarunājas krievu valodā. Par pieraduma spēku runā arī 20 gadus vecs krievu students: „Vienkārši daudzi cilvēki skatās, piemēram, Pirmo Baltijas [kanālu], nedomājot, kāpēc man pārslēgt uz Pirmo kanālu [LTV1], uz *Panorāmu*, piemēram, ja tas pats, līdzīgs ir Pirmajā Baltijas [kanālā]”.

Tātad TV ziņām latviešu valodā ir spēcīga alternatīva krievu valodā – PBK, arī TV5 Rīga un LTV7, latviešu valodas ziņas ir viegli aizstājamas ar ziņām ģimenes sarunvalodā, un TV ziņu valodas izvēli vada vispirms šādi pragmatiski apsvērumi – ieradums, ērtības. Trāpīgi to formulēja 20 gadus veca krievu studente: „ja ir izvēle, kāpēc neizvēlēties dzimtajā valodā”.

Pat ne tas, ka vienkāršāk, [bet] ērtāk krievu cilvēkam paskatīties, pats par sevi saprotams, ziņas krievu valodā. [...] Nav runa par saprašānu, bet par to, ka dabiski, ka cilvēkam savā [valodā]... Tuvāk – droši vien, visdrīzāk šis vārds, tuvāk.

(39 gadus veca skolotāja, dzīvo Latgalē, krieviete, sarunvaloda ģimenē: krievu)

Pirmkārt, sava dzimtā valoda, tas ir pats pirmais, tas ir kaut kā automātiski.

(62 gadus vecs pensionārs, dzīvo Zemgalē, krievs, nepilsonis, sarunvaloda ģimenē: krievu)

Man pilnīgi vienai ir, kādā valodā skatīties. Es skatos gan latviešu, gan krievu, gan angļu, bet, piemēram, mani vecāki viņi skatās vairāk krievu kanālos, nu, tāpēc, ka varbūt viņiem vieglāk saprast. [...] Tad, kad viņi klausās latviski, viņiem vajag iedziļināties, lai saprastu, bet, kad krievu, viņi uzreiz saprot, ko viņiem grib pateikt, nevajag domāt.

(18 gadus veca skolniece, dzīvo Latgalē, krieviete, sarunvaloda ģimenē: krievu)

Tas, ka krievu valoda ir dzimtā. [...] Es varu, piemēram, klausīties ziņas Pirmajā kanālā [PBK] un, lai arī es esmu otrā istabā, bet es dzirdēju. Kad latviešu valodā skatos, man vajag pieiet tuvāk un redzēt, un domāt, un skatīties uzmanīgi, lai visu to uztvertu pareizi. [...] Vienkārši man ir tuvāk krievu valodā klausīties, esmu jau pieradusi pie šīm ziņām, principā, jā, viņas man ir tuvākas.

(55 gadus veca skolotāja, dzīvo Latgalē, krieviete, sarunvaloda ģimenē: krievu)

Ziņas ir tās, ka tomēr tur ir jādomā, jāseko līdzī. [...] Un ir bišķiņ grūtāk uztvert. Teiksim, nu latviešu valodā nekā krievu. Bet seriālus var skatīties tā, ka nedēļu izlaist un atkal sākt skatīties. Tāpēc mana māte skatās arī LNT seriālus, bet ziņas tomēr nu izvēlas krievu valodā. [...] Ja tik tiešām runā tīri latviski un ātri, nu, teiksim, mana māte nevarēs uztvert to visu. Un, protams, kad es braucu mājās, mēs skatāmies tikai PBK un krievu ziņas.

(24 gadus veca policijas darbiniece, dzīvo Rīgā, latviete, sarunvaloda ģimenē: krievu)

Tāpat kā latviešu auditorijas arī citu tautību TV skatītāji sagaida dinamisku, aizraujošu, draudzīgu ziņu pasniegšanas formu, tomēr biežāk nekā latviešu auditorijās izskan gaidas arī pēc žurnālista subjektivitātes (komentāra, emocijām), kas, skaidrojot latviešu un etnisko mazākumgrupu ziņu mediju izvēles, mudina ņemt vērā arī dažādās informācijas uztveres šajās auditorijās.

²⁸ LNT ziņu popularitāte citu tautību auditoriju vidū ir skaidrojama ar vēsturisko fonu, proti, 1996. gadā, kad šis kanāls uzsāka darbu, tas sākotnēji turpināja demonstrēt vairākus nelatviešu vidū populārās Ostankinas TV raidījumus. LNT tika pārraidīta tajā izplatīšanas tīklā kuru pirms tam izmantoja Ostankinas TV.

²⁹ 17 līdz 25 gadus veco nelatviešu jauniešu vidū 64 procenti norādījuši, ka latviešu valodu prot labi, 30 procenti – viduvēji, 6 procentiem bija grūti pateikt, bet vispār nebija tādu, kas aptaujā norādītu, ka viņiem ir tikai latviešu valodas pamatzināšanas vai viņi neprastu latviešu valodu. Savukārt vecuma grupās virs 60 gadiem tādu krievvalodīgo, kas latviešu valodu prot labi, ir 26 procenti, viduvēji – 23 procenti, ir pamatzināšanas – 30 procenti, bet latviešu valodu neprot 22 procenti.

Ja runājos par manu māti, viņa nekad neskatīs[ies], jo viņa nesaprot, nu, viņa nesaprot. [...] Man, piemēram, pilnīgi vienlīga, kādā valodā skatīties, vai krieviski, vai latviski. [...] Runa te nav par valodu. [...] LTV1, tās ir runājošās galvas, runājošā galva, kas kaut ko tur ziņo, nav bildes. *Show must go on* [Šovam jāturpinās], tā nav. Citos Latvijas kanālos [LNT, TV3] ir šovs, ziņu šovs. Tas ir svarīgi. Lai tas būtu atraktīvi, nevis drūmi, garlaicīgi.

(36 gadus vecs pašvaldības referents, dzīvo Latgalē, krievs, sarunvaloda ģimenē: krievu)

Runa vispār nav par valodu. [...] Es nedomāju, ka latviešiem būtu interesanti skatīties konkrēti ziņas, *Panorāmu*. [...] *Panorāma* nav interesanta nevienam, vienlīga kādā valodā tu mājās runā.

(32 gadi, strādā būvniecībā, dzīvo Rīgā, sarunvaloda ģimenē: krievu)

Man liekas, iespējams, tur arī atšķirīgas kultūras un mentalitāte vispār latviešiem un krieviem. [...] Man liekas, ka krievu cilvēkam ļoti svarīga ir analīze, viņam publicistika ir svarīga, tas ir, viņam ir svarīgi, lai nevis vienkārši padod ziņas, bet lai arī būtu... paanalizētu, būtu kaut kāds emocionālais fons klāt. [...] Vienkārši sausi fakti kaut kā, man liekas, krievus tas īpaši neaizrauj.

(31 gads, strādā bērnu un jauniešu centrā, dzīvo Rīgā, krieviete, sarunvaloda ģimenē: krievu)

Tur [*Латвийское Время*, PBK] kaut kā vairāk emociju. Tieši, ne par Krieviju runājos, par to pašu Latviju. Kaut mīmika viņiem ir, vai ar smaidu. Kušpelo [PBK ziņu diktors], nu, pieņemsim, kurš vada, ja, viņš kaut kā pat ar acīm... Viņi nesaka neko, bet savu attieksmi ar pat ar mīmiku var parādīt. Te [*Panorāma*] tev kaut kā, nu tas nav tā.

(52 gadus veca vadošā grāmatvede valsts sektorā, dzīvo Zemgalē, krieviete, sarunvaloda ģimenē: krievu)

Fokusgrupas diskusijās izskanējušie viedokļi ļauj spriest, ka citu tautību auditorijas nesagaida latviešu valodas ziņu tulkojumu krievu valodā, bet gan oriģināli radītu saturu, kas atbilst šīs auditorijas interesēm un vajadzībām, un to arī apliecina tulkoto preses izdevumu – laikraksta *Diena* un *Rīgas Balss* krievu valodas versiju – bēdīgais liktenis, tie tika slēgti (Šulmane, 2006). Oriģināla satura ražošana krievu valodā ļauj izskaidrot krievu valodā raidošā LR 4 popularitāti mazākumtautību auditorijās – daudzi fokusgrupas diskusijās to minēja kā nozīmīgu nacionālo ziņu avotu.

Es bieži ieslēdzu sev virtuvē radio, un es klausos ziņas, tur raida latviešu kanāls [LR 4], tas ir, man nav vajadzīga televīzija, es paklausos radio tās ziņas. Tas ir radio, kur vēl bieži informāciju es iegūstu. Es ieslēdzu *Doma laukumu* [LR 4], un man lieliski arī viņi visu izstāstīs.

(55 gadus veca skolotāja, dzīvo Latgalē, krieviete, sarunvaloda ģimenē: krievu)

Sabiedriskās televīzijas abu kanālu auditorijās kopumā ir ļoti maz citu tautību skatītāju, tāpēc nav liels pārsteigums, ka arī ziņu raidījumus LTV1 un LTV7 maz skatās etnisko mazākumgrupu auditorijās.³⁰ Līdzīgi kā latviešu auditorijas arī citu tautību auditorijas izvēlas skatīties ziņas savos favorītkanālos. PBK trumpis konkurencē ar TV5 Rīga un LTV7 ziņām krievu valodā ir pārējais kanāla saturs, kurā dominē dārgas produkcijas Krievijā ražoti izklaides šovi. Tieši izklaide ir tas, ko etnisko mazākumgrupu auditorijas meklē Krievijas TV kanālos, ne tik daudz ziņas no Krievijas.³¹

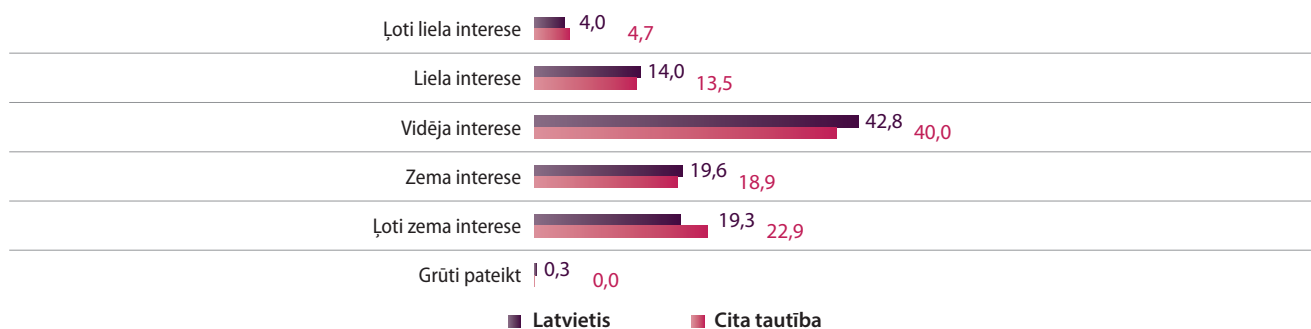
Regulārie TV reitingi rāda, ka lielāku auditoriju uzmanību ir ieguvis Rīgā vietējo žurnālistu veidotais un par Latvijas notikumiem ziņojošais PBK raidījums *Латвийское Время* (*Latvijas laiks*) un mazāka ir auditoriju interese par raidījumu *Время* (*Laiks*), kas tiek translēts no Maskavas un galvenokārt vēsta par aktualitātēm Krievijā. 2011. gadā vidēji vienu raidījumu *Время* noskatījās 81,4 tūkstoši skatītāju, bet raidījumu *Латвийское Время* – 118 tūkstoši. To, ka etnisko mazākumgrupu vidū ir liela interese par Latvijas dzīvi, apliecina arī šajās auditorijās populārais Andreja Mamikina vadītais TV5 Rīga diskusiju raidījums krievu valodā *Bez cenzūras* – daudzi nelatvieši fokusgrupas diskusijās minēja šo raidījumu kā nozīmīgu viņu politisko ziņu avotu.

Arī aptaujas dati rāda, ka citu tautību iedzīvotājiem ir tāda pati interese par Latvijas politiku, ekonomiku un biznesu, kā arī sociālo sfēru kā latviešiem. Tiesa, citu tautību respondenti ir sliktāk novērtējuši savu informētību par šiem tematiem.

³⁰ 2010. gadā etnisko mazākumgrupu auditorijās pārliecinoši iecienītākais bija PBK, otrajā vietā atstājot RTR Planeta Baltija kanālu, tomēr tas popularitātes ziņā ir krietni aiz PBK. Neliela interese citu tautību auditorijās bija arī par latviešu iecienītajiem kanāliem – TV3 un LNT, tomēr tādu nelatviešu, kas 2010. gadā bija skatījušies sabiedrisko televīziju, ir ārkārtīgi maz, īpaši runājot par LTV1 (Baltic Institute of Social Sciences, 2011).

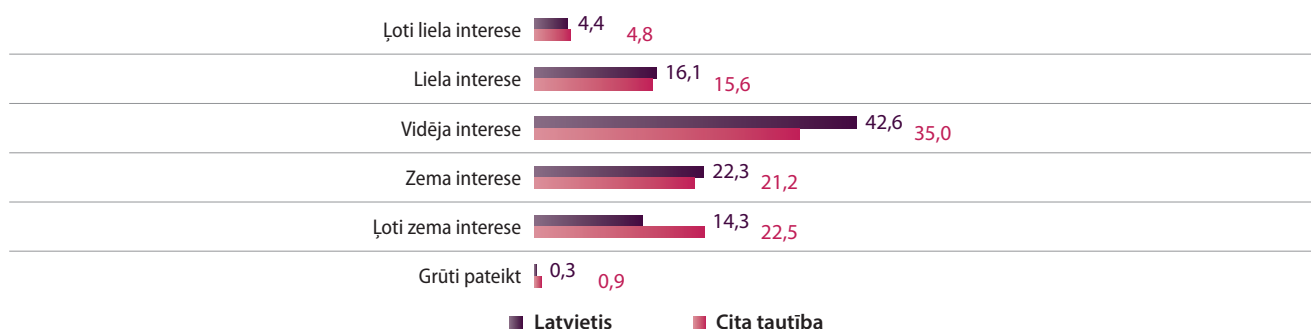
³¹ Arī latviešu vecākajās paaudzēs populāra ir Krievijā ražotā TV izklaides produkcija, savukārt jaunākās paaudzēs – gan latviešu, gan citu tautību – dod priekšroku Rietumu izcelsmes TV izklaidei un visbiežāk to atrod internetā, nevis ierastajā televīzijā.

53. attēls. Intereses par notikumiem politikā novērtējums, %, visi respondenti, tautība, 2012



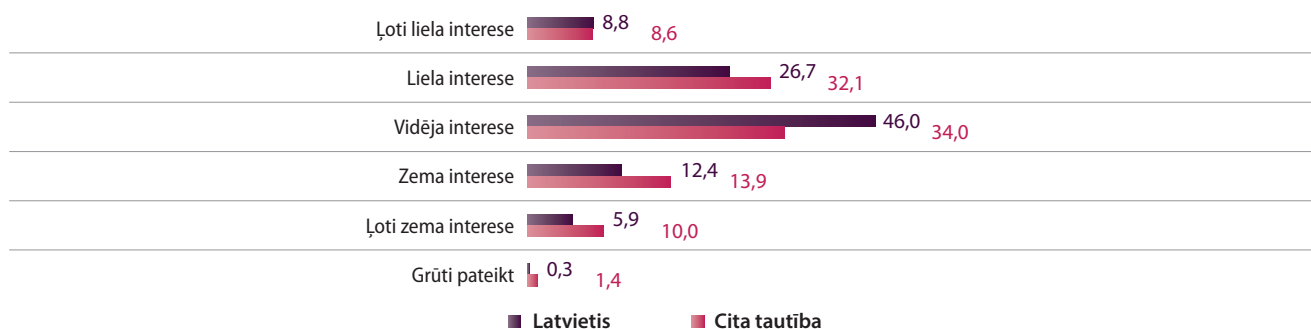
Dati: TNS Latvia

54. attēls. Intereses par notikumiem ekonomikā un biznesā novērtējums, %, visi respondenti, tautība, 2012



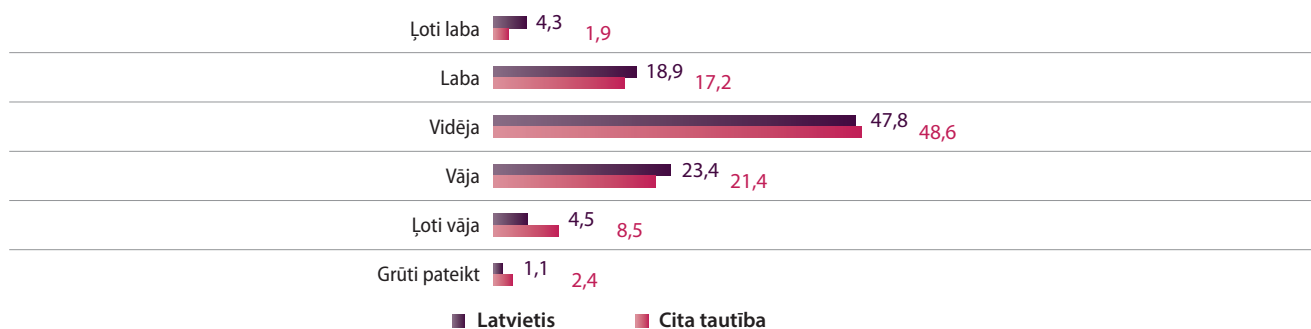
Dati: TNS Latvia

55. attēls. Intereses par notikumiem sociālajā sfērā novērtējums, %, visi respondenti, tautība, 2012



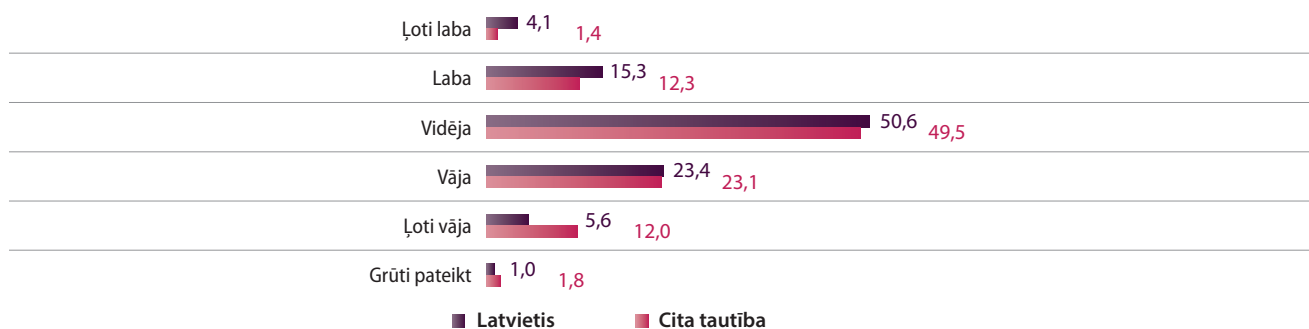
Dati: TNS Latvia

56. attēls. Informētības par notikumiem politikā novērtējums, %, visi respondenti, tautība, 2012



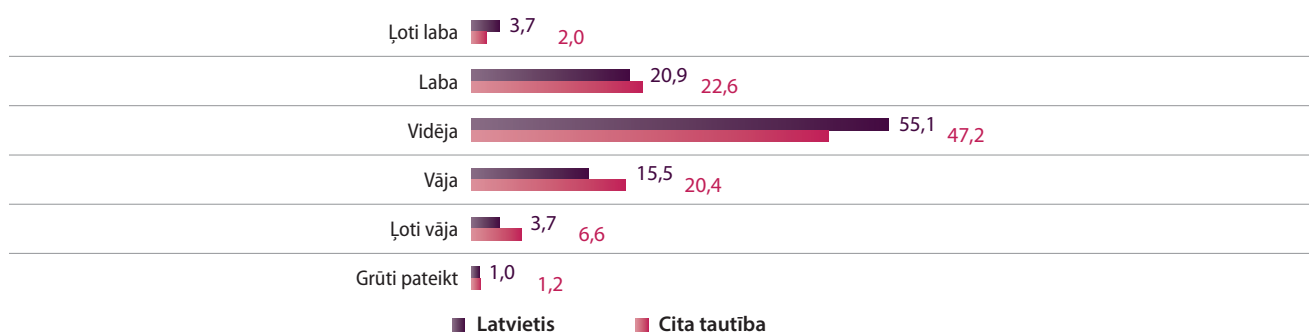
Dati: TNS Latvia

57. attēls. Informētības par notikumiem ekonomikā un biznesā novērtējums, %, visi respondenti, tautība, 2012



Dati: TNS Latvia

58. attēls. Informētības par notikumiem sociālajā sfērā novērtējums, %, visi respondenti, tautība, 2012



Dati: TNS Latvia

Tiesa, vecāka gada gājuma citu tautību auditorijās ir liela interese arī par Krievijas politisko un sabiedrisko dzīvi – daudzus ar Krieviju saista emocionālas saites (tā ir dzimtene, tur joprojām dzīvo radnieki, draugi). Turklāt vecākajās paaudzēs ir vairāk nepilsoņu vai Krievijas pilsoņu, tādēļ viņi ir ieinteresēti arī Krievijas aktualitātēs. Interese par Krievijas dzīvi gan nav uzreiz jātulko kā intereses trūkums par notikumiem Latvijā un atsvešināšanās no Latvijas, jo interese par Krieviju automātiski neizslēdz interesi par Latvijas dzīvi.

Tādēļ, ka tur ziņas no Krievijas iet no sākuma un uzreiz pāriet [uz Latvijas ziņām], laiks ir ērts. Ziņu bloks. Un pēc tam, ja kaut kas mani ieinteresēja, es skatos [ziņu portālā] *Delfi*. [...] Es vispār esmu krieviete un Krievijas pilsoņe. Es neatraujos no savas dzimtenes. Šeit es dzīvoju, šeit ir manas mājas, bet tur – mana dzimtene.

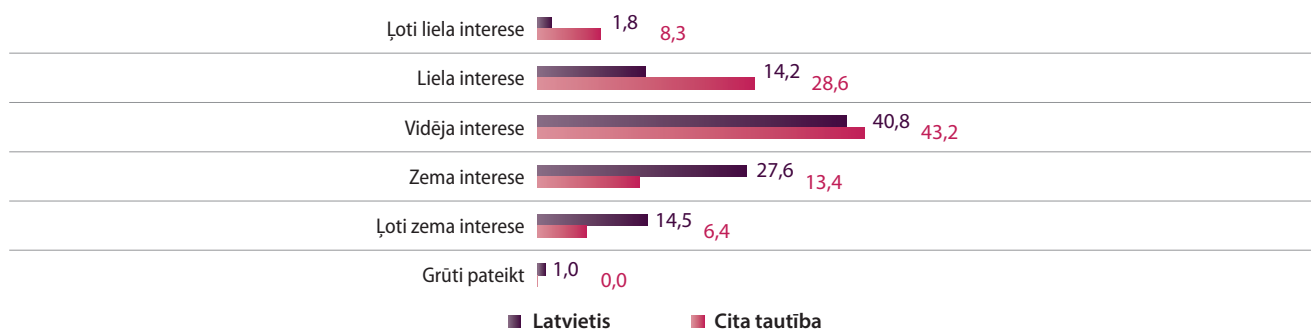
(61 gads, strādā ar bērniem interešu izglītības jomā, dzīvo Rīgā, krieviete, Krievijas pilsoņe, sarunvaloda ģimenē: krievu)

Es arī skatos tieši man interesanti kas Krievijā notiek, pēc tam – Latvijā. Pirmkārt, viens raidījums aiz otra [*Время, tad Латвийское Время*], ērti. Un kaut kā neatrausies, jo vienalga, kaimiņi ar Krieviju mēs esam lieli, un visiem arī radnieki tur ir. Un kaut kā interesanti pat, pasaulei taču jābūt plašākai, bez tam tur ir ziņas pat par to, kas ārzemēs notiek. [...] Ir interesanti kas notiek gan Latvijā, gan Krievijā, un Latvijā – īpaši, jo mēs šeit dzīvojam, mums šeit pensiju dod, mums šeit, kā saka, dzīvot katru dienu.

(62 gadus veca pensionāre, dzīvo Rīgā, krieviete, Krievijas pilsoņe, sarunvaloda ģimenē: krievu)

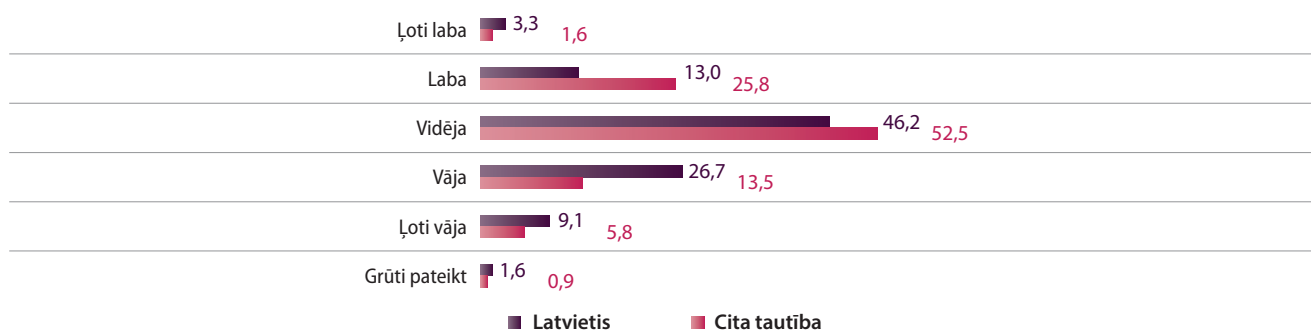
Aptaujas dati rāda, ka tikai 36,9 procentiem aptaujāto mazākumtautību respondentu ir ļoti liela vai liela interese par notikumiem Krievijā un vēl mazāk – 27,4 procenti – savu informētību par notikumiem Krievijā novērtējuši kā ļoti labu un labu. Lielāka interese un arī labāka informētība par Krievijas notikumiem ir starp vecāko paaudžu citu tautību auditorijām, pārējās paaudzēs tā ir mazāka – vismazākā interese par Krievijas ziņām ir starp 15 līdz 24 gadus vecajiem etnisko mazākumgrupu jauniešiem.

59. attēls. Intereses par notikumiem Krievijā novērtējums, %, visi respondenti, tautība, 2012



Dati: TNS Latvia

60. attēls. Informētības par notikumiem Krievijā novērtējums, %, visi respondenti, tautība, 2012



Dati: TNS Latvia

Fokusgrupas diskusijās izskanēja arī viedokļi, kas ļauj runāt par Krievijas TV ziņām (un tajās dominējošo diskursu par dzīvi Krievijā) kā resursu daļai nelatviešu, lai aizbēgtu no Latvijas ikdienas ekonomiskajiem un sociālajiem sarežģījumiem, un lepnuma avotu pozitīvas pašidentitātes uzturēšanai. Daži arī uzsvēra to, ka ziņas no Krievijas ir vienkārši interesantākas – ņemot vērā, ka valsts ir lielāka, arī notikumi vērienīgāki. Kā diskusijā sacīja 30 gadus vecs dzelzceļa darbinieks, kurš ģimenē sarunājas krievu valodā: „Tu neesi iegājis kārtējā veikalā, tu esi iegājis supermāketā”. Daudzi, tostarp latvieši, arī piemin to, ka Krievijas TV piedāvā labāku pasaules notikumu apskatu nekā vietējās televīzijas.

Es nevaru apgalvot par visu sabiedrību, bet, piemēram, man tētis skatās apzināti ziņas astoņos [Время, PBK], un mans tētis apzināti lasa avīzi *Весту-Сегодня*, un viņš apzināti dzīvo vairāk tādā, nu, tajā, ko es saucu – lielkrievu šovinismu šeit Latvijā. Un viņš uzskata sevi daudz tuvāk pēc piederības Krievijai nekā viņš, teiksim, uzskata sevi piederīgu Latvijai. Viņam Latvija neinteresē, un viņam tā ir vairāk tāda kritikas zona. Piemēram – kādi viņi visi ir duraki, nu, tādā līmenī. Turklāt, viņš ne visu saprot latviski.

(31 gads, strādā bērnu un jauniešu centrā, dzīvo Rīgā, krieviete, sarunvaloda ģimenē: krievu)

Vairāk, protams, pieradums spēlēt lomu. No otras puses, iespējams, negribas droši vien vēl arī piedevām klausīties to mūsu [Latvijas], teiksim tā, sūro realitāti. Vairāk pieradums, protams. [...] To, kas, protams, notiek Krievijā... Laiku pa laikam pat ir liela skaudība... Tur [Krievijā] kaut kas notiek, kaut kas tiek darīts, pie mums..., praktiski pie mums nekas nemainās. Pie mums tikai..., ja mēs varam dzirdēt, ka pensiju samazināja un vēl kaut ko. [...] Tur [Krievijā] interesantāk nezkāpēc liekas. Viss tur ir liels... kaut kā tā.

(48 gadus vecs pašvaldības IT speciālists, dzīvo Latgalē, latvietis, sarunvaloda ģimenē: krievu)

Viņi [vecāki] skatās, jā, to PBK, jo, kā es jau teicu, nu, vispirms tas ir problēma ar valodu. Un otrā problēma, ka viņi ir orientēti uz Krieviju. Nu vecāki un PBK, kas viņiem tur zombē, ka Latvijā viss ir slikti un ka Krievijā viss ir labi un tā tālāk. [...] Man liekas, ka PBK vispār ir orientēts uz Krieviju.

(29 gadus veca, organizē bērnu pasākumus, dzīvo Rīgā, krieviete, sarunvaloda ģimenē: krievu)

Kas attiecas uz mani, tad man vienlīdz kas tur [Krievijā] notiek. Labs nekas nekad nav noticis, maz ticams, ka tuvākajā laikā būs. Bet tā kā es zinu no saviem pazīstamajiem... Man ir jautāta ģimene, tas ir, uz pusi..., māte – latviete. Tie, kuri ir tādi pavisam pro-krieviski, viņi visi runā, ka viņiem ir interesanti kas [notiek] Krievijā, ka tur ir labi, bet lielākā daļa no viņiem tur nekad nav bijuši. Visi, kas tur ir braukuši, viņi domā citādāk.

(32 gadi, strādā būvniecībā, dzīvo Rīgā, sarunvaloda ģimenē: krievu)

Ziņu programmas *Время* skatīšanās gados vecajās etnisko mazākumgrupu auditorijās ir arī vienkārši pieradums, kas tāpat kā *Panorāma* latviešu vecākajām paaudzēm aizsākusies padomju gados. Kompānijas *Baltic Media Facts* 90. gadu sākumā veiktie TV auditoriju mērījumi rāda, ka gan LTV, gan tās ziņu raidījuma *Panorāma* auditorijās dominē latvieši, bet citu tautību auditorijas pulcējas ap Ostankinas TV raidījumiem, tostarp ziņu raidījumu *Время*. Tātad, te varam runāt par dziļi iesakņojušos fenomenu – tie ir ilgu gadu laikā veidojušies rituāli, un tie turpina spēlēt nozīmīgu lomu šo paaudžu dzīves ritmos arī šodien.

Droši vien kaut kur jau ir arī pieradums spēks, kaut kāds izveidojies. Otrkārt, droši vien interesanti kaut kur. Plus tā kā ir radinieki Krievijā, dažreiz sazvanies, jau sāk salīdzināt, ko saka [Krievijas TV ziņās] un kā pie viņiem tur ir realitātē.

(48 gadus vecs direktora vietnieks skolā, dzīvo Rīgā, krievs, sarunvaloda ģimenē: krievu)

Un laiks taču... Tas, ka kādreiz taču astoņos bija..., tad, kad... kā mēs skatījāmies tikai *Время*, viņa tak arī bija tajā pašā laikā. Ieslēdz, ka viņš iet, ja, zini. Arī orientējies laikā.

(52 gadus veca vadošā grāmatvede valsts sektorā, dzīvo Zemgalē, krieviete, sarunvaloda ģimenē: krievu)

Man ir tuva Krievija, jo mans tēvs ir gājis no Krievijas un tas laikam no laika gala mums ir nācis, ka mēs vienmēr esam skatījušies. Tas ir arī pieradums, tas arī. Tas mani saista no bērnības, es tā esmu audzināta, mēs vienmēr esam skatījušies, un es vienmēr paskatos, laikam, tas tā arī būs, kaut gan mani bērni jau vairāk neskatās.

(37 gadus veca skolotāja, dzīvo Latgalē, latviete, sarunvaloda ģimenē: latviešu un krievu)

Pretēji saviem vecākiem un vecvecākiem citu tautību jaunākās paaudzes mazāk interesējās par ziņu plūsmu no Krievijas un arī ir kritiskāk noskaņoti par ziņu saturu un dzīvi Krievijā kopumā. „Mani vecāki ir orientēti uz Krieviju pilnīgi, bet man jau ir cits skats,” diskusijā sacīja 24 gadus veca policijas darbiniece, kuras ģimenē sarunājas krievu valodā.

Fokusgrupas diskusiju dati parāda, ka etnisko mazākumgrupu jaunās paaudzes aktīvi interpretē Krievijas TV ziņu saturu, noraidot Krievijas oficiālās ideoloģijas piesātinātos ziņu vēstījumus. Piemēram, 36 gadus vecs pašvaldības darbinieks sacīja: „Pirmais Baltijas kanāls – Krievijas oficiālais kanāls. Skatoties pa ziņām, tas ir Medvedeva un Putina *point of view* (viedoklis)” . Līdzīgi izteicās cits diskusijas dalībnieks, 20 gadus vecs students: „Pirmais Baltijas kanāls man asociējas, pirmkārt, ar meliem kurus tur stāsta ziņās, ar Putinu, kuru rāda ziņās”. „Pirmais Baltijas kanāls ir pro-krievisks, *Saskaņas centrs*, tāds lielkrievijas šovinisms,” tā savukārt 31 gadu veca bērnu un jauniešu centra darbiniece.

Kad es, pieņemsim, tur ar mammu vai tur ar vecmāmiņu, vectētiņu, tad – jā [skatos *Время*, РБК]. Bet tā, ja viena pati, tad to es izlaižu, es vairāk gribu skatīties mūsu [ziņas]. [...] Ja runāt par gados vecāko paaudzi, to pašu vectētiņu, es pārnāku mājās un, kad viņi runā, viņi tikai par Krieviju runā, tas ir, viņus tas daudz vairāk interesē, viņi politiku vienkārši visu zina Krievijā, pamatīgi, vienkārši krustām šķērsām. Protams, Latvija viņus arī interesē, bet tikai par... piemēram, pensiju samazināšana interesē. [...] Bet šodien jaunatne, nu, es nezīnu par visiem, bet tie, kas ir man apkārt, viņi kaut kā vairāk pat ne [par] Krieviju [interesējās], vairāk Eiropu, drīzāk.

(20 gadus veca studente, dzīvo Rīgā, krieviete, sarunvaloda ģimenē: krievu)

Tas ir pats par sevi saprotams – es arī šeit dzīvoju, Latvijā, pats par sevi saprotams, ka interesantāk tas kas notiek Latvijā. Kas attiecas uz mani senčiem, tad viņi, protams, interesējas par Latvijas ziņām, bet droši vien pēc inerces turpina interesēties arī par Krieviju. Droši vien viņiem Padomju Savienība sabruka, bet tikai ne viņu galvās. Droši vien turpina pastāvēt, vienkārši nosaukums ir mainījies no PSRS uz Krieviju, un nav svarīgi, ka PSRS kļuva būtiski mazāka, ka Latvija vairs nav PSRS sastāvdaļa. Droši vien pēc inerces viņi jūtas kā daļa Krievijas. [...] Mani vectēvi, vecmāmiņas vairāk ticēs tam, kas ir krievu ziņās. Viņi vieglāk tic tādēļ, ka viņiem liekas, ka tur [Krievijā] ir labāk.

(19 gadus vecs students, dzīvo Vidzemē, krievs, sarunvaloda ģimenē: krievu)

Man vispār Krievija, Maskava vispār absolūti neinteresē, vienkārši, vispār. Es vispār uzskatu sevi par Latvijas pilsoni, vienkārši krievvalodīgo. Man daudz vairāk interesē tas kas Latvijā notiek.

(20 gadus vecs students, dzīvo Rīgā, krievs, sarunvaloda ģimenē: krievu)

Es bieži sastopos ar to, ka daudzi krievvalodīgie iedzīvotāji, jāatzīst, nievājoši attiecas pret Latviju, skaitās drīzāk Krievijas patrioti nekā Latvijas. Un tāpēc viņi skatās drīzāk Pirmo Baltijas kanālu nekā Latvijas Televīziju vienkārši dēļ savas nievājošās attieksmes pret valsti, kurā dzīvo. Un Pirmajā Baltijas [kanālā] visu laiku rāda, cik labi ir Krievijā. Cilvēki skatās to un it kā domā, ka viņiem [Krievijā] ir reāli *kruta* un staigā, vicinot [Krievijas] karogu.

(20 gadus vecs datortehnikas un automātikas students, dzīvo Rīgā, krievs, nepilsonis, sarunvaloda ģimenē: krievu)

Es tur [Krievijā] biju un tur nepavisam nav *kruti*.

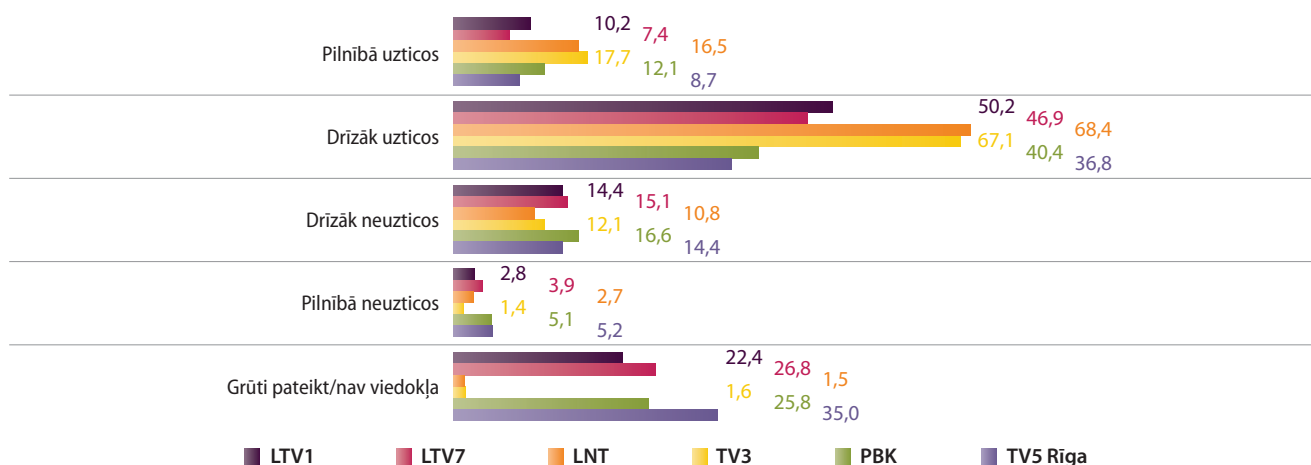
(20 gadus vecs students, dzīvo Rīgā, krievs, sarunvaloda ģimenē: krievu)

3.4. Uzticēšanās TV ziņu raidījumiem

Aptaujas dalībnieku atbildēs var ieraudzīt šādu sakarību – tie ziņu raidījumi, kas bauda popularitāti, ir nosaukti arī par uzticamākajiem ziņnešiem. Tieši tāpat kā ziņu raidījumu skatīšanās statistikas priekšgalā ir LNT un TV3, ziņu raidījumi šajos kanālos arī atzīti par uzticamākajiem – 84 procenti aptaujāto atzinuši, ka pilnībā uzticas vai drīzāk uzticas ziņu raidījumiem šajos kanālos. Ziņas šajos TV kanālos auditorijas arī biežāk atzinušas par objektīvām un politiski neitrālām, tā domā 57 procenti aptaujas dalībnieku.

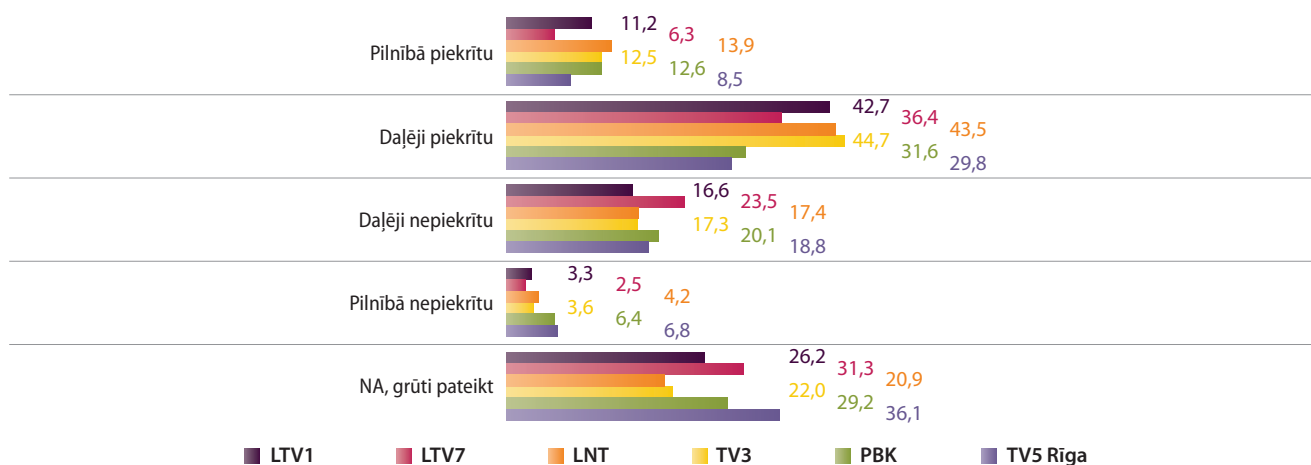
Uzticēšanās rādītāji ziņu raidījumiem citos televīzijas kanālos ir ievērojami zemāki, tostarp sabiedriskajā televīzijā.³² Attiecīgi, ziņu raidījumi šajos TV kanālos arī novērtēti kā mazāk objektīvi un politiski neitrāli. Tam, ka LTV1 ziņas ir objektīvas un politiski neitrālas, pilnībā vai daļēji piekrituši 53,9 procenti aptaujāto, bet par LTV7 ziņām tā sacījuši 42,7 procenti. Nedaudz vairāk kā puse – 54,4 procenti – aptaujāto piekrita tam, ka LTV ziņu raidījumu saturu politiskie un ekonomiskie spēki ietekmē vairāk nekā citu, privāto TV kanālu ziņu raidījumu saturu, un nedaudz vairāk par to ir pārliecināti citu tautību aptaujātie, latvieši mazāk.

61. attēls. „Cik lielā mērā uzticaties šādu TV kanālu ziņu raidījumiem”, %, visi respondenti, kuri zina šo TV kanālu, 2011



Dati: TNS Latvia

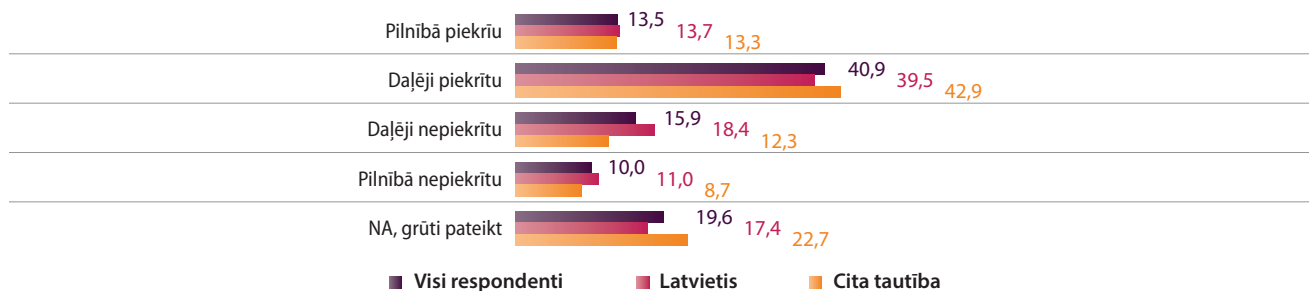
62. attēls. „Ziņu raidījumi šajā TV kanālā ir objektīvi un politiski neitrāli”, %, visi respondenti, kuri zina šo TV kanālu, 2011



Dati: TNS Latvia

³² Tādi, kas atbildējuši, ka pilnībā uzticas vai drīzāk uzticas ziņu raidījumiem LTV1, ir 60,4 procenti, bet LTV7 – 54,3 procenti. Zemāks uzticēšanās līmenis ir vien ziņu raidījumiem PBK un TV5 Rīga – attiecīgi 52,5 procenti un 45,5 procenti.

63. attēls. „LTV ziņu raidījumu saturu politiskie un ekonomiskie spēki ietekmē vairāk nekā citu, privāto TV kanālu ziņu raidījumu saturu”, %, visi respondenti, tautība, 2012

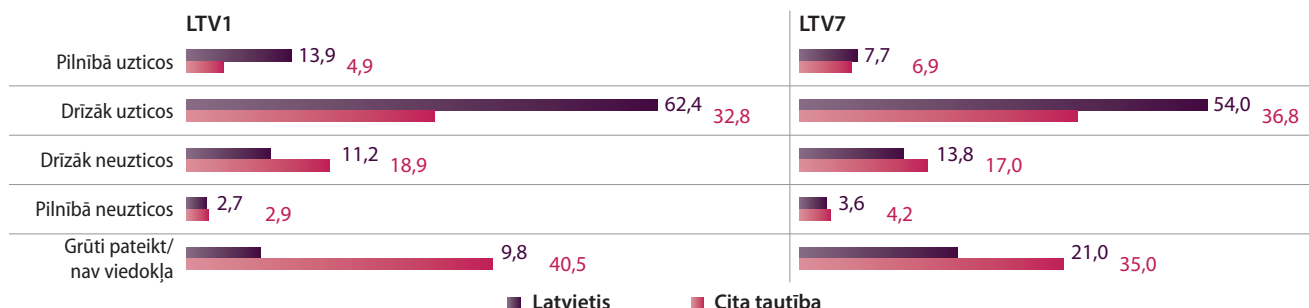


Dati: TNS Latvia

Ziņu raidījumiem LTV1 pilnībā uzticas vai drīzāk uzticas 76,3 procenti latviešu auditorijās, bet citu tautību auditorijās tādu ir vien 37,7 procenti. 21,8 procenti citu tautību respondentu atzina, ka pilnībā neuzticas vai drīzāk neuzticas ziņu raidījumiem LTV1 (latviešu auditorijās tādu ir 13,9 procenti), bet vēl vairāk – 40,5 procenti – ir tādi, kuriem bija grūti novērtēt ziņu raidījumus galvenajā sabiedriskās televīzijas kanālā, kas visdrīzāk skaidrojams ar citu tautību auditoriju mazo pieredzi ar ziņu raidījumiem šajā kanālā. Kā jau iepriekš minēts, tādu citu tautību auditoriju, kas regulāri skatās ziņu raidījumus LTV1, ir ļoti maz.

Nedaudz vairāk citu tautību auditorijas uzticas sabiedriskās televīzijas ziņu raidījumiem krievu valodā LTV7 kanālā. 43,7 procenti sacīja, ka pilnībā uzticas vai drīzāk uzticas LTV7 ziņām, 21,2 procenti – pilnībā neuzticas vai drīzāk neuzticas, un joprojām daudz ir tādu, kuriem grūti formulēt attieksmi – 35 procenti.

64. attēls. „Cik lielā mērā uzticaties LTV1 un LTV7 kanāla ziņu raidījumiem”, %, visi respondenti, kuri zina šo TV kanālu, tautība, 2011



Dati: TNS Latvia

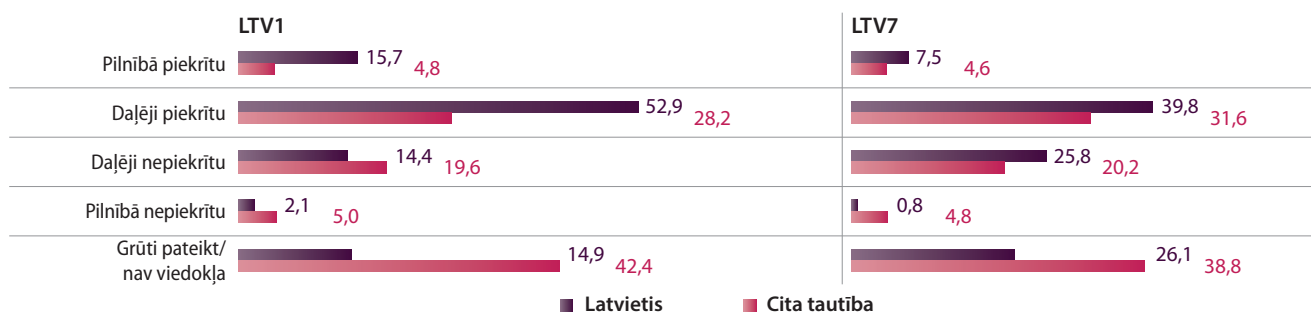
Citu tautību auditorijas par uzticamākajiem atzinuši ziņu raidījumus LNT un TV3 kanālā, un tikai tad seko krievvalodīgajās auditorijās populārais PBK.³³ Tomēr PBK nelatviešu auditorijās tiek uzskatīts par objektīvāko un politiski neitrālāko ziņnesi.³⁴ Tiesa, kā to rāda iepriekš rezultātu atskaitē iekļautie diskusiju fragmenti, jāpatur prātā, ka citu tautību auditorijas ir daudzveidīgas un tajās var atrast arī kritiskas PBK ziņu interpretācijas. Tam, ka LTV7 ziņas ir objektīvas un politiski neitrālas, piekrituši 36,2 procenti aptaujāto citu tautību skatītāju, bet par LTV1 tā varēja sacīt tikai 33 procenti.³⁵

³³ Ziņu raidījumiem LNT pilnībā uzticas vai drīzāk uzticas 81,5 procenti citu tautību aptaujas dalībnieku, ziņu raidījumiem TV3 šis skaitlis ir 80,5 procenti, bet PBK ziņām – 70,8 procenti. 15,6 procenti citu tautību aptaujāto atzinuši, ka pilnībā vai drīzāk neuzticas ziņām šajā TV kanālā, kas ir salīdzinoši līdzīgs novērtējums ar ziņām LNT, TV3 un TV5 Rīga. Augstāki neuzticšanās rādītāji citu tautību auditoriju vidū ir tikai ziņām abos sabiedriskās televīzijas kanālos. Ziņu raidījumiem citā krievu valodas kanālā – TV5 Rīga – pilnībā uzticas vai drīzāk uzticas 60,5 procenti citu tautību auditoriju.

³⁴ 67,6 procenti citu tautību aptaujāto pilnībā vai daļēji piekrita, ka ziņu raidījumi PBK ir objektīvi un politiski neitrāli, par citām ziņām krievu valodā – kanālā TV5 Rīga – tā sacījuši 54,8 procenti, par LNT un TV3 – attiecīgi 42,1 procenti un 41,2 procenti.

³⁵ Tiesa, aplūkojot tikai tās atbildes, kuras snieguši tie nelatvieši, kas pēdējos trīs mēnešos bija skatījušies LTV, sabiedriskās televīzijas sniegums ir novērtēts ievērojami augstāk, tomēr arī šeit citu tautību respondenti bijuši kritiski. Ja 82,8 procenti latviešu, kas bija skatījušies LTV1, piekrita, ka LTV1 ziņu raidījumi ir objektīvi un politiski neitrāli, tad citu tautību skatītāju vidū tādu ir mazāk – 68,9 procenti. Runājot par LTV7 ziņām, tā uzskatīja 69 procenti latviešu un 58,6 procenti citu tautību respondentu, kas pēdējā laikā bija skatījušies šo TV kanālu.

65. attēls. „Ziņu raidījumi LTV1 un LTV7 kanālā ir objektīvi un politiski neitrāli”, %, visi respondenti, kuri zina šo TV kanālu, tautība, 2011



Dati: TNS Latvia

Līdzīgi kā citu tautību auditorijās arī latviešu auditoriju acīs uzticamākie ziņu raidījumi ir LNT un TV3 kanālā. 86 procenti sacījuši, ka pilnībā uzticas vai drīzāk uzticas ziņām šajos kanālos, tālāk seko abi sabiedriskās televīzijas kanāli – LTV1 tie ir 76,3 procenti, bet LTV7 – 61,7 procenti. Tomēr, jaūtātas par ziņu raidījumu objektivitāti un politisko neitralitāti, latviešu auditorijas vērtējumos par ziņām LTV1, LNT un TV3 bijušas vienisprātis. 68 procenti respondentu piekrituši, ka ziņas šajos TV kanālos ir objektīvas un politiski neitrālas. Savukārt kā neuzticamākos latviešu auditorijas atzinušas ziņu raidījumus krievu valodas kanālos – PBK un TV5 Rīga.³⁶

Lai arī TV ziņu raidījumu izvēlēs un šo raidījumu novērtējumā latviešu un citu tautību auditoriju uzvedība un attieksmes ir atšķirīgas, tomēr svarīgi atzīmēt, ka gan latviešu, gan etnisko mazākumgrupu TV skatītāju vidū vienlaikus var atrast arī kritiskas interpretācijas par šajās auditorijās populārajiem ziņu raidījumiem. Tā, piemēram, starp tiem latviešiem, kas pēdējos mēnešos bija skatījušies LTV1, 13,6 procenti bija tādi, kas ziņas šajā kanālā vērtēja kā neobjektīvas un nepiekrita apgalvojumam, ka LTV1 ziņas ir politiski neitrālas. Līdzīgi kritisku vērtējumu par ziņām PBK sniedza 16,7 procenti nelatviešu, kas pēdējā laikā bija skatījušies šo TV kanālu.

4. Secinājumi

Skaidrojot Latvijas iedzīvotāju ziņu mediju preferences ar īpašu interesi par sabiedriskās televīzijas ziņu lomu cilvēku ikdienas ziņu lietošanas pieredzē, šajā pētījumā atklājām, ka novēršanās no LTV ziņām vienlaikus ir auditoriju protests pret politiskās elites dienaskārtības dominēšanu sabiedriskajā televīzijā. Latvijas sabiedrības ļoti mazā interese par politikas dzīvi un neuzticēšanās pilnās sabiedrības un politiskās elites attiecības atspoguļojas auditoriju noraidījumā pret ziņu plūsmu no LTV, kas daudzu acīs ir valsts televīzija, kas kalpo par komunikācijas kanālu starp valdību un iedzīvotājiem (mazākumtautību auditorijās arī valsts televīzija, kas apkalpo pro-latviskās politiskās elites intereses). Citiem vārdiem runājot, noraidošā attieksme pret tiem, kas atrodas pie varas, rezultējas auditoriju nepatīkā pret politiskās dienaskārtības reprezentācijām sabiedriskajā televīzijā – tieši ar lielo interesi par valsts politisko dzīvi daudziem asociējas LTV un arī tās ziņu saturs.

Turklāt šāds priekšstats par LTV cirkulē gan latviešu, gan etnisko mazākumgrupu vidū, un tas izceļ vēl vienu šī pētījuma nozīmīgu secinājumu – indivīda etniskā (lingvistiskā) piederība ir, lai arī nozīmīgs, tomēr tikai viens no atskaites punktiem, skaidrojot mediju un auditoriju attiecības Latvijā. Etniskās (lingvistiskās) identitātes lomu ziņu mediju lietošanas praksēs un attieksmēs pret mediju piedāvājumu nevar nenovērtēt, bet to nevajag arī pārvērtēt. Kā to parādīja iepriekšējo nodaļu rezultātu atskaite, gan latviešu valodas, gan krievu valodas mediju auditorijas ir daudzveidīgas, un par pierādījumu tam kalpo tās nozīmīgās paaudžu atšķirības kuras fiksētas abu valodu grupu mediju lietotāju vidū.

Kā to apliecina arī šī pētījuma rezultāti, sabiedriskā televīzija Latvijā dažādu iemeslu dēļ aizvadītajos 20 gados nav spējusi kļūt par saliedējošu vidutāju publiskajā sfērā, kurā laiku pa laikam notiek asas konfrontācijas valodas un vēstures jautājumos, kā tas bija arī 2012. gada valodas referenduma laikā. Nelatvieši mazāk skatās un arī mazāk uzticas ziņām sabiedriskajā televīzijā. Tiesa, tas nav nekas jauns – 20. gadsimta 90. gadu sākumā veiktie TV auditoriju mērījumi rāda, ka jau tad LTV auditorijās ļoti dominēja latvieši, un citu tautību TV skatītāji galvenokārt pulcējās ap Ostankinas TV, kādreizējo padomju Centrālo Televīziju – šodienas Krievijas *Pirmo kanālu*, kura Baltijas versija ir PBK.

Tā ir popkultūra, nevis TV ziņas, kas šodien saved nāciju kopā – piemēram, Eurovīzijas dziesmu konkurss, *Dinamo Rīga* hokeja spēļu tiešraides, kas turklāt daudzās auditorijās – jaunu cilvēku vidū, etniskajās mazākumgrupās – ir arī teju vienīgā regulārā pieredze ar sabiedrisko televīziju.

³⁶ Ziņu raidījumiem PBK pilnībā uzticas vai drīzāk uzticas 39,4 procenti latviešu skatītāju, bet TV5 Rīga – vien tikai 35 procenti. Tikai 27 procenti latviešu piekrituši, ka ziņu raidījumi PBK un TV5 Rīga ir objektīvi un politiski neitrāli.

Etnisko mazākumgrupu auditoriju izvēle par labu ziņām krievu valodā, tostarp Krievijas TV kanālos, nav automātiski jātulko kā šo etnisko kopienu distancēšanās, atsvešināšanās no Latvijas un identificēšanās ar Krievijas, nevis Latvijas dzīvi. Šajās auditorijās ir tikpat liela interese par nacionālajām ziņām kā latviešu vidū (nelatvieši savu informētību par Latvijas aktualitātēm gan ir novērtējuši zemāk). Daudziem (un ne tikai nelatviešiem, bet arī latviešiem) no Krievijas raidošie TV kanāli vispirms ir izklaides un tikai pēc tam – ziņu avots.

Tiesa, tāpat kā latviešu arī citu tautību mediju auditorijas nav homogēnas, tajās iezīmējas nozīmīgas paaudžu atšķirības, un tās apliecina arī ciešu saikni, kāda pastāv starp indivīda valstiskās piederības statusu (un attiecīgi viņam piešķirtajām/atņemtajām politiskajām tiesībām), piederības izjūtu valstij, kurā indivīds dzīvo (vai šīs izjūtas deficītu) un ziņu mediju preferencēm. Vecākajās etnisko mazākumgrupu paaudzēs, kurās ir liels īpatsvars to iedzīvotāju, kas atrodas ārpus līdzdalības Latvijas politiskajā sfērā – Latvijas nepilsoņi un Latvijā dzīvojošie Krievijas pilsoņi, interese par ziņām no Latvijas mijas ar lielu interesi (un bieži arī lepnumu) par dzīvi Krievijā. Turklāt šajās paaudzēs ir arī slikta latviešu valodas prasme, kas izslēdz tās no latviešu valodas ziņu vides.

Gados jauni nelatvieši – daudzi no viņiem ir jau pēc-1991. gada paaudze, pirmkārt (tāpat kā viņu latviešu vienaudži) kopumā mazāk interesējas par TV ziņām un tā vietā dod priekšroku *online* ziņnešiem, bet par ziņām vairāk internetā meklē un atrod Rietumu popkultūru un, otrkārt, (atšķirībā no saviem vecākiem un vecvecākiem) izrāda mazu interesi par informācijas plūsmu no Krievijas. Šajās auditorijās ir izplatītas kritiskas Krievijas TV ziņu tekstu interpretācijas – etnisko mazākumgrupu jaunieši ir kritiski gan par dzīvi Krievijā, gan par tās reprezentācijām Krievijas TV ziņās.

Tāpat, kā noskaidrojām šajā pētījumā, priekšrokas došana TV ziņām krievu valodā nelatviešu vidū neizslēdz ziņu lietošanu latviešu valodā – liela daļa aptaujāto šajās auditorijās atzina, ka parasti skatās TV ziņas arī latviešu valodā un daudzi arī lasa ziņas latviešu valodā internetā. Arī latviešu vidū ir tādas auditorijas, kuru ikdienas ziņu mediju lietošana ir bilingvāla – latviešu un krievu valodā, un tas ļauj runāt par vismaz daļēju abu lingvistisko mediju lietotāju grupu mijiedarbību. Citiem vārdiem runājot, abu valodu mediju apakšsistēmas (vismaz attiecībā uz ziņu mediju lietošanu) nav pilnībā nošķirtas, izolētas viena no otras.

Nenoliedzami, valoda spēlē nozīmīgu lomu nelatviešu ziņu mediju izvēlēs (tās ir gan ērtības – vieglāk uztvert informāciju dzimtajā valodā, gan emocionāla pieķeršanās mātes valodai, gan informācijas uztveres īpatnības – pieprasījums pēc augstākas ziņu teksta subjektivitātes), tomēr nav pareizi uzskatīt, ka etnisko mazākumgrupu ziņu mediju izvēli diktē tikai un vienīgi „valodas faktors”.

Tāpat kā latvieši arī citu tautību auditorijas televīzijā meklē savām interesēm, vajadzībām atbilstošu piedāvājumu. Attiecīgi, liela daļa nelatviešu ir palikuši ārpus sabiedriskās televīzijas ne tikai tāpēc, ka LTV ziņu (un arī pārējais) piedāvājums krievu valodā ir nabadzīgs (attiecībā ar LTV nelatvieši sevi identificē kā diskvalificētus no dalības sabiedriskās TV lietošanā, TV skatītāju diskusijās nelatvieši bieži norādīja uz mazo krievu valodas klātbūtni un mazākumtautību redzamību kopumā sabiedriskajā televīzijā), bet arī tāpēc, ka sabiedriskās televīzijas ziņu (un atkal – arī pārējais) saturs un forma nav konkurētspējīgs ar alternatīviem piedāvājumiem – ne tikai krievu, bet arī latviešu valodā. To apstiprina fakts, ka ziņām latviešu valodā komerctelevisijās, īpaši LNT, ir labāki panākumi, uzrunājot etniskās mazākumgrupas, pat labāki nekā sabiedriskās TV ziņām krievu valodā LTV7 kanālā.

Tātad, lai arī piederība etniskajai (lingvistiskajai) grupai rada atšķirības ziņu mediju preferencēs Latvijas iedzīvotāju vidū, tomēr vienlaikus varam runāt arī par universālām auditoriju interesēm, gaidām, vajadzībām, kas stāv pāri ierastajām etniskajām (lingvistiskajām) demarkācijas līnijām.

LTV ziņu raidījumu auditorijas ļoti noveco – sabiedriskās televīzijas skatītāju vecuma struktūrā izteikti dominē vecākās paaudzes. Tie nav tikai 15–24 gadus vecie, kuri kopumā reti skatās konvencionālo televīziju, nemaz nerunājot par vakara TV ziņām, bet arī starp trīsdesmitgadniekiem un četrdesmitgadniekiem ir maz tādu, kas regulāri skatās ziņas sabiedriskajā televīzijā. Tas var radīt nopietnus riskus sabiedriskās televīzijas ziņu ilgtspējai, ja LTV neveltīs vairāk uzmanības sabiedriskās televīzijas auditoriju ataudzes veidošanai – tos, kuri nomainīs šodienas lojālās LTV auditorijas.

Daudzi televīzijā vispirms meklē izklaidi kā iespēju aizbēgt no ikdienas grūtībām, un komerctelevisiju satura prioritātes, tostarp aizraujoša ziņu pasniegšanas forma, atšķirībā no LTV sekmīgāk iekļaujas šajās auditoriju gaidās. Lai arī pesimisti teiks, ka auditoriju pieprasījums pēc izklaidēšanās, arī skatoties TV ziņas, liecina par patērētāja identitātes prevalēšanu mediju auditorijās Latvijā, tomēr patērētāja identitāte automātiski neizslēdz pilsoņa lomu – tās drīzāk mijiedarbojas, papildina viena otru, nevis nemitīgi konfliktē, tāpat arī kā kvalitatīvais un populārais mediju saturs ne vienmēr atrodas opozīcijā viens otram. Sabiedriskajai televīzijai ir liels izaicinājums augstvērtīgu ziņu žurnālistiku pasniegt aizraujošā formā (piemēram, sarunāties ar skatītājiem, nevis lasīt priekšā, izmantot ziņu vizualizācijas, kas atvieglo sarežģītas informācijas uztveri, piedāvāt žanrisko daudzveidību), jo LTV atšķirībā no komerctelevisijām, ņemot vērā tās īpašos pienākumus pret sabiedrību, nevar atļauties būt populistiska (nekritiski izpatikt auditorijām), bet vienlaikus tā nevar būt arī elitāra (ignorēt sabiedrībā valdošos noskaņojumus), jo abos gadījumos tās leģitimitāte var tikt apdraudēta.

Skaidrojot *Panorāmas* popularitātes norietu – pēdējos gados plaši un strauji kritušos auditoriju reitingus, jāņem vērā arī konkurences piesātinājums kādu ir piedzīvojusi visa ziņu mediju industrija Latvijā šajā laikā – gan uzplaukuši interneta ziņu mediji, gan sabiedriskās televīzijas konkurentes – komerctelevisijas – paplašinājušas savu ziņu un aktuālo problēmu raidījumu piedāvājumu. Pēdējo 11 gadu laikā būtiski palielinājies kopējais ziņu raidījumu raidlaiks sešos šajā pētījumā iekļautos TV kanālos. Būtiski ir arī novērtēt ziņu mediju izplešanās sastapšanos ar paātrinājumu cilvēku ikdienas dzīves ritmos, jo, kā sacīja kāda fokusgrupas diskusijas dalībniece, vaicāta, kādēļ pēdējos gados mazāk skatās *Panorāmu* – „laika mazāk, izvēle lielāka”.

Rezumējot – auditoriju novēršanos no ziņām sabiedriskajā televīzijā izskaidro gan pēdējo gadu straujās pārmaiņas ziņu mediju piedāvājumā un auditoriju uzvedībā (konkurences saasināšanās TV ziņu ražošanā un interneta ziņu mediju uzplaukums ir radījis piesātinātu ziņu tirgu, kas auditorijām piedāvā plašu, bet ne obligāti daudzveidīgu ziņu avotu izvēli dažādās mediju platformās), gan sabiedrībā valdošie noskaņojumi (niecīga, pēdējos gados kritoša interese par politisko dzīvi, ļoti augsta neuzticēšanās politiskajai elitei, kā arī vēlme paslēpties no ikdienas sarežģījumiem televīzijas izklaidē), kas ir sakritis ar laiku, kad gan sabiedriskā televīzijā kopumā, gan tās ziņu redakcija ir novājināta – tie ir gan vāji finansiālie (ekonomiskās lejupslīdes radītās finansiālās grūtības), gan žurnālistiskie resursi (spēcīgu žurnālistu aizplūšana no LTV), kas rada grūtības sabiedriskajai televīzijai ražot konkurētspējīgu ziņu produkciju – gan žurnālistiski izcilu saturā, gan aizraujošu, modernu ziņu pasniegšanas formā.

Lai arī jaunu cilvēku galvenais ziņu avots ir internets, tomēr regulāra interneta lietošana nenožīmē regulāru ziņu lietošanu internetā – internets viens pats nespēj pilnībā apmierināt jaunu cilvēku informatīvās vajadzības, un šeit būtiska loma joprojām ir televīzijai, kas ir nozīmīgs ziņu avots visās paaudzēs. Tiesa, atšķirībā no vecākajām paaudzēm jaunu cilvēku televīzijas lietošanas paradumiem nav raksturīgs ikvakara TV ziņu skatīšanās rituāls (vecākās paaudzes kopumā vairāk skatās televīziju un regulāri lieto TV ziņas), ziņu skatīšanos televīzijā divdesmitgadnieku, trīsdesmitgadnieku vidū raksturo epizodiskums un nejaušība. Tomēr jauni cilvēki veido savus ziņu rituālus – piemēram, daudziem ir ieradums dienu sākt ar ziņu virsrakstu caurskatīšanu interneta ziņu portālos, interneta sociālajos tīklos. Tieši vēlme pašiem saglabāt kontroli pār ziņu plūsmu jeb ziņu lietošanas nelinearitāte vislabāk raksturo jaunu cilvēku ziņu lietošanas paradumus.

Runājot par Latvijas sabiedrību kopumā, var teikt, ka *online* ziņas nav aizstājušas televīzijas ziņu skatīšanos, bet daudzās auditoriju grupās ir kļuvušas par nozīmīgu papildinājumu televīzijai. Visvairāk no interneta ziņu uzplaukuma ir cietusi dienas prese.

Nacionālo laikrakstu nozīme sabiedrības dienaskārtības noteikšanā Latvijā pēdējos gados ir nozīmīgi kritusies, un šodien dienas prese spēlē mazu lomu, veidojot sabiedrības priekšstatus par apkārt notiekošajiem procesiem. Latvijā ir vieni no zemākajiem drukātās preses lietošanas rādītājiem Eiropas Savienības valstu vidū, zemākie arī Baltijā. Tomēr Latvijas iedzīvotāji ir ļoti entuziastiski, meklējot ziņas internetā, un šāda auditoriju uzvedība ļauj secināt, ka zudušo interesi par laikrakstu lasīšanu Latvijas iedzīvotāji kompensē ar ļoti lielu interesi par *online* ziņām.

Tikai vietējā prese daudzās ģimenēs uztur laikrakstu lasīšanas tradīcijas. Savukārt laikrakstus internetā (un nevis ar laikrakstu redakcijām saistītos interneta ziņu portālus) aktīvi lasa vien vecākās paaudzes, kas ir arī lojālākās drukāto laikrakstu auditorijas.

No rīta laikrakstiem auditorijas pārceļas uz interneta ziņnešiem – interneta ziņu portāliem, un īpaši jauniešu vidū – arī uz interneta sociālajiem medijiem, un tas ļauj domāt, ka tieši šajās paaudzēs sevis izteikšana *online* sociālajos medijos, tostarp dalīšanās ar ziņām, liecina par ziņu lietotāja, ziņu radītāja un ziņu izplatītāja lomu mijiedarbību. Šī pētījuma rezultāti arī nav devuši apstiprinājumu bažām, ka interneta ziņu popularitāte ir mazinājusi jaunu cilvēku interesi par politikas dzīvi – tā nav nedz nozīmīgi lielāka, nedz mazāka kā citās vecuma grupās, izņemot vecākās paaudzes, kas ir vairāk ieinteresētas un arī labāk novērtējušas savu informētību par politikas procesu Latvijā. Tomēr ir nepieciešami tālāki pētījumi, lai skaidrotu saikni starp ziņu mediju preferencēm un politisko līdzdalību jaunu cilvēku vidū.

Uztraucoši ir šī pētījuma aptaujas skaitļi, kas rāda, ka Latgalē teju deviņi procenti iedzīvotāju, galvenokārt, nelatvieši, neredz nevienu no šajā pētījumā iekļautajiem televīzijas kanāliem – LTV1, LTV7, TV3, LNT, TV5 Rīga un PBK, kas nodrošina regulāras nacionālo ziņu pārraides latviešu un krievu valodā. Šīs auditorijas raksturo zemāka interese par nacionālajām ziņām un arī zemāks informētības pašnovērtējums, salīdzinot ar tiem, kuriem iepriekš minētie TV kanāli ir pieejami. Tie visdrīzāk ir 2010. gada pārejas no analogās uz digitālo virszemes TV apraidi nospiedumi, tomēr šī jautājuma izpētei ir jāvelta lielāka vērība nākamajos pētījumos, kas palīdzētu sniegt pārlicinošāku skaidrojumu, vai un kā digitālās virszemes TV ienākšana Latvijā ir ietekmējusi auditoriju ziņu mediju izvēles un interesi, informētību par nacionālajām ziņām.

Kā demonstrē šī pētījuma rezultāti, ziņu mediju izvēles daudz pasaka ne tikai par mediju lietošanas paradumiem, auditoriju interesēm, gaumēm, bet arī izgaismo plašākus sabiedrībā valdošos noskaņojumus, attieksmes, dzīves ritmus. No vienas puses, Latvijas iedzīvotāju – un īpaši jaunu cilvēku – mediju lietošanā var ieraudzīt tādus pašus strāvumus kā citās valstīs – mediju

lietošanu raksturo pieaugoša fragmentācija, mobilitāte, nelinearitāte, bet, no otras puses, mediju un to auditoriju attiecības Latvijā ietekmē nacionālās mediju sistēmas īpatnības – nenobriedusi, viegli ievainojama sabiedrisko mediju sistēma, divu valodu mediju apakšsistēmu pastāvēšana, nozīmīga gan Rietumu, gan Austrumu mediju biznesa klātbūtne nelielajā Latvijas mediju tirgū, zemā iedzīvotāju pirktspēja, u.c. pazīmes.

5. Rekomendācijas

- Segmentētā TV skatīšanās liek nojaust, ka šodien vairs nav iespējams pulcēt lielas auditorijas ap vienu TV produktu (LTV gadījumā – *Panorāmu*), ir jāņem vērā, ka auditoriju ziņu lietošanas paradumi ir ļoti dažādi, tāpat to vēlmes un vajadzības, un attiecīgi LTV ir jādažādo ziņu formāti un ziņu platformas. Auditorijās ir gan jaunieši, kuru ziņu lietošanu raksturo ziņu virsrakstu caurskatīšana internetā, gan vecākās paaudzes, kuru ziņu mediju preferencēs nozīmīga loma joprojām ir ikvakara TV ziņu rituālam. Tās ir gan tādas auditorijas, kas sagaida dienas hroniku, īsu, steidzīgu ziņu kopsavilkumu, gan tādas, kas pieprasa analīzi, notikumu un procesu skaidrojumu.
- Lai arī vēsturiski LTV galvenais ziņu raidījums ir bijusi *Panorāma* un tai ir labi panākumi, uzrunājot lojālās sabiedriskās televīzijas auditorijas – latviešus, gados vecus cilvēkus, ārpus Rīgas dzīvojošos, tomēr vienlaikus šī raidījuma tradīcijas nes līdzī arī tādas uzslāņojumus, kam lielā daļā auditoriju ir negatīvas konotācijas (piemēram, politiskās dienaskārtības īpatsvars, konservatīva ziņu pasniegšanas maniere). Tādēļ svarīgs LTV uzdevums blakus *Panorāmas* attīstībai ir iedibināt jaunas tradīcijas, eksperimentējot ar jauniem ziņu pasniegšanas veidiem un nebaudoties iziet arī ārpus līdz šim ierastajiem formāta rāmjiem.
- Sabiedriskās televīzijas ziņu dienestam ir jāpievērš lielāka uzmanība tā klātbūtnei interneta ziņu platformās, tās izmantojot ne tikai kā papildu kanālu konvencionālās televīzijas satura izplatīšanai, bet ražojot oriģinālu multimediju saturu. Tāpat ieteicams attīstīt ziņu saturu jaunajās ierīcēs kā viedtālruņi, planšetdatori, *smart TV*. Būtiski arī novērtēt interneta sociālo mediju popularitāti jaunu cilvēku vidū – tas daudziem šajās vecuma grupās ir nozīmīgs starpnieks līdz tradicionālo mediju ražotajam saturam.
- LTV jāpārskata esošo ziņu raidījumu koncepcijas, precīzi definējot to satura rāmjus – ziņas, analīze un pētniecība, un sasniedzamās mērķauditorijas. Pētījumā noskaidrojām, ka auditoriju acīs LTV1 ziņu pl. 18.00 koncepcija ir līdzīga *Panorāmas* saturiskajam rāmim un auditorijas savstarpēji aizstāj šos raidījumus, lai arī LTV ziņu redakcija ir paziņojusi par *Panorāmas* koncepcijas pārdefinēšanu – no ziņām uz analīzi. Apjukumu auditorijās visdrīzāk rada izplūdušās *Panorāmas* koncepcijas robežas – solītajam analītiskajam saturam nav regulāra rakstura, un tā vietā bieži tiek piedāvāts vien dienas ziņu kopsavilkums.
- LTV jāpievērš lielāka uzmanība ziņu pasniegšanas formai, ziņu vizualizācijai, neupurējot ziņu kvalitāti. Pētījumā noskaidrojām, ka auditorijās ziņu pasniegšanas forma spēlē tikpat nozīmīgu un dažās auditorijās, iespējams, pat nozīmīgāku lomu par ziņu saturu, un to nedrīkst ignorēt. Sabiedriskās televīzijas ziņu raidījumu forma auditorijās tiek raksturota kā tāda, kas ir ārpus viņu priekšstatiem par modernu televīziju.
- LTV jāpievērš lielāka uzmanība abu tās kanālu programmas sastādīšanas principiem – LTV1 un LTV7 trūkst spēcīga satura, tostarp izklaides produkcijas, kas nodrošinātu auditoriju pieplūdumu ziņu raidījumiem. Pētījumā noskaidrojām, ka auditorijas dod priekšroku ziņu raidījumiem tajos televīzijas kanālos, kuros atrod citu sev interesējošu ne-ziņu saturu. LTV kopējam saturam ir jāpalīdz piesaistīt auditoriju uzmanība sabiedriskās televīzijas ziņu raidījumiem.
- LTV ir jāpalielina saturs krievu valodā, kas ietver gan fakta, gan fikcijas programmas. Pētījumā konstatējām, ka nelatviešu auditorijas novēršas no sabiedriskās televīzijas, jo tās saturs nav konkurētspējīgs ne tikai ar Krievijā ražoto izklaides produkciju, bet arī ar vietējo komerctelevisiju piedāvātajām informatīvajām programmām. LTV vairāk uzmanības jāpievērš etnisko mazākumgrupu interesēm un vajadzībām – tas ir gan saturs krievu valodā, gan mazākumtautību redzamība kopējā sabiedriskās televīzijas saturā.
- Ņemot vērā krievu valodā radošo komerciālo televīziju mazo interesi par vietējās produkcijas ražošanu ziņu, analīzes un pētniecības žanrā, LTV jāklūst par līderi šāda satura veidošanā krievu valodā. Nelatviešu auditorijas sagaida nevis tulkojumus no latviešu valodas ziņu redakcijas materiāliem, bet oriģinālu produkciju krievu valodā. Šeit labs piemērs ir LR 4, kas nodrošina oriģinālu saturu krievu valodā un daudziem etniskajās mazākumgrupās ir nozīmīgs ziņu avots. Tāpat LTV jāmeklē iespējas, kā tuvināt abu valodu auditorijas, piemēram, producējot bilingvālus diskusiju projektus.

Literatūra

- Balčytienė, A. (2012). Culture as a Guide in Theoretical Explorations of Baltic Media. In D. C. Hallin, P. Mancini (eds.), *Comparing Media Systems Beyond the Western World*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Baltic Institute of Social Sciences. (2011). *Situācijas izpēte elektronisko plašsaziņas līdzekļu nozares attīstības nacionālās stratēģijas 2012.–2017. gadam izstrādei. Informācijas apkopojuma atskaite*. Rīga: Baltic Institute of Social Sciences.
- Barbour, R. (2007). *Doing Focus Groups. The Sage Qualitative Research Kit*. London: Sage.
- Berķe, G., Silkāne, V. (2005). *Ziņu atlases un ziņu izlaiduma veidošana Latvijas nacionālajās televīzijās*. Valmiera: Vidzemes Augstskola.
- Brikše, I., Skudra, O., Tjarve, R. (2002). Development of the Media in Latvia in the 1990s. In P. Vihalemm (ed.), *Baltic Media in Transition*. Tartu: Tartu University Press.
- Brikše, I. (2002). Latvijas mediji: izaicinājumi, ieguvumi un draudi (1987–2002). Grām.: A. Jaunzema (red.), *Sociālekonomiskā procesa trajektorija Latvijā laikā no 1985. līdz 2002. gadam: kur tā ved Latviju*. Ventspils: Ventspils Augstskola.
- Brikše, I., Zelče, V. (2008). The Latvian media in the new millennium: Trends in development, content and usage and the emergence of a community of media users. *Informācijas Moksloj*, 47, 87–111.
- Druvieta, I. (red.). (2012). *Valodas situācija Latvijā: 2004–2010*. Rīga: Latviešu valodas aģentūra.
- Gross, P. (2002). *Entangled Evolutions. Media and Democratization in Eastern Europe*. Washington: Woodrow Wilson Center Press, Baltimore, London: The Johns Hopkins University Press.
- Hargreaves, I., Thomas, J. (2002). *New News, Old News*. London: ITC/BSC/BBC.
- Harrison, J. (2006). *News*. London, New York: Routledge.
- Kruks, S. (2001). Latvijas Televīzijas ziņu saturs. Grām.: S. Kruks (red.), *Daudzveidība III*. Rīga: LU Komunikācijas studiju nodaļa.
- Kruks, S., Juzefovičs, J., Kikuste, E., Kikusts, G. (2007). *Ziņas Latvijas televīzijās. LTV1, LTV7, TV3, LNT, TV5 un PBK ziņu raidījumu satura analīze. 2007. gada 16.–27. aprīlis*. Rīga: Nacionālā radio un televīzijas padome.
- Kruks, S., Juzefovičs, J. (2007). *Ziņas Latvijas televīzijās. LTV1, LTV7, TV3, LNT, TV5 un PBK ziņu raidījumu satura analīze. 2007. gada 25. jūnijs–6. jūlijs*. Rīga: Nacionālā radio un televīzijas padome.
- Kruks, S., Šulmane, I. (2002). *Pilsoniskās sabiedrības attīstība un sabiedrības integrācija: 8. Saeimas priekšvēlēšanu kampaņas preses un politiku diskurss*. Rīga: LU Komunikācijas studiju nodaļa.
- Kruks, S., Šulmane, I. (2005). *Plašsaziņas līdzekļi demokrātiskā sabiedrībā*. Grām.: J. Rozenvalds (red.), *Cik demokrātiska ir Latvija. Demokrātiskās auditors*. Rīga: LU Akadēmiskais apgāds.
- Jakubowicz, K. (2004). Ideas in our Heads: Introduction of PSB as Part of Media System Change in Central and Eastern Europe. *European Journal of Communication*, 19, 1, 53–74.
- Jakubowicz, K. (2008). Finding the Right Place on the Map: Prospects for Public Service Broadcasting in Post-Communist Countries. In K. Jakubowicz, M. Sukosd (eds.), *Finding the Right Place on the Map. Central and Eastern European Media Change in a Global Perspective*. Bristol, Chicago: Intellect.
- Jensen, K. B. (2002). The qualitative research process. In K. B. Jensen (ed.), *A Handbook of Media and Communication Research. Qualitative and quantitative methodologies*. London, New York: Routledge.
- Juzefovics, J. (2011). *Mapping Digital Media: Latvia*. London: Open Society Foundations.
- Muižnieks, N., Zelče, V. (red.). (2011). *Karojošā piemiņa: 16. marts un 9. maijs*. Rīga: Zinātne.
- Mungiu-Pippidi, A. (2003). From State to Public Service: The Failed Reform of State Television in Central Eastern Europe. In M. Sükösd, P. Bajomi-Lázár (eds.), *Reinventing Media. Media Policy Reform in East-Central Europe*. Budapest: Central European University.
- Nacionālā Elektronisko plašsaziņas līdzekļu padome. (2012a). *Elektronisko plašsaziņas līdzekļu nozares attīstības nacionālā stratēģija 2012.–2017. gadam*. Rīga: Nacionālā Elektronisko plašsaziņas līdzekļu padome.

- Nacionālā Elektronisko plašsaziņas līdzekļu padome. (2012b). *Koncepcija par jauna Latvijas sabiedriskā elektroniskā medija izveidi*. Rīga: Nacionālā Elektronisko plašsaziņas līdzekļu padome.
- Newman, N. (ed.). (2012). *Reuters Institute Digital News Report 2012: Tracking the Future of News*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Ofcom. (2007). *New News, Future News. The challenges for television news after Digital Switch-over*. London: Ofcom.
- Örnebring, H. (2012). *Latvia. A country report for the ERC-funded project on Media and Democracy in Central and Eastern Europe*. Oxford: University of Oxford.
- Rožukalne, A. (2012). Young people as a media audience: From content to usage processes. *Central European Journal of Communication*, 1, 107–122.
- Ruduša, R. (2009). *Footprint of Financial Crisis in the Media. Latvia country report*. London: Open Society Institute.
- Rudzišs, L. (2004). Kā piedzima „Panorāma”. Grām.: Balode, M. (red.) *Cilvēki TV Viļņos. '54–'04*. Rīga: Latvijas Televīzija.
- Saeimas Cilvēktiesību un sabiedrisko lietu komisijas darba grupa. (2010). *Ziņojums „Par sabiedrisko mediju attīstības jautājumiem”*. Rīga: Latvijas Republikas Saeima.
- Salovaara, I., Juzefovics, J. (2012). Who pays for good journalism? Accountability journalism and media ownership in the Central and Eastern European countries. *Journalism Studies*, DOI: 10.1080/1461670X.2012.664425.
- Schroder, K., Drotner, K., Kline, S., Murray, C. (2003). *Researching Audiences*. London: Arnold.
- Schudson, M. (2010). News in Crisis in the United States: Panic – and Beyond. In D.A.L. Levy, R.K. Nielsen (eds.), *The Changing Business of Journalism and its Implications for Democracy*. Oxford: Reuters Institute for the Study of Journalism.
- Shoemaker, P.J., Cohen, A.A. (2006). *News Around the World: Content, Practitioners, and the Public*. New York, London: Routledge.
- Sparks, C., Reading, A. (1998). *Communism, Capitalism and the Mass Media*. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publications.
- Šulmane, I. (2006). The Russian Language Media in Latvia. In N. Muižnieks (ed.), *Latvian-Russian Relations: Domestic and International Dimensions*. Rīga: LU Akadēmiskais apgāds.
- Šulmane, I. (2010). Mediji un integrācija. Grām.: N. Muižnieks (red.), *Cik integrēta ir Latvijas sabiedrība? Sasniegumu, neveiksmju un izaicinājumu audits*. Rīga: LU Akadēmiskais apgāds.
- Šulmane, I., Kruks, S. (2001). Stereotipi Latvijas presē. Grām.: S. Kruks (red.), *Daudzveidība III*. Rīga: LU Komunikācijas studiju nodaļa.
- Šulmane, I., Kruks, S. (2006). *Neiecietības izpausmes un iecietības veicināšana Latvijā: Laikrakstu publikāciju un politiskā diskursa analīze (Diena, Neatkarīgā, Latvijas Avīze, Vakara Ziņas, Телеграф, Час, Весту-Сегодня)*. Rīga: Īpašu uzdevumu ministra sabiedrības integrācijas lietās sekretariāts.
- Wilkinson, S. (2004). Focus group research. In D. Silverman (ed.), *Qualitative Research: Theory, Method and Practice*. London: Sage.
- Zelče, V. (2006). Lokālā prese – kopienas informācijas vides veidotāja. Grām.: I. Brikše (red.), *Informācijas vide Latvijā: 21. gadsimta sākums*. Rīga: Zinātne.
- Zepa, B. (red.). (2006). *Integrācijas prakse un perspektīvas*. Rīga: Baltijas Sociālo Zinātņu institūts.

