



DIASPORAS MEDIJU PĒTĪJUMS



Ārlietu ministrija



LATVIJAS UNIVERSITĀTE
SOCIĀLO ZINĀTŅU
FAKULTĀTE

Diasporas un migrācijas
pētījumu centrs

Dr.sc.comm. Klinta Ločmele

Mg.sc.soc. Laura Uzule

01.12.2023.

PĒTĪJUMA AKTUALITĀTE

Pēdējo gadu laikā savu darbību ir pārtraukuši vairāki diasporas mediji (“Anglo Baltic News”, ziņu portāls latviešiem Amerikā www.latvianusa.com, ziņu portāls Lielbritānijā latviesiem.co.uk un citi).

Notiekot pārmaiņām mediju tirgū, kā šajos apstākļos darbojas diasporas mediji? Kāds ir to saturs un uzskati par to lomu? Vai, viņuprāt, tie ir kā tilts starp emigrantiem un viņu dzimto zemi?

Pirmais apjomīgais pētījums pēdējo gadu laikā, kurā analizēts diasporas mediju saturs un pašu mediju redzējums par medija lomu, darbību un nākotnes prognozēm.

PĒTĪJUMA MĒRĶIS

- Noskaidrot Latvijas diasporas mediju veidus un piedāvāt Latvijas situācijai atbilstošu definīciju un diasporas medija statusa kritērijus,
- izpētīt valsts iestāžu gaidas no tiem un pašu mediju redzējumu par savu darbību, finansējumu, žurnālistikas ētiku, auditoriju un to pastāvēšanas riskiem, diasporas mediju darbības izbeigšanas iemeslus,
- analizēt diasporas mediju saturu tematiskajā un žurnālistikas kvalitātes ziņā, pievēršot šiem jautājumiem uzmanību arī no Mediju atbalsta fonda saņemtā finansējuma kontekstā.

PĒTĪJUMA JAUTĀJUMI

1. Kāda ir Latvijas gadījumam piemērojama **diasporas medija definīcija**, un kādi Latvijas diasporas mediji pastāv?
2. **Kāds bija oriģinālsatura īpatsvars, un kādā kvalitātē tas tika veidots diasporas medijos 2022. gadā?** Vai un kādas ir atšķirības satura kvalitātē, kas radīts ar un bez Mediju atbalsta fonda finansējuma?
3. **Kādi šobrīd ir Latvijas īstenotie diasporas mediju atbalsta mehānismi, un kas no diasporas medijiem tiek sagaidīts?**
4. **Kādu iemeslu dēļ pēdējos astoņos gados (kopš 2014. gada pētījuma) ir beiguši pastāvēt daļa diasporas mediju un interneta vietņu?**
5. **Kā tiek nodrošināta diasporas mediju ikdienas darbība, tostarp žurnālistu ētikas ievērošana un finansējuma piesaiste, un kā diasporas mediju pārstāvji redz lielākos pastāvēšanas riskus?**
6. **Kā diasporas mediju pārstāvji redz savu auditoriju, misiju un kādu atbalstu sagaida no Latvijas valsts?**

Daļēji strukturētās intervijas (11)

- 4 valsts iestāžu pārstāvji
- 5 diasporas mediju pārstāvji
- 2 slēgtu diasporas mediju pārstāves

Diasporas mediju satura kontentanalīze (375 vienības)

- 130 diasporas interneta mediju satura vienības
- 245 drukāto mediju satura vienības

MEDIJA DEFINĪCIJA

Vieni no būtiskākajiem kritērijiem ir **redakcionālā un žurnālistiskā neatkarība, ētikas kodeksa un žurnālistikas standartu ievērošana, regulāra satura publicēšana**. Līdz ar to sociālo mediju domubiedru grupas vai apvienības, kuras ik pa laikam komunicē ar auditoriju ar bloga vai mājaslapas starpniecību un neveido saturu, vadoties pēc žurnālistikas standartiem, neatbilst medija izpratnei un kritērijiem.

Medija kritēriji no:

Council of Europe Committee of Ministers. (2013). Recommendation CM/Rec(2011)7 on a new notion of media

<https://edoc.coe.int/en/media/8019-recommendation-cmrec20117-on-a-new-notion-of-media.html>

DIASPORAS MEDIJU LOMA

PAŠIZPRATNE

- Auditorija diasporā un Latvijā (bet akcents uz auditoriju diasporā)
- Tilta funkcija
- Ir diasporas mediji, kuri darbojas pamatā uz vienas valsts auditoriju

VALSTS IESTĀŽU PĀRSTĀVJU KOMENTĀRI

- Noderība tā dēvētajā «X stundā»?
- Pamatā jāvēsta par aktualitātēm diasporā (jo ārpus Latvijas ir pieejami Latvijas sabiedriskie un komerciālie mediji)
- Atbalsta mediju redakcionālo neatkarību, bet arī, kritiski vērtējot procesus Latvijā, žurnālistikai jābūt kvalitatīvai.

Latvijas diasporas lielāko mediju kartēšana



DIASPORAS MEDIJU SATURA ANALĪZE – 375 SATURA VIENĪBAS

Seši diasporas mediji:

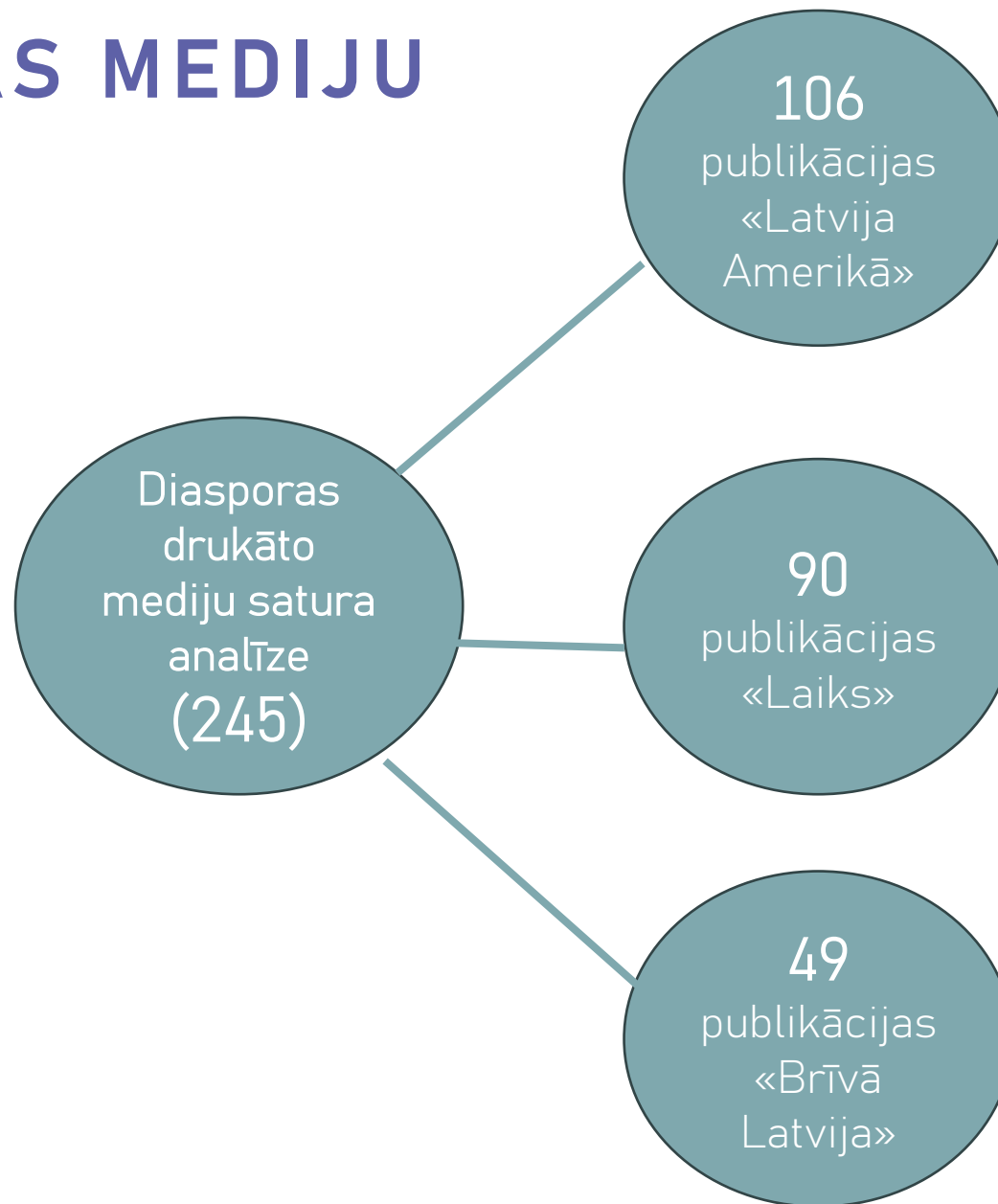
- trīs tradicionālie mediji (laikraksti “Latvija Amerikā”, “Laiks” un “Brīvā Latvija”)
- trīs interneta mediji (portāli “Baltic-Ireland.ie” un “Latvieši.com”, sociālais medijs “Laiva”)

Satura analīzes īstenošanas periods:

- 2022. gada maija pirmā un otrā nedēļa
- 2022. gada jūlija pirmā nedēļā (interneta portāliem – 1. jūlijā)
- 2023. gada aprīļa pirmā nedēļa (tiem, kuri 2022. gadā saņēma MAF finansējumu)

Apzinoties, ka šajos datumos publicētais saturs var precīzi neatspoguļot visa gada laikā paveikto, tomēr iegūtais apjomīgais izanalizēto satura vienību kopskaits (375) ļauj vismaz izdarīt secinājumus par tendencēm diasporas mediju saturā.

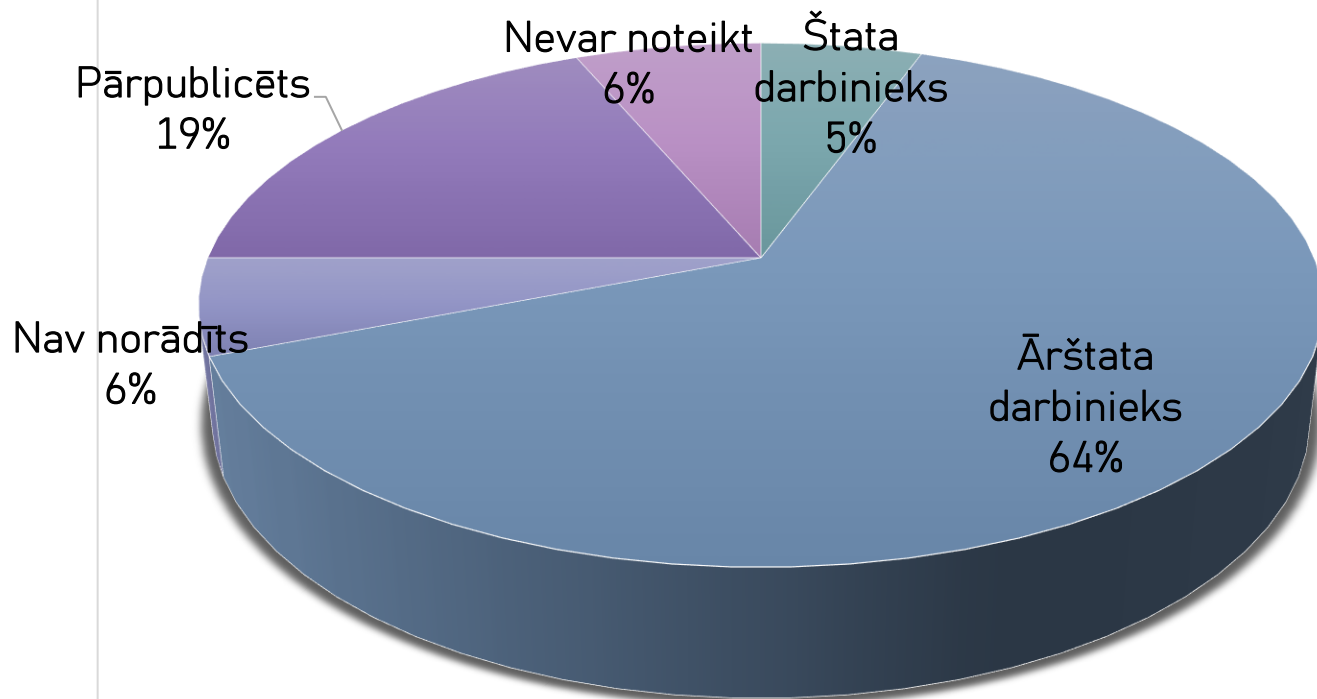
DRUKĀTO DIASPORAS MEDIJU SATURA ANALĪZE



INTERNETA DIASPORAS MEDIJU SATURA ANALĪZE



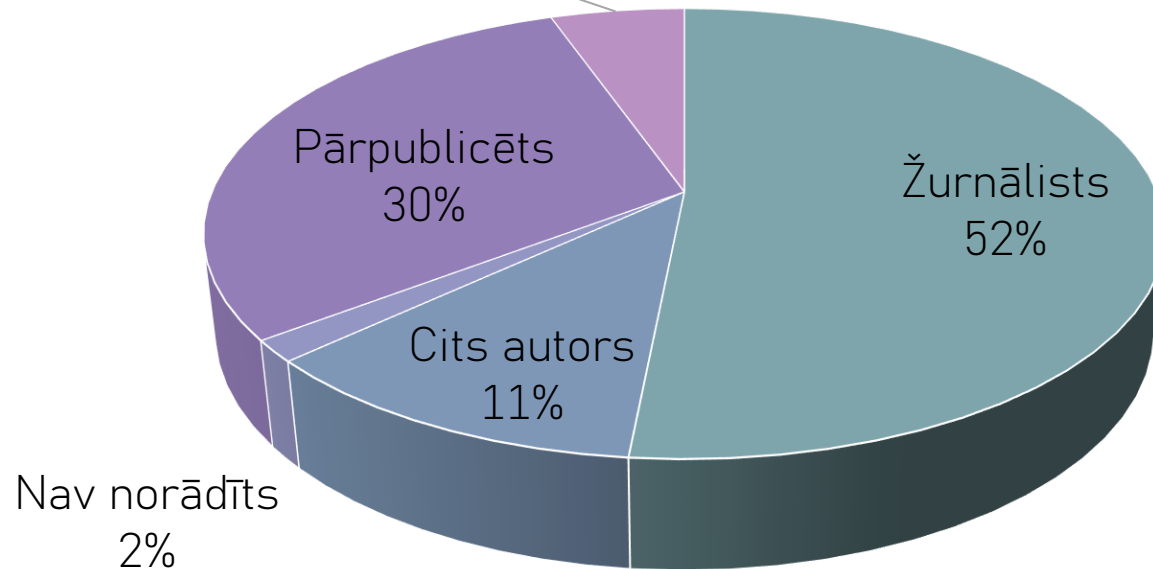
Diasporas tradicionālo (drukāto) mediju satura izcelsme/autorība (N=245)



- Diasporas mediju redakcijas ir nelielas un algoto štata darbinieku skaits mazs
- Pārpublicējumi no citiem medijiem – visbiežāk no nacionālās informācijas aģentūras "LETA" (19 vienības)
- Valsts iestāžu preses relīzes tiek publicētas, lai veicinātu savstarpējo komunikāciju un nodrošinātu pēc iespējas daudzpusīgāku saturu

Diasporas interneta mediju satura izcelsme/autorība (N = 130)

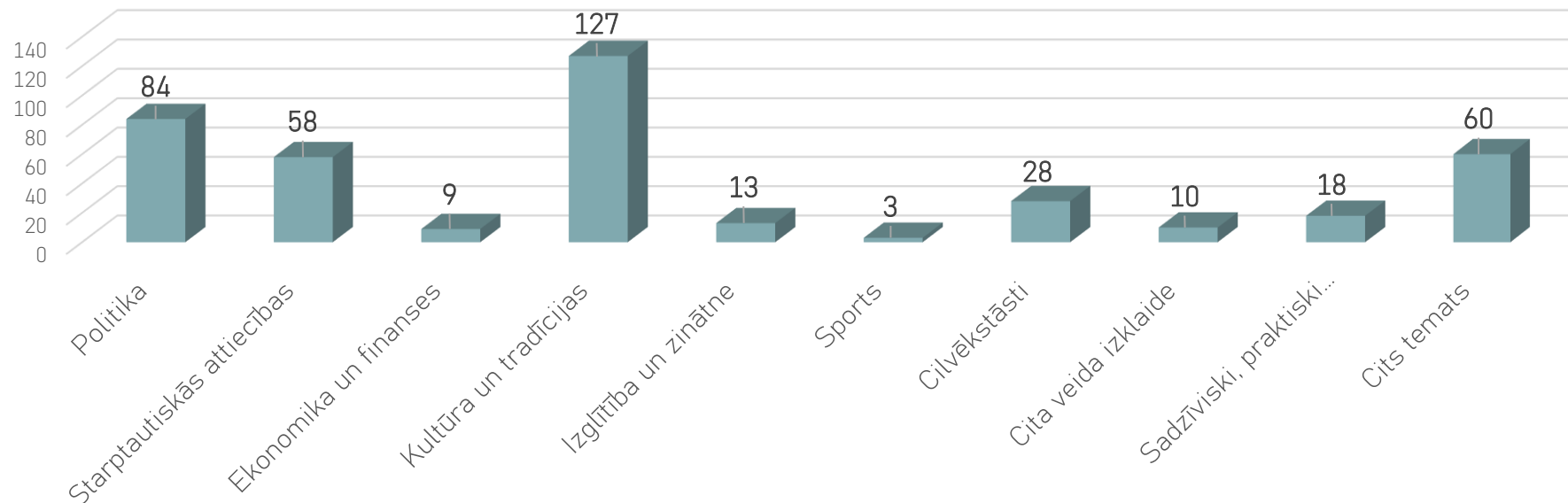
Nevar noteikt
5%



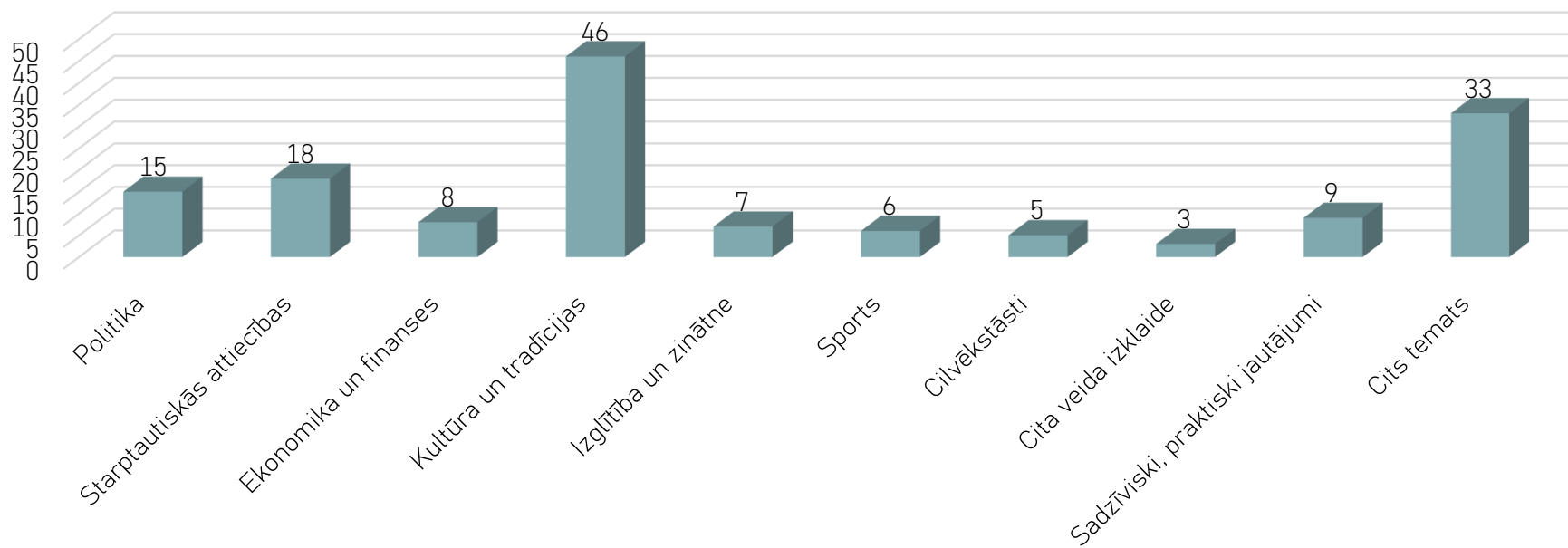
Nav norādīts
2%

- Sociālajā medijā "Laiva" 100% raidījumu ir pašu mediju veidoti.
- Latviesi.com no analizētajām 72 publikācijām 32 jeb aptuveni 44% ir pārpublicējumi (platformas funkcija).
- Salīdzinot Latviesi.com un Baltic-ireland.ie vienādā laika posmā, Baltic-ireland.ie publicē aptuveni 57% no Latviesi.com publicēto satura vienību skaita (41 un 72 absolūtos skaitļos).

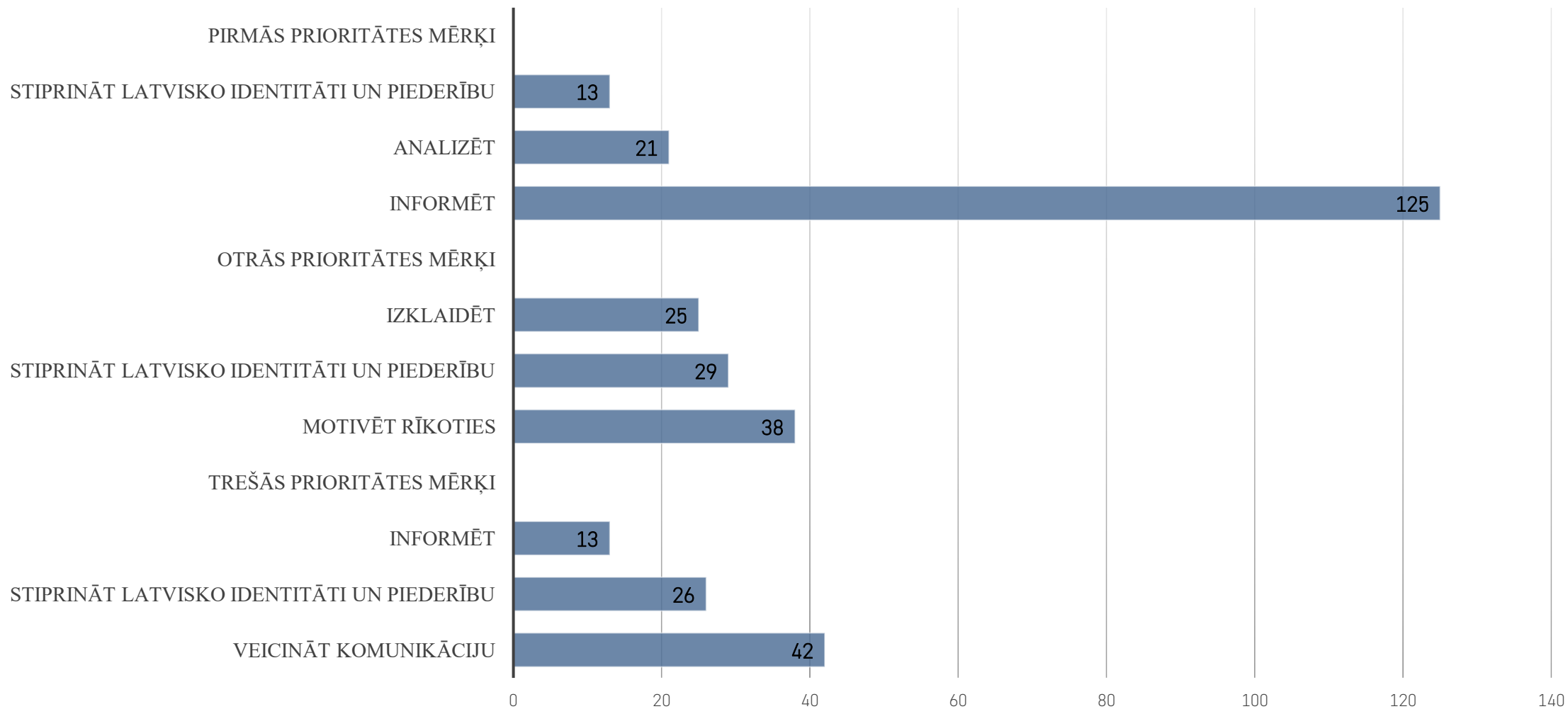
Diasporas tradicionālo mediju satura tematiskais pārklājums



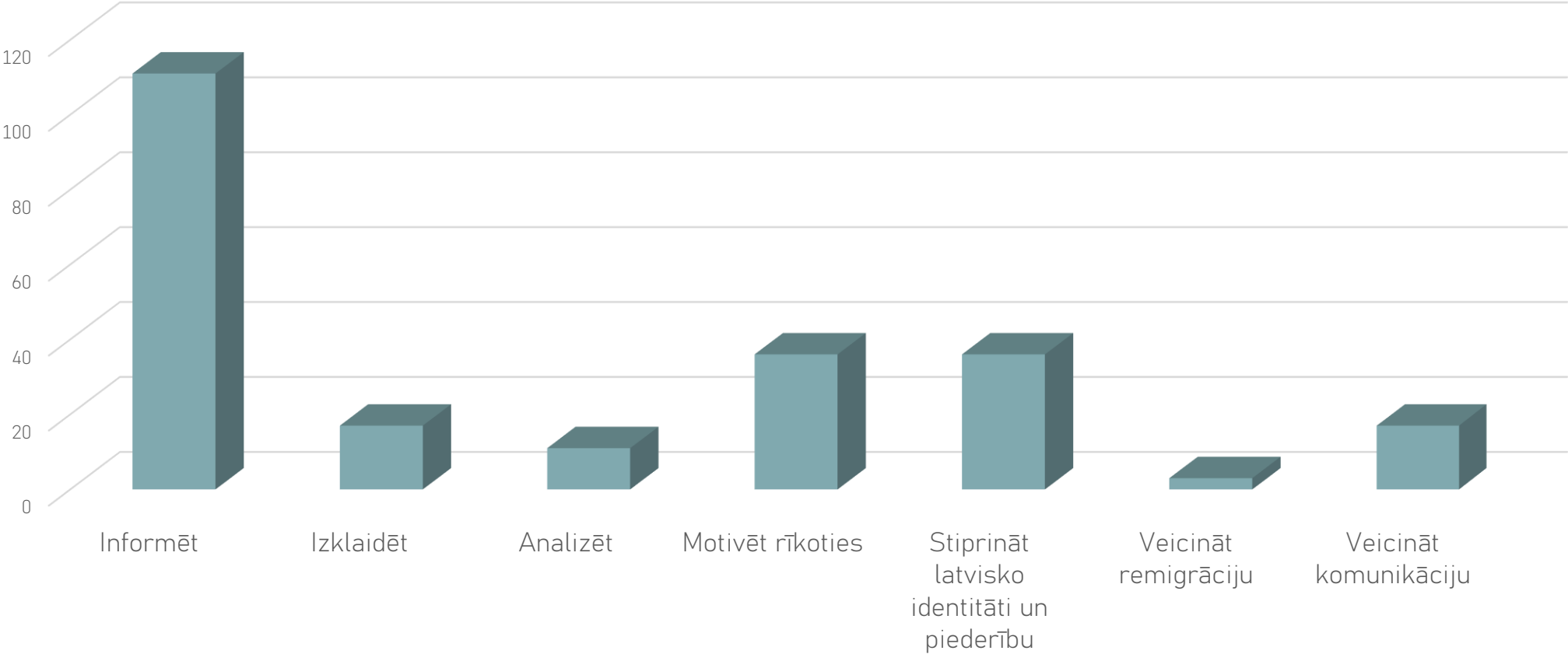
Diasporas interneta mediju satura tematiskais pārklājums



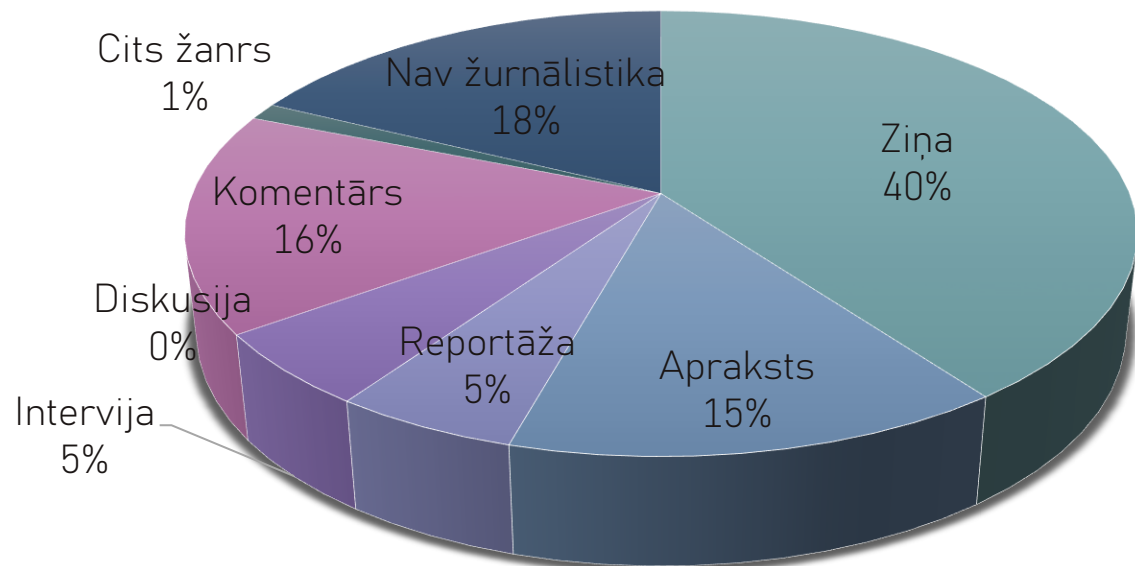
Diasporas drukāto mediju satura veidošanas prioritārie mērķi



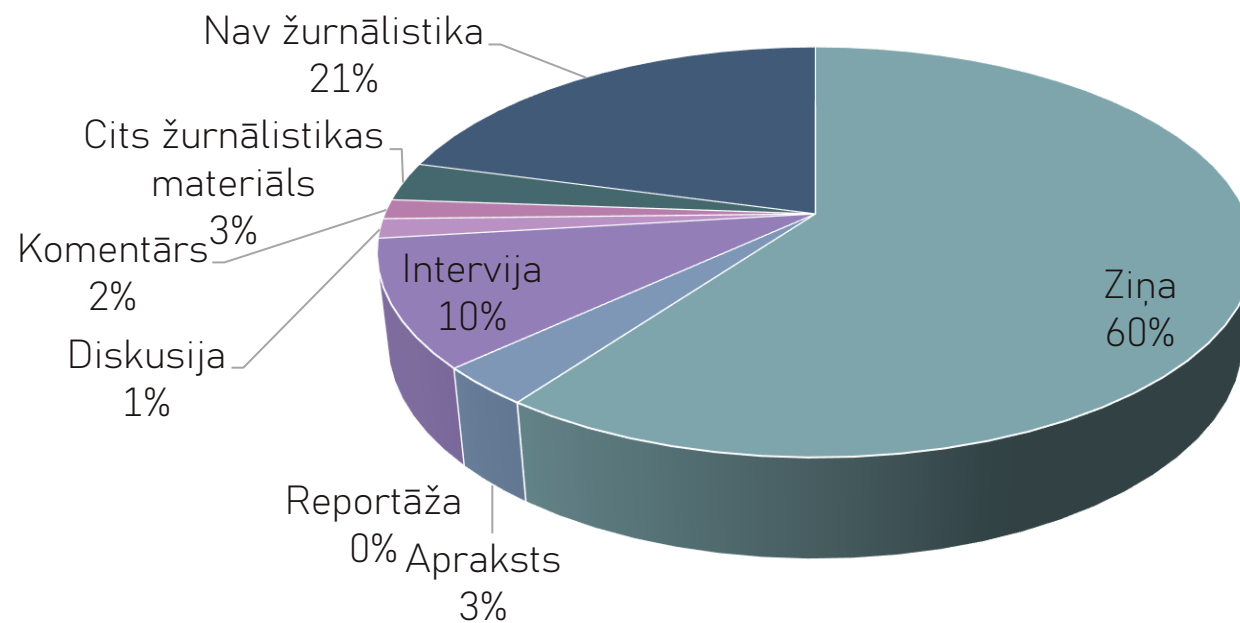
Diasporas interneta mediju satura veidošanas mērķis



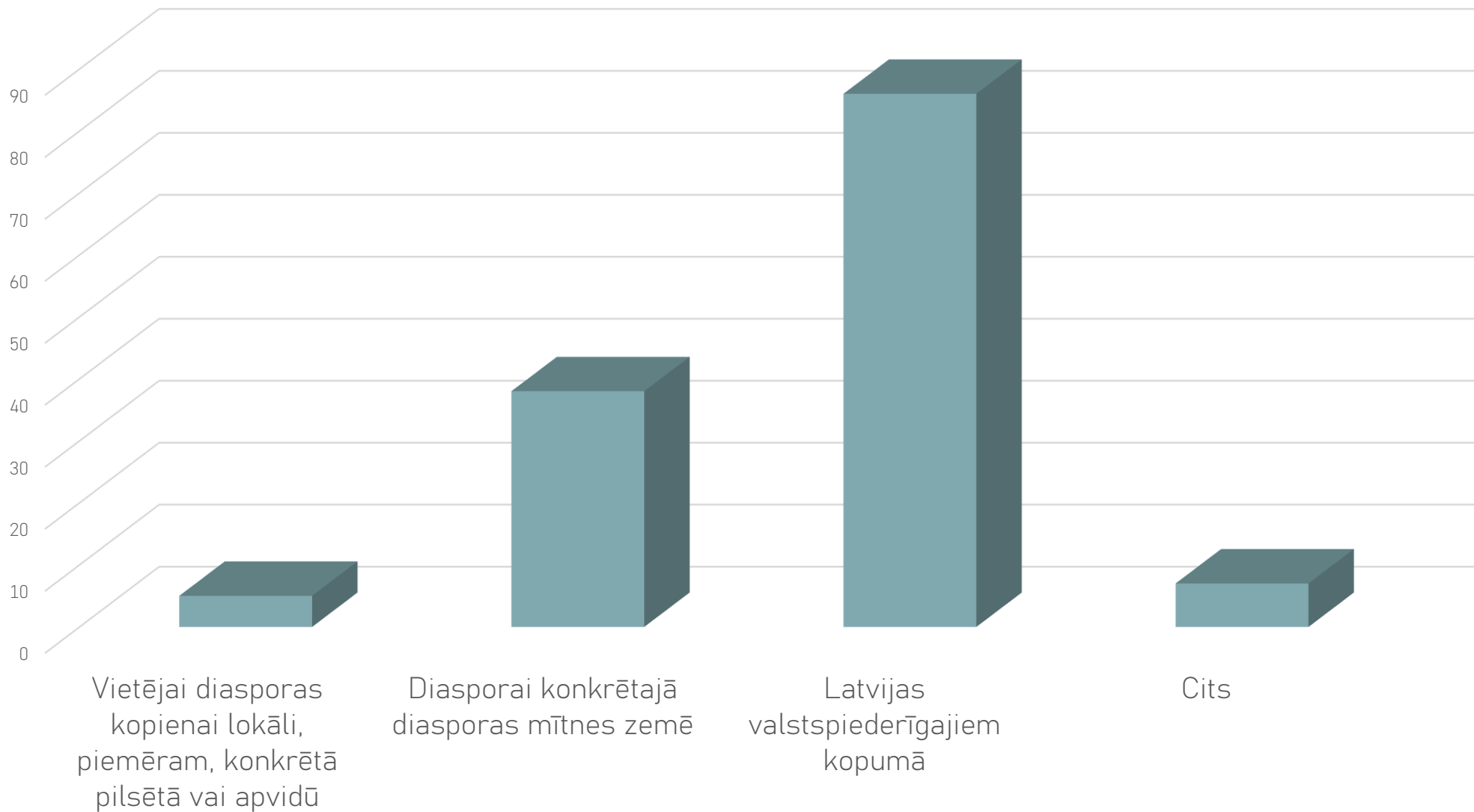
Diasporas tradicionālo (drukāto) mediju satura žanriskā daudzveidība (N=245)



Diasporas interneta mediju satura žanriskā daudzveidība (N=130)



Diasporas interneta mediju satura mērķauditorija



SATURA KVALITĀTE DRUKĀTAJOS MEDIJOS

- **61%** visu analizēto materiālu ir **apjomīgi** - tekstuālais materiāls veidots no vismaz septiņām rindkopām un vairāk, tomēr **83%** gadījumu saturs ir veidots, balstoties uz **vienu informācijas avotu (nenodrošinot viedokļu daudzveidību)**
- **70% publikāciju pievienotas fotogrāfijas** - sekmējot sagatavotā materiāla uztveramību, radot klātesamības sajūtu un estētisko pievilcību; **54%** gadījumu fotogrāfijas ir medija **autoru oriģinālsaturs**
- Diasporas mediju **titullapu saturā aktualizētie temati ir saistīti ar nacionālās identitātes stiprināšanu un starpvalstu sadarbības veicināšanu**, piemēram, aicinājums iesaistīties zemessardzē, uzvilkt svētkos tautastērpu, atskats par dziesmu un deju svētku, Pasaules Brīvo latviešu apvienības kongresa norisi
- **18% vienības netika identificētas kā žurnālistika** – karikatūras, dzejoļi, lugu fragmenti, notikumu kalendāri, krustvārdu mīklas, informācija par dievkalpojumu norisi, nekrologi, lasītāju vēstules, apsveikumi
- 73% rakstu atbilst žurnālistikas pamatprasībām, **21% materiālu vērtējami kā atbilstoši, bet ar atsevišķām nepilnībām** (vienpusējs situācijas atainojums vai ļoti īss materiāls, netiek ievērota žurnālista neitralitāte)
- **80%** analizēto materiālu **satura dziļums galvenokārt vērtējams kā virspusējs vai vispārējs** (ar pašreizējo kapacitāti nespēj īstenot pētniecisko žurnālistiku)
- **69% rakstu veidošanas pamatiemesls ir gaidāms vai jau noticis notikums**, tikai 10% gadījumu - medija/žurnālista pašiniciatīva.

SATURA KVALITĀTE INTERNETA MEDIJOS

- Vairumā gadījumu saturs ir veidots, balstoties **uz vienu informācijas avotu**.
- **Daļa publikāciju nevar tikt kvalificētas kā žurnālistika**, bet kā starpžanrs ar atmiņstāsta, komentāra, sociālā medija ieraksta un ziņas kā žurnālistikas žanra iezīmēm.
- **Varētu būt lielāka žanriskā daudzveidība - vairums no analizētā satura klasificējams kā ziņas (60%), otrs biežāk pārstāvētais žurnālistikas žanrs ir intervija (10%)**. Apraksti, komentāri un diskusijas veido tikai attiecīgi 3%, 2% un 1% no analizētā satura kopskaita. Aptuveni 1/5 daļa (21%) no publicētā satura nav uzskatāma par žurnālistiku (vakara pasaciņas video, erudīcijas spēle, nekrologs, arī jau minētais starpžanrs starp ziņu, komentāru, atmiņstāstu un sociālo mediju ierakstu).
- **Diasporas interneta medijiem nevarētu pārmest klikšķu (jeb tā dēvēto “clickbait”) virsrakstu veidošanas praksi**

VALODAS KVALITĀTE DRUKĀTAJOS MEDIJOS

Tradicionālie diasporas mediji ir **uzteicami par izmantotās valodas kvalitāti – 93%** satura vienību atbilda visām labas valodas pamatprasībām (ortogrāfija, interpunkcija, valodas stils)

- fiksētas **atsevišķas ortogrāfijas kļūdas**, piemēram, “diktātors”, personvārdu nepareiza rakstība (viena materiāla ietvaros dažādās variācijās)
- Pareizrakstības **kļūdas** galvenokārt atrodamas **ārštata autoru sagatavotajos materiālos**
- **Negatīvi vērtējama valodas stilu jaukšana**, miksējot Jāņa Endzelīna ieviesto klasisko latviešu valodas pareizrakstību un mūsdienu (padomju laiku ietekmēto) pareizrakstību (drukātie diasporas mediji - iespēja pilnveidot latviešu valodas prasmes)

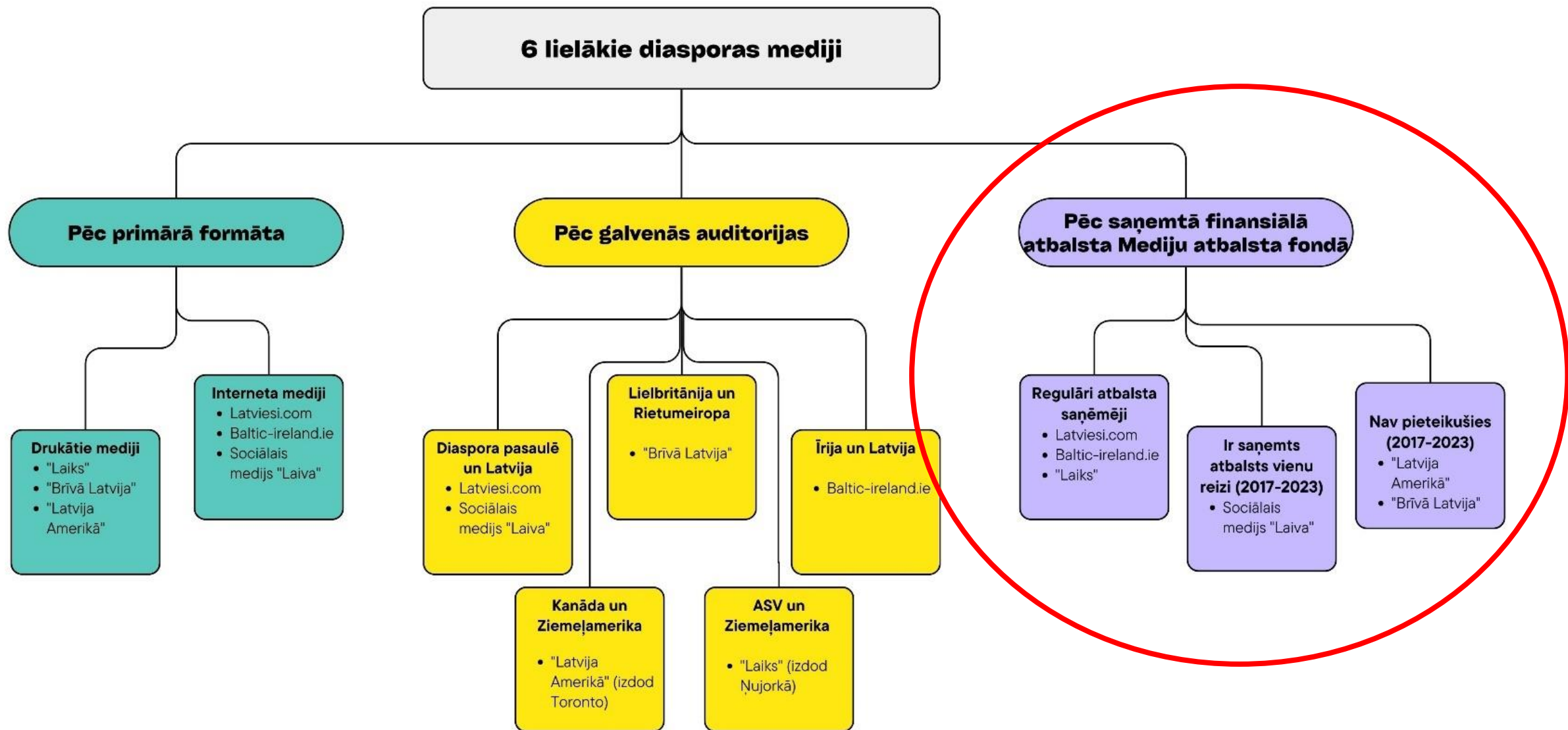
VALODAS KVALITĀTE INTERNETA MEDIJOS

Galvenais trūkums ir svešvārdu izmantošana bez tulkošanas vai atveides latviešu valodā, interneta portālos tos pat neliekot pēdiņās:

- “Mortgidži”,
- “Konkursam tika iesniegti 132 nacionālie un starptautiskie pieteikumi, no kuriem 46 labākie pasākumi no dažādām valstīm iekļuva shortlist sarakstā.”
- “Pagājušā gada maija bank holiday pirmdienā nodibinājās Īrijas latviešu nacionālās padomes (ĪLNP) studentu nodaļa.”
- Latviski neatveidoti uzvārdi u.tml.

ATBALSTS NO LATVIJAS VALSTS BUDŽETA

Latvijas diasporas lielāko mediju kartēšana



LIELĀKIE DIASPORAS MEDIJU DARBĪBAS IZAICINĀJUMI

Nepietiekams finansiālais nodrošinājums:

- mazs redakcionālais kolektīvs
- nekonkurētspējīgs, zems atalgojums
- novecojusi mediju tehnoloģiskā bāze
- reklāmdevēju trūkums
- traucēta diasporas mediju satura un darbinieku profesionālā attīstība

Trūkst redakcionālā/žurnālistiskā pēctecība

Lejupslīdošs diasporas mediju auditorijas skaits

REKOMENDĀCIJAS VALSTS IESTĀDĒM (ATBILSTOŠI TO KOMPETENCEI) I

- **Veikt auditorijas pētījumu par mediju patēriņu diasporā:**
 - Cik daudz un kādi mediji tiek patērēti gan no Latvijas, gan diasporas mediju klāsta?
 - Kāda ir motivācija to darīt un mediju lietotāju prognozes par viņu mediju paradumiem nākotnē?
 - Kāda tematika un saturs ir interesējošs?
- **Atbalstīt diasporas mediju darbību**, vienlaikus rosinot 1) **to transformāciju uz digitālo formātu**, ņemot vērā vispārējās tendences mediju satura lietošanā un plašākas auditorijas sasniegšanā, tostarp izmantojot sociālo mediju piedāvātās iespējas tiem medijiem, kuri tajos nav tik aktīvi, un 2) **atbilstību kvalitatīvas žurnālistikas standartiem**.

REKOMENDĀCIJAS VALSTS IESTĀDĒM (ATBILSTOŠI TO KOMPETENCEI) II

- **Organizēt attālinātus tālākizglītības seminārus, lai, pirmkārt, stiprinātu diasporas mediju ilgtspēju:**

- semināri par projektu rakstīšanu,
- reklāmas pārdošanu,
- sociālo mediju mārketingu u. tml.;

otrkārt, lai pilnveidotu diasporas mediju satura veidošanu un profesionalitāti, sniegtu praktisku atbalstu un iedvesmu žanru, tematiskajai un viedokļu dažādībai.

- latviešu valoda medijos,
- mūsdienu žurnālistikas prakse,
- atbilstība ētikas kodeksiem u.c.

REKOMENDĀCIJAS VALSTS IESTĀDĒM (ATBILSTOŠI TO KOMPETENCEI) III

- Izvērtēt diasporas mediju atbalsta veidus, izskatot iespēju piedāvāt mazākus **vienas reizes finansējuma grantus ar konkrētu īstermiņa mērķi**, piemēram, kāda diasporas liela kultūras notikuma atspoguļošanai, lai varētu iegādāties aviobiļetes u. tml.
- **Informēt un aicināt diasporas medijus pieteikties Mediju atbalsta fonda finansējumam**, jo ne visi diasporas mediji to ir mēģinājuši darīt.
- **Organizēt Latvijas un diasporas mediju tikšanos par sadarbības iespējām**, tostarp piesakoties MAF atbalstam, jo diasporas medijs var būt kā vēl viens satura veidotājs un platforma kopīgo projektu satura izplatīšanai. Intervijas ar diasporas medijiem liecina par dažādu līdzšinējo sadarbību ar Latvijas medijiem – no aktīvas (piemēram, Latviesi.com) līdz praktiski neeksistējošai. Izskatīt iespēju MAF konkursa nolikumā paredzēt papildu punktus/-us par Latvijas mediju sadarbību ar diasporas medijiem satura veidošanā un izplatīšanā.



**PALDIES PAR
UZMANĪBU!**

Klinta.locmele@lu.lv

Laurauzule@inbox.lv