

DIGITĀLĀS ĒRAS MEDIJU PLURĀLISMA MONITORINGS

MEDIJU PLURĀLISMA MONITORA
PIEMĒROŠANA EIROPAS SAVIENĪBĀ,
ALBĀNIJĀ, MONTENEGRO,
ZIEMEĻMAKEDONIJAS REPUBLIKĀ, SERBIJĀ
UN TUŅCIJĀ 2020. GADĀ

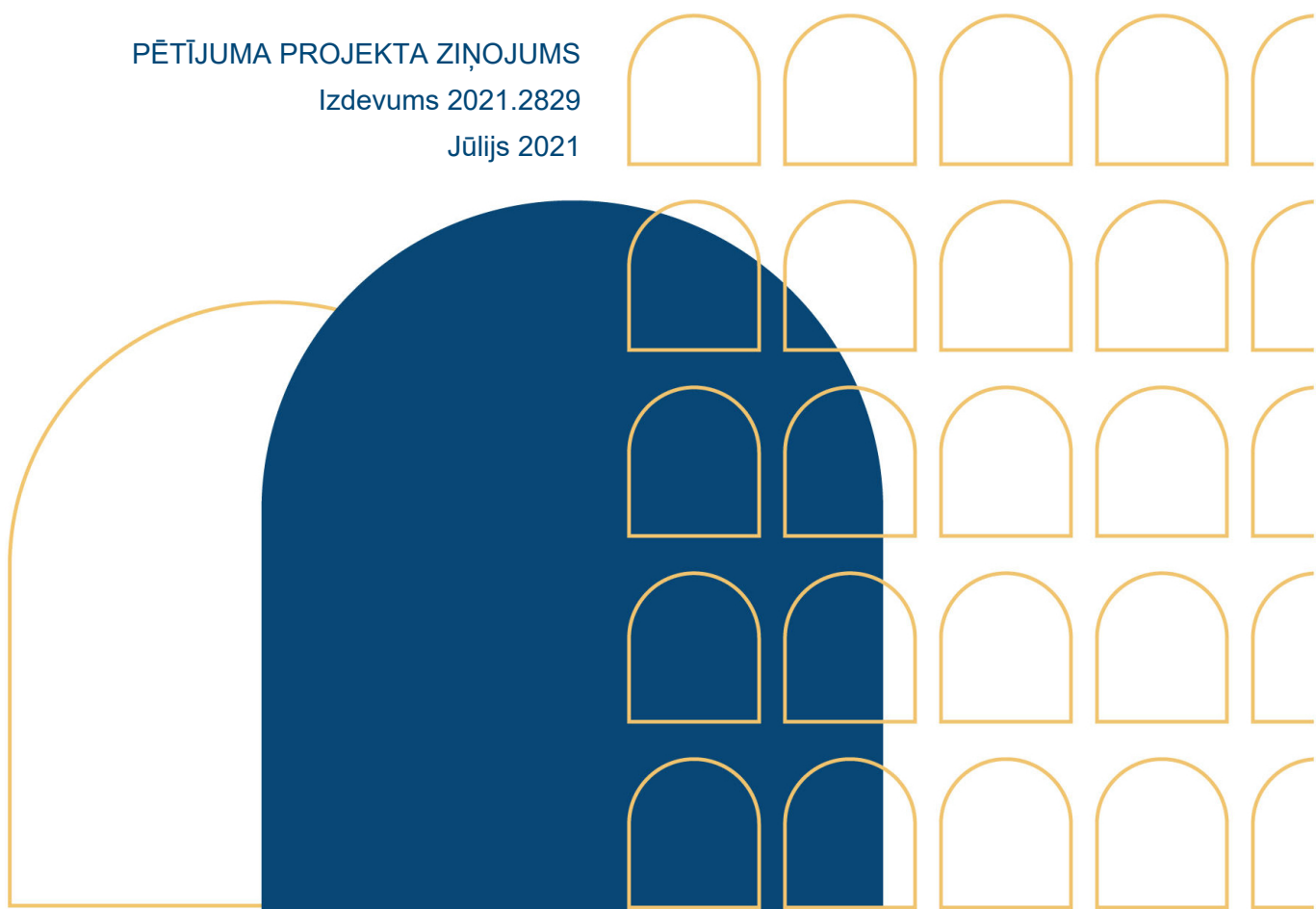
VALSTS ZIŅOJUMS: Latvija

Anda Rozukalne, Riga Stradins University

PĒTĪJUMA PROJEKTA ZIŅOJUMS

Izdevums 2021.2829

Jūlijs 2021



SATURA RĀDĪTĀJS

1.	Par projektu	4
1.1.	Projekta apraksts	4
1.2.	Metodoloģija	4
2.	Ievads	6
3.	Datu vākšanas rezultāti: mediju plurālisma risku novērtējums	8
3.1.	Fundamentālā aizsardzība (27% - Zems risks)	9
3.2.	Tirgus plurālisms (75% - Angsts risks)	11
3.3.	Politiskā neatkarība (43% - Videjs risks)	15
3.4.	Sociālā iekļaušana (47% - Videjs risks)	16
4.	Plurālisms tiešasaistes vidē: risku novērtējums	20
5.	Secinājumi	24
6.	Atsauces	27

PIELIKUMS I. VALSTS KOMANDA

PIELIKUMS II. EKSPERTU GRUPA

© European University Institute 2021
Saturs un individuālās nodaļas © Anda Rozukalne, 2021

Šo darbu publicējis European University Institute,
Robert Schuman Centre for Advanced Studies.
Šo tekstu atļauts lejuplādēt tikai personiskām pētnieciskām vajadzībām. Pārpublicēšanai
citiem mērķiem gan papīra formātā, gan elektroniski, nepieciešama autoru piekrišana. Ja šī
teksta fragmenti tiek izmantoti vai citēti, jāveido atsauce ar pilnu autora(-u), redaktora(-u)
vārdu, nosaukumu, iznākšanas gadu un izdevēju.

Pieprasījumiem izmantojama e-pasta adrese: cmpf@eui.eu

Šajā publikācijā izteiktie viedokļi atspoguļo individuālu autoru skatījumu, tie
nepārstāv European University Institute.
The English version of this report prevails over the translation in the national language.

Centre for Media Pluralism and Media Freedom
Robert Schuman Centre for Advanced Studies

Pētījuma projekta zinojums 2021.2829
RSC / Centre for Media Pluralism and Media Freedom
Publicēts Jūlijs 2021

European University Institute
Badia Fiesolana
I – 50014 San Domenico di Fiesole (FI)
<https://cadmus.eui.eu/>



Mediju pluralisma un mediju brīvības centra darbību līdzfinansē
Eiropas Savienība. Šī publikācija atspoguļo tikai autora(u) viedokli,
Eiropas Komisija nav atbildīga par tajā ietvertās informācijas
jebkādu izmantošanu.

1. Par projektu

1.1. Projekta apraksts

Mediju plurālisma monitors (MPM) ir izpētes rīks, kas izstrādāts, lai identificētu iespējamus mediju plurālisma riskus Eiropas Savienības dalībvalstīs un kandidātvalstīs. Aprakstošā ziņojuma pamatā ir 2020.gadā veiktās MPM indikatoru analīzes dati. Datu vākšana un apkopošana tika veikta 27 ES dalībvalstīs, kā arī Albānijā, Melnkalnē, Ziemeļmaķedonijas Republikā, Serbijā un Turcijā. Projekts, saskaņā ar Eiropas Parlamenta tā sagatavošanas lēmumu, tika finansēts ar Eiropas Komisijas piešķirtā granta palīdzību, ko saņēma Mediju plurālisma un mediju brīvības centrs (CMPF) Eiropas Universitātes institūta.

1.2. Metodoloģija

Autortiesības un recenzēšana. CMPF sadarbojas ar pieredzējušiem, neatkarīgiem katras valsts pētniekiem, kas veic datu vākšanu un veido pārskata ziņojumus, izņemot Itāliju, kurā datu vākšanu centralizēti veic CMPF komanda. Pētījuma pamatā ir CMPF izstrādāta standartizēta anketa.

Latvijā CMPF sadarbojās ar dr. Andu Rožukalni, kas veica datu vākšanu, vērtēja un komentēja anketas indikatorus un intervēja ekspertus. CMPF darbinieki ir pārskatījuši un rediģējuši ziņojumu. Lai nodrošinātu precīzus un ticamus secinājumus, ekspertu grupa katrā valstī pārskatīja to jautājumu vērtējumus, kuru atbildes ir ļoti atkarīgas no vērtētāja skatījuma (ekspertu sarakstu skat. II pielikumā). Īpaši izvēlētu valstu gala ziņojumus pārskatīja neatkarīgs eksperts. Mediju plurālisma riski tiek pārbaudīti četrās galvenajās tematiskajās jomās: fundamentālā aizsardzība, tirgus plurālisms, politiskā neatkarība un sociālā iekļaušana. Rezultātus veido katras tematiskās jomas vairāku rādītāju novērtējums (sk. 1. tabulu).

Fundamentālā aizsardzība	Tirgus plurālisms	Politiskā neatkarība	Sociālā iekļaušana
Izteiksmes brīvības aizsardzība	Mediju īpašumtiesību caurskatāmība	Mediju politiskā neatkarība	Mediju pieejamība minoritātēm
Tiesību uz informāciju aizsardzība	Ziņu mediju koncentrācija	Redakcionālā neatkarība	Lokālo/reģionālo mediju pieejamība vietējām kopienām un kopienas mediji
Žurnālistu profesija, tās standarti un aizsardzība	Tīmekļa platformu koncentrācija un konkurences nosacījumi	Audiovizuālie mediji, tīmekļa platformas un vēlēšanas	Mediju pieejamība sievietēm
Medijus uzraugošās iestādes neatkarība un darbības efektivitāte	Mediju pastāvētspēja	Valsts regulācija un atbalsts mediju sektoram	Medijpratība
Vispārēja mediju pieejamība un piekļuve internetam	Komerציālā & īpašnieku ietekme uz redakcionālo saturu	Sabiedrisko mediju uzraudzība un finansējums	Aizsardzība pret nelikumīgiem un aizskarošiem izteikumiem

Digitālā dimensija. MPM digitālo dimensiju neuzskata par izolētu teritoriju, bet drīzāk ar tradicionālajiem medijiem un esošajiem mediju plurālisma un vārda brīvības principiem savstarpēji saistītu teritoriju. Neskatoties uz to, Monitorā tiek arī iegūti specifiski, digitālajās vides riskus raksturojoši dati, un ziņojumā ir ietverta digitālo mediju vides risku analīze.

Riska aprēķins. Rezultāti par katru tematisko jomu un rādītāju tiek uzrādīti skalā no 0 līdz 100%. Rādītāji no 0 līdz 33%: zems risks. Rādītāji no 34 līdz 66%: vidējs risks. Rādītāji no 67 līdz 100%: augsts risks. Runājot par rādītājiem, 0 punkti tiek vērtēti ar 3%, bet 100 - pēc noklusējuma - 97%, izvairoties no riska pilnīgas neesamības vai tā paaugstināta novērtējuma.

Atruna. Ziņojuma saturs ne vienmēr atspoguļo CMPF viedokli, ne arī ekspertu grupas dalībnieku nostāju. Tas atspoguļo tās valsts komandas viedokli, kura veica datu vākšanu un veidoja ziņojumu. Anketas atjauninājumu un uzlabojumu dēļ MPM2021 rādītāji var nebūt pilnībā salīdzināmi ar iepriekšējiem MPM laidieniem. Lai iegūtu sīkāku informāciju par projektu, skatiet CMPF ziņojumu par MPM2021, kas drīz būs pieejams vietnē: <http://cmpf.eui.eu/media-pluralism-monitor/>.

2. Ievads

• **Iedzīvotāji:** Saskaņā ar Latvijas Statistikas gadagrāmatas datiem, 2020. gadā Latvijā (valsts teritorija ir 64,6 tūkstoši kvadrātkilometru) bija 1,9 miljoni iedzīvotāju (Latvijas Centrālā statistikas pārvalde, 2021. gads).

• **Minoritātes un valodas:** Latvija nav etniski viendabīga valsts: 62% iedzīvotāju ir latvieši, 25% krievi, 3,2% baltkrievi, 2,2% ukraiņi, 2,1% poļi, 4% citu etnisko grupu pārstāvji. 61% Latvijas iedzīvotāju latviešu ir dzimtā valoda, 36% - krievu, 3% - citas valodas (Centrālā statistikas pārvalde, 2018). Lielākajos Latvijas vēsturiskajos reģionos (Kurzeme, Zemgale, Vidzeme) 75% -91% iedzīvotāju ģimenē izmanto latviešu valodu. Latvijas austrumos, Latgales reģionā ir atšķirīga situācija: 60% iedzīvotāju ģimenē runā krieviski, 39% - latviski (Centrālā statistikas pārvalde, 2020). Galvaspilsētā Rīgā lielākā daļa iedzīvotāju ar ģimenes locekļiem sarunājas krieviski (56%), bet 43% izmanto latviešu valodu.

• **Ekonomiskā situācija:** Latvijas iekšzemes kopprodukts (IKP) 2020. gadā sasniedza 35,5 miljardus eiro. Pandēmijas dēļ inflācija Latvijā 2020. gadā bija 0,2%. Bezdarba līmenis gada laikā nedaudz pieauga, 2020. gada decembrī sasniedzot 8,3% (no 8,1% 2020. gada sākumā) no ekonomiski aktīvo iedzīvotāju skaita. Centrālās statistikas pārvaldes (CSP) apkopotie dati liecina, ka 2020. gadā, salīdzinot ar 2019. gadu, IKP samazinājās par 3,6%. 2020. gadā IKP faktiskajās cenās bija 29,3 miljardi EUR (CSP, 2021. gads, 26. februāris).

Mediju jomā pandēmijas gads iezīmēja mediju uzņēmumu ekonomiskās situācijas pasliktināšanos, jo reklāmas investīcijas samazinājās par 20% līdz 30% (Latvijas Reklāmas asociācija, 2020). Lai mazinātu COVID-19 sekas mediju nozarē, no 2020. gada aprīļa līdz septembrim ar Mediju Atbalsta fonda palīdzību Latvijas medijiem tika piešķirti vairāk nekā 1,5 miljoni eiro. Vēlāk atbalsts komerciālo mediju organizācijām tika palielināts un 2020. gadā tas sasniedza 3,5 miljonus eiro. Daļa līdzekļu tiek sadalīta kvalitatīva satura veidošanas projektiem, daļa paredzēta kompensācijām par preses izdevumu piegādi un raidorganizāciju apraides izmaksām (līdz 350 000 eiro). Tādējādi, mediju atbalstam paredzētie līdzekļi tika piešķirti gan pastāvīgo izmaksu segšanai, nodrošinot mediju organizāciju ikdienas darbību, gan satura, tostarp analītiskās un pētnieciskās žurnālistikas projektu veidošanai un mediju satura kvalitātes uzlabošanai.

• **Politiskā situācija:** parlamenta vēlēšanas Latvijā notika 2018. gadā. Pēc vēlēšanām koalīcijas valdību, kuras premjerministrs Krišjānis Kariņš pārstāv partiju *Jaunā Vienotība*, veido partija *KPV* (16 vietas no 100), *Jaunā Konservatīvā partija* (16 vietas), partija *Attīstībai/Par!* (13 vietas), Nacionālā apvienība (13 vietas), *Jaunā Vienotība* (8 vietas). Opozīciju pārstāv *Saskaņa* (23 vietas) un *Zaļo un zemnieku savienība* (11 vietas). Analizējot politiskās sistēmas, ekonomisko attīstību un mediju privatizācijas sekas 21 Centrālās un Austrumu Eiropas valstī, Boguslava Dobeka-Ostrovska (2015) Latviju ierindoja hibrīdi liberālajā mediju sistēmas modelī. Tas nozīmē, ka valsts ir ieguvusi "brīvas" valsts statusu. Tajā pašā laikā Latvija pieder pie valstu grupas, ko raksturo 'kļūdainā demokrātija'.

• **Mediju tirgus:** plašsaziņas mediju izvēli Latvijā lielā mērā nosaka iedzīvotāju piederība pie konkrētas etniskās grupas un ģeogrāfiskie faktori. Dažādu Latvijas etnisko grupu pārstāvji savu ikdienas informāciju iegūst no atšķirīgiem avotiem: latvieši lielākoties uzticas plašsaziņas medijiem latviešu valodā, krievvalodīgie dod priekšroku Krievijas valdības kontrolētajiem televīzijas kanāliem (Nacionālā Elektronisko plašsaziņu līdzekļu padome, 2017, 2018, 2020). Aptaujas dati rāda, ka Latvijas iedzīvotāji joprojām dod priekšroku televīzijai, nevis citiem medijiem (89% respondentu) (NEPLP, 2020). Radio klausās 83% iedzīvotāju, ziņas internetā lasa 79%, sociālos medijus izmanto 72%, presi drukātā veidā vai tiešsaistē lasa 71%.

• **Mediju regulācija:** Latvijas mediju regulācijas liberālā struktūra devusi iespēju attīstīties daudzveidīgai mediju sistēmai. Tajā pašā laikā mediju vidi raksturo oligopolistiska konkurence un augsts koncentrācijas līmenis (Jastramskis et.al, 2017). Latvijas mediju sistēma tiek raksturota kā hibrīda, jo tai trūkst dominējošās paradigmas (Skudra et al., 2014). Lai mazinātu globālo platformu ietekmi uz mediju tirgu, 2020. gada sākumā Latvijā tika uzsāktas diskusijas par digitālā nodokļa ieviešanu, taču lēmumi netika pieņemti. 2020.

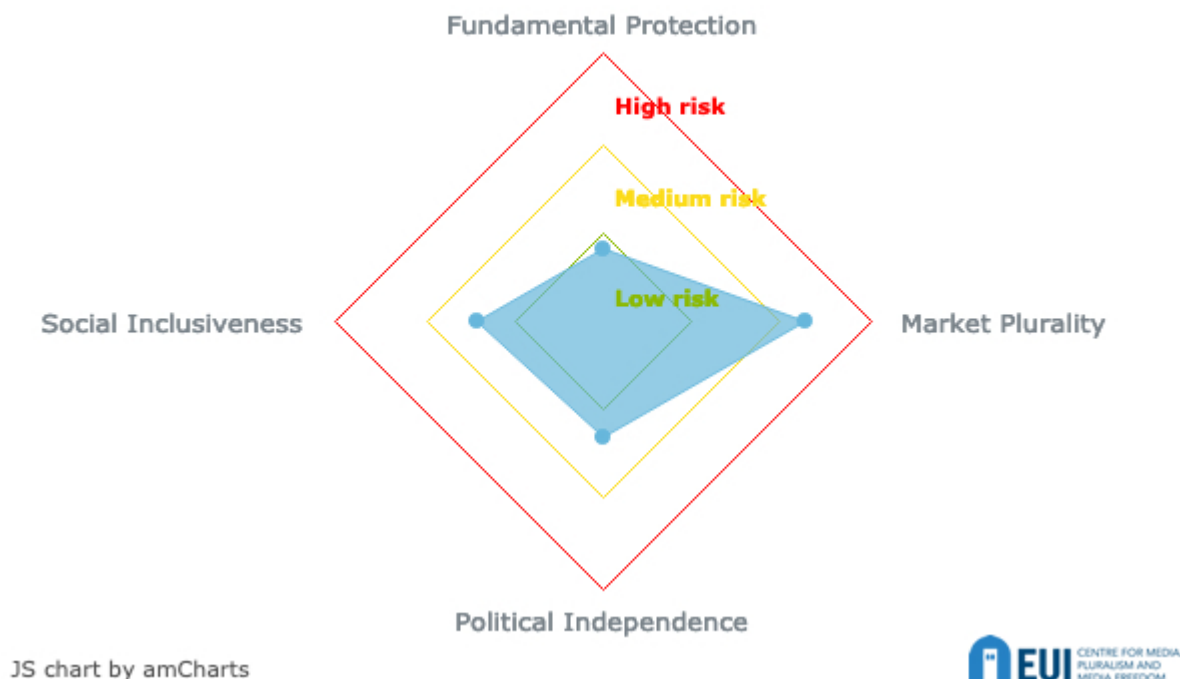
gadā mediju regulācijas jomā notika izmaiņas, tika pieņemts jaunais Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu un to pārvaldības likums. Viens no profesionālo mediju galvenajiem uzdevumiem šajā periodā bija cīņa ar dezinformāciju par pandēmijas jautājumiem.

- **COVID-19:** 2020. gada aprīlī Latvijā bija viens no pasaulē zemākajiem COVID-19 rādītājiem (SPKC, 2021), otrajai pandēmijas fāzei, kas sākās 2020. gada oktobrī, bija raksturīga strauja slimības izplatšanās. Tā radīja veselības aprūpes sistēmas sabrukšanas risku un noveda pie otrā ārkārtas stāvokļa, kas sākās 2020. gada 9. novembrī un ilga līdz 2021. gada 6. aprīlim. Plašsaziņas mediji pandēmijas laikā izveidoja īpašas sadaļas ar COVID-19 saistītās informācijas sniegšanai, un komerciālie tiešsaistes ziņu portāli paziņoja, ka dod brīvu pieejamību ar pandēmiju saistītajai informācijai.

2020. gada sākumā vairāk nekā 60% iedzīvotāju uzticējās Latvijas mediju sniegtajai informācijai. Tomēr pandēmijas laikā sabiedrības uzticība medijiem un žurnālistiem samazinājās (RSU/SKDS, 2020). Saskaņā ar COVID-19 pandēmijas laikā veiktajām sabiedriskās domas aptaujām, Latvijas sabiedrība ir vidēji noturīga pret dezinformāciju: vairāk nekā puse respondentu atzīst, ka spēj atšķirt patiesu informāciju, sestā daļa respondentu novērtē kā patiesu maldinošu informāciju un sazvērestības teorijas par COVID-19 (Dovlabekova et al., 2021). Arī Latvijas mediji un faktu pārbaudes organizācijas regulāri seko aktuālajiem dezinformācijas vēstījumiem un to izplatībai, pievēršot uzmanību tam, kā dezinformācija izplatās ar sociālās tīklošanās platformu starpniecību (Bērziņa, et al., 2020). Facebook (FB) ir visietekmīgākais sociālais medijs Latvijā, kur 90% iedzīvotāju izmanto internetu (CSP, 2020), no tiem 82% (Degtjarova, 2019) ir regulāri FB lietotāji. Kontekstualizējot plašsaziņas mediju lietošanu pandēmijas gadā, jāpiemin, ka pieauga Latvijas iedzīvotāju tiešsaistes mediju patēriņš. 2020. gadā mājsaimniecību, kurās pieejams internets, īpatsvars Latvijā bija 89,7%, bet pastāvīgo interneta lietotāju (izmanto katru dienu vai vairākas reizes nedēļā) skaits sasniedza 86,9% (Centrālā statistikas pārvalde, 2020. gads).

3. Datu vākšanas rezultāti: mediju plurālisma risku novērtējums

Latvia: Media Pluralism Risk Areas



Plurālisma aizsardzības **fundamentālo rādītāju** jomā 2020. gadā Latvijā saglabājas zems risks (27%). Tas raksturo vārda brīvības aizsardzību, tiesību uz informāciju aizsardzību un piekļuvi internetam, plašsaziņas mediju uzraudzības institūcijas neatkarību un tās darbības efektivitāti, rādītājs attiecas arī uz žurnālista profesijas standartiem un žurnālistu aizsardzību. Piekļuvi informācijai un vārda brīvību valstī garantē vispārējais normatīvais regulējums. Latvijā vārda brīvības pamati un tiesības iegūt informāciju ir nostiprinātas konstitucionālajos likumos, valsts ir pievienojusies starptautiskiem līgumiem, kas nosaka piekļuvi informācijai un tiesības uz informāciju. 2020. gadā tika pieņemts jauns Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu un to pārvaldības likums, kura mērķis ir mazināt politisko ietekmi uz sabiedrisko mediju darbību. Likums stājas spēkā 2021. gada 1. janvārī.

Tirgus plurālisma rādītāji veido augsta riska situāciju (75%), tās pamatā ir pieaugošā ziņu mediju un tiešsaistes platformu koncentrācija, liecina MPM 2021 dati. Vislielākais tirgus koncentrācijas pieaugums vērojams digitālo ziņu mediju segmentā. Lai gan Latvijā ir pietiekams mediju ilgtspējas līmenis, plašsaziņas mediju regulācijas pasākumi neparedz maza mediju tirgus situācijai piemērotus koncentrācijas ierobežojumus (piemēram, nepastāv horizontālās vai starpmediju koncentrācijas ierobežojumi). Tirgus plurālisma risku palielina komerciālu interešu un mediju īpašnieku ietekme uz mediju saturu, kā arī nepietiekamā plašsaziņas mediju īpašnieku caurskatāmība. 2020. gadā, kad pandēmijas laikā samazinājās investīcijas reklāmas jomā, tika apdraudēta maza, neatkarīgo mediju uzņēmumu pastāvēšana. Tirgus plurālisma rādītāju grupā tikai plašsaziņas mediju ilgtspējas dati rāda vidēja riska situāciju. Tas nozīmē, ka Latvijas mediju organizācijas pamazām pielāgojas tirgus izmaiņām un pārstrukturē savu ieņēmumu struktūru, piedāvājot gan jaunus pakalpojumus, gan produktus un ieviešot modificētus abonēšanas pakalpojumus.

Politiskās neatkarības rādītāju dati atspoguļo vidēja riska (43%) situāciju. Divi plašsaziņas mediju plurālisma rādītāji – normatīvais regulējums un atbalsts plašsaziņas medijiem, un sabiedrisko mediju

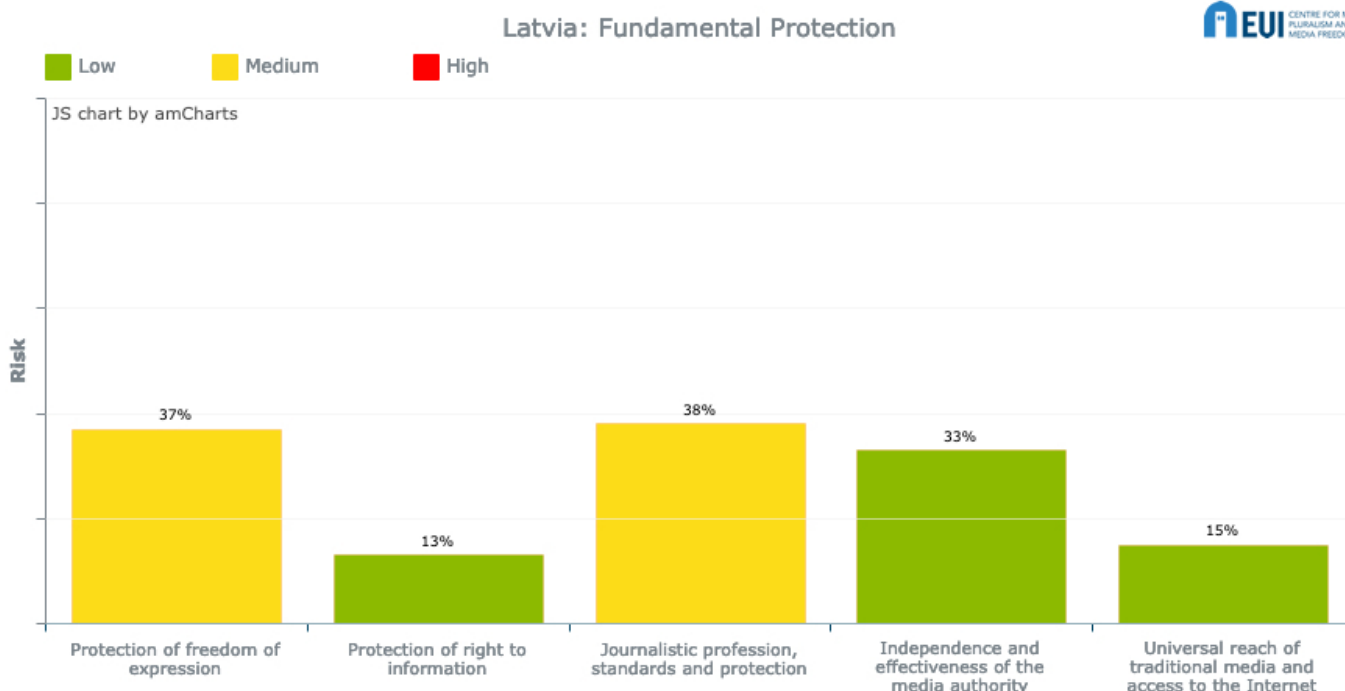
finansējuma neatkarības līmenis - atspoguļo zema riska situāciju. Plašsaziņas mediju politiskās neatkarības un redakcionālās autonomijas rādītāji joprojām norāda uz vidēja riska situāciju, tā ir pietuvojusies augsta riska rādītājiem. Mediju regulācijas pasākumi Latvijā tikai daļēji spēj atbalstīt neatkarīgu plašsaziņas mediju attīstību, jo pastāv mediju instrumentalizācijas tendences (Dimants, 2019), un atsevišķu mediju ziņu redakcijās ar mērķi izpildīt reklāmdevēju prasības, tiek veidots apmaksāts saturs, kas atzīmēts kā "sadarbība" vai līdzīgi (Rožukalne, 2020).

Sociālās iekļaušanas rādītāji liecina par vidēja riska situāciju (47%). Tā atspoguļo zemu risku, kas saistīts ar minoritāšu iespējām izmantot plašsaziņas medijus, vidēju risku attiecībā vietējo/reģionālo kopienu piekļuvi plašsaziņas medijiem un kopienas plašsaziņas medijiem, kā arī vidēju risku, kas saistīts ar sieviešu iespējām līdzvērtīgi darboties plašsaziņas medijos. Medijpratības attīstības rādītāji liecina par augsta riska situāciju Latvijā. Galvenais iemesls, kāpēc aizsardzības pret nelikumīgiem un aizskarošiem izteikumiem dati parāda vidēja riska situāciju, ir pretruna starp labi izstrādātu universālo tiesisko regulējumu un regulējuma trūkumu, kas vērsts uz naida runas ierobežošanu tiešsaistē.

Ekonomiskās aktivitātes palēnināšanās pandēmijas laikā kavēja mediju uzņēmumu iespējas atrast jaunus ienākumu avotus. Tāpēc ar 2016. gadā izveidotā Mediju Atbalsta fonda palīdzību komerciālo plašsaziņas mediju darbību atbalstam tika piešķirti nodokļu maksātāju līdzekļi. Latvijas sabiedrisko mediju finansējums tika palielināts, lai sagatavotos sabiedrisko mediju iziešanai no reklāmas tirgus 2021. gada 1. janvārī.

3.1. Fundamentālā aizsardzība (27% - Zems risks)

Fundamentālās aizsardzības rādītāji atspoguļo mediju nozares regulējuma pamatu katrā mūsdienu demokrātijā. Ar to palīdzību tiek novērtētas vairākas iespējamās riska jomas, tostarp vārda brīvības un tiesību uz informāciju garantiju esamība katras regulējumā un šo tiesību īstenošana; žurnālistu statuss katrā valstī, ieskaitot viņu aizsardzību un iespējas veikt darba pienākumus; to valsts pārvaldes iestāžu neatkarība un efektivitāte, kuru kompetencē ir mediju jomas regulācija, kā arī tradicionālo mediju pieejamība un iedzīvotāju piekļuve internetam.



2020. gadā Latvijā joprojām ir saglabājies zems (tuvu vidējam) risks plurālisma **fundamentālās aizsardzības** jomā, kas attiecas uz vārda brīvības aizsardzību (37%), tiesību uz informāciju aizsardzību (13%), žurnālista profesijas, tās standartu un aizsardzības jomā (38%), plašsaziņas mediju uzraudzības iestādes neatkarības un efektivitātes rādītājos (33%), zems risks raksturo arī tradicionālo plašsaziņas mediju universālas pieejamības rādītājus un iedzīvotāju piekļuves internetam indikatorus (15%).

Dati liecina, ka **piekļuvi informācijai un vārda brīvību un tiesību uz informāciju aizsardzību** valstī garantē normatīvais regulējums. Latvija ir akceptējusi visus lielākos starptautiskos līgumus vārda un plašsaziņas mediju brīvības jomā. Brīvu piekļuvi informācijai Latvijā nodrošina arī jaunais Trauksmes cēlēju likums, ko Latvijas Parlaments pieņēma 2018. gadā. Šis likums ir spēkā kopš 2019. gada 1. maija. Saskaņā ar trauksmes cēlēju kontaktu centra statistiku, 2019. gadā tika saņemti 435 pieteikumi, un 119 pieteikumi tika atzīti par atbilstošiem. Lielākā daļa pieteikumu attiecas uz Valsts leņģemumu dienesta un Korupcijas Novēršanas un apkarošanas biroja darbību (Dati par 2020. gadu šī ziņojuma rakstīšanas laikā nav pieejami).

Žurnālista profesijas, standartu un aizsardzības situācija liecina par vidēja riska situāciju (38%), tā tuvojas zema riska rādītājiem. Likums garantē žurnālistu tiesības vākt informāciju un aizsargāt savus informācijas avotus, un pēdējos gados žurnālisti nav piedzīvojuši fiziskus uzbrukumus. Tomēr patiesībā žurnālisti Latvijā pastāvīgi saskaras ar institūciju un amatpersonu radītiem informācijas piekļuves ierobežojumiem. Lai gan pastāv spēcīgs juridiskais pamats, kas aizsargā tiesības iegūt informāciju, žurnālisti regulāri sūdzas par ierobežotām iespējām iegūt informāciju no valsts institūcijām.

2020. gada decembrī Latvijas Žurnālistu asociācija izveidoja žurnālistu Juridiskā atbalsta centru. Pēc asociācijas valdes priekšsēdētājas Artas Ģigas teiktā, centrs palīdzēs tikt galā ar vārda brīvības un informācijas iegūšanas ierobežojumiem.

Tomēr žurnālistu darba tirgus joprojām ir nestabils, un dažas plašsaziņas mediju organizācijas ierobežo savus sociālās apdrošināšanas maksājumus žurnālistiem, cenšoties daļu no darba samaksas aizstāt ar honorāriem.

Turklāt žurnālisti arvien vairāk tiek pakļauti regulāriem uzbrukumiem tiešsaistes vidē. Šos uzbrukumus bieži ierosina politiķi vai politiskās komunikācijas uzņēmumi ar mērķi graut žurnālistu profesionālo reputāciju un aizskart viņu privātumu. 2020. gadā bija viens gadījums, par kuru ziņoja RE:Baltica pētnieciskās žurnālistikas centra darbinieces Inga Sprinģe un Sanita Jemberga (Jemberga, 2019). Lai gan RE:Baltica gadījums noveda pie Latvijas Žurnālistu asociācijas un Valsts policijas vienošanās, ka policijai ir konkrēts darbinieks, pie kura vērsties uzbrukuma vai draudu gadījumā, policija konkrēto krimināllietu izbeidza. Tomēr vīrietis, kurš bija izteicis draudus RE:Baltica redakcijai, turpināja draudēt un vajāt RE: Baltica žurnālistus 2020. gada rudenī.

Latvijas Žurnālistu asociācija aktīvi aizsargā redakcionālo neatkarību un atbalsta žurnālistus, kuri ievēro profesionālos standartus. Organizācija ir aktīva sabiedrisko diskusiju par mediju un žurnālistu neatkarību un profesionalitāti dalībniece, taču tās ietekme ir salīdzinoši neliela. Problēma ir tā, ka tikai neliela daļa mediju profesionāļu ir kādas profesionālās organizācijas biedri.

Piekļuve žurnālista profesijai Latvijā ir brīva, to neierobežo izglītības prasības, aktīva žurnālista statusam nav nepieciešama reģistrācija vai licencēšana. No vienas puses, tas dod iespēju ikvienam, kurš vēlas strādāt žurnālistikā, pievienoties šai profesijai un palielināt žurnālistikas prakses dažādību. No otras puses,

izglītības trūkums un vēlme pielāgoties komerciālo mediju vides prasībām noved pie profesionālās ētikas pārkāpumiem un instrumentālas žurnālistikas kultūras attīstības (Dimants, 2018).

MPM dati liecina par zemu riska situāciju attiecībā uz **plašsaziņas mediju uzraudzības iestādes neatkarību un darbības efektivitāti** (33%). Pašlaik Latvijas sabiedrisko mediju Latvijas Televīzijas un Latvijas Radio darbu uzrauga Nacionālā Elektronisko plašsaziņas līdzekļu padome (NEPLP), kas vienlaikus ir arī komerciālo elektronisko plašsaziņas mediju regulatore. NEPLP sastāvā ir pieci padomes locekļi, kurus ievēl Latvijas Saeima. Tas nozīmē, ka atsevišķās NEPLP darbībās vai lēmumos var novērot politisko ietekmi.

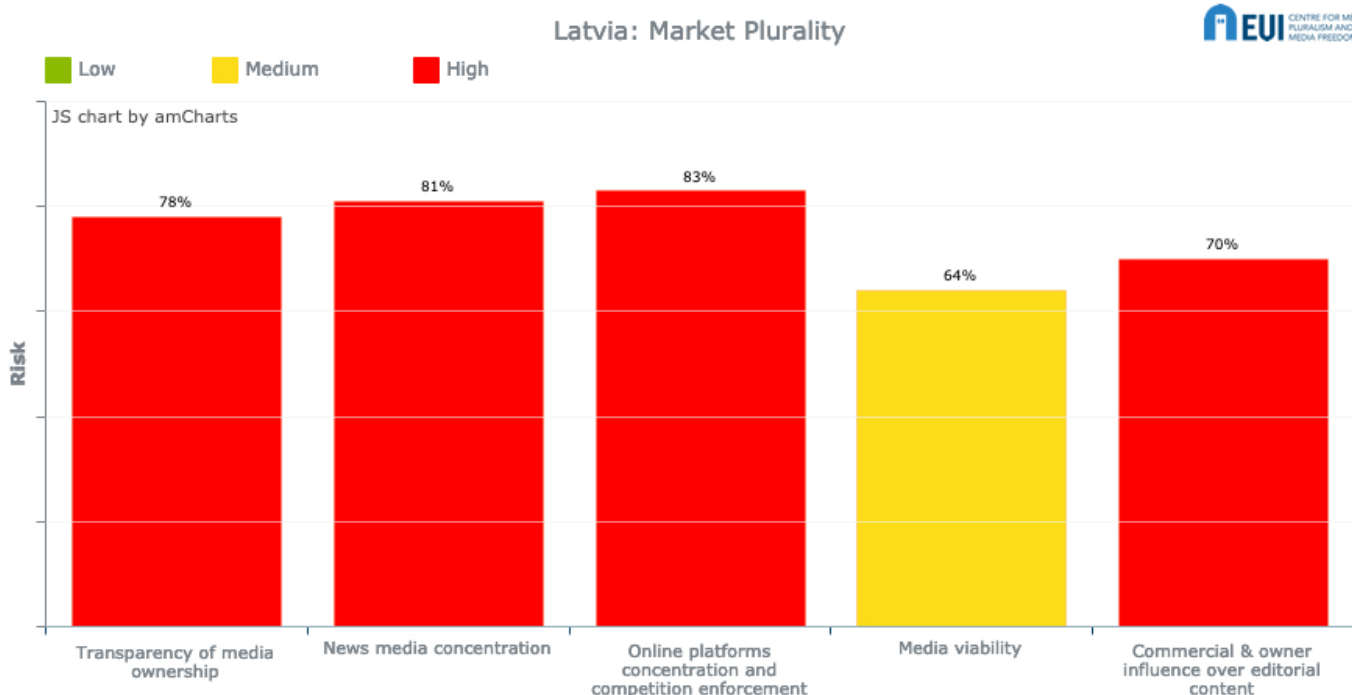
2020. gadā Latvijā mediju regulācijas jomā notika nozīmīgs pagrieziena punkts, jo gada beigās Latvijas parlaments apstiprināja jaunu Sabiedrisko mediju un to pārvaldības likumu. 2021. gada sākumā tiek veidota jaunā Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas mediju padome (SEPLP). Saskaņā ar jauno likumu šajā padomē ir trīs locekļi, kurus apstiprina Saeima. Jaunos SEPLP locekļus apstiprināšanai izvirza pēc šādiem kritērijiem: vienu loekli izvirza Valsts prezidents; Nevalstisko organizāciju un Ministru Kabineta sadarbības memoranda īstenošanas padome izvirza vienu loekli, bet vēl vienu izvēlas Latvijas Seima. Jaunās padomes struktūra izveidota ar mērķi mazināt politiku iespējas ietekmēt tās veidošanas procesu.

Attiecībā uz **tradicionālo plašsaziņas mediju universālo pieejamību un piekļuvi internetam** dati rāda zema riska (15%) situāciju. Platjoslas interneta pārklājums Latvijā veido 93%, vidējais interneta savienojuma ātrums Latvijā ir 52 Mbps.

Mediju lietojuma dati par 2020. gadu (NEPLP/Latvijas Fakti, 2020. gada oktobris) rāda, ka Latvijas iedzīvotāju plašsaziņas mediju izvēle pēdējos gados nav būtiski mainījusies. Līdzīgi kā 2018. – 2019. gadā, arī 2020. gadā vispopulārākais medijs bija televīzija, kuru skatījās 89% iedzīvotāju (84% skatās TV vismaz reizi nedēļā; - 60% respondentu televīziju skatās katru dienu vai gandrīz katru dienu). Interneta ziņu portālus izmantoja 80% (47% katru dienu, 73% - vismaz reizi nedēļā) nacionālās reprezentatīvās aptaujas respondentu. Sociālos medijus izmantoja 75% (54% - katru dienu, 71% - vismaz reizi nedēļā) respondentu, radio klausīšanās paradumi gadu gaitā ir stabili - radio klausījās 80% respondentu (45% - katru dienu, 65% - vismaz reizi nedēļā), 73% respondentu atzina, ka viņi lasa presi (11% - katru dienu, 49% - vismaz reizi nedēļā). Tomēr tradicionālo mediju lietojums pakāpeniski samazinās par 1% - 2% gadā.

3.2. Tirgus plurālisms (75% - Angsts risks)

Tirgus plurālisma rādītāju analīzes uzmanības lokā ir mediju plurālismu ietekmējošie ekonomiskie riski, ko rada mediju īpašumtiesību caurskatāmības trūkums un koncentrācija, mediju nozares nozares ilgtspējas rādītāji, žurnālistikas komerciāla ietekmēšana. Pirmais rādītājs pārbauda mediju īpašumtiesību caurskatāmības regulējumu un tā efektivitāti. Ziņu mediju (ziņu veidošana) un tiešsaistes platformu (ziņu vārteja) konkurences ierobežojumi un ārējais plurālisms tiek vērtēti atsevišķi, nodalot datus par horizontālo un starpmediju koncentrāciju; papildinot tos ar datiem par tiešsaistes reklāmas tirgus koncentrāciju un konkurences nosacījumiem. Mediju ilgtspējas rādītājs analizē ienākumu un nodarbinātības tendenci, saistībā ar IKP tendencēm. Pēdējā rādītāja mērķis ir novērtēt tirgus daudzveidības riskus, ko uzņēmējdarbības intereses var radīt redakcionālā satura ražošanai, gan no komerciālu interešu, gan no īpašnieku ietekmes viedokļa.



Kopš 2019. gada **tirgus plurālisma** rādītāji Latvijā atbilst augsta riska (75%) situācijai. Četros no pieciem šo jomu raksturojošiem indikatoriem konstatētie riski sasniedz augsta riska līmeni. Datu analīze liecina, ka tiešsaistes platformu koncentrācijas un konkurences vērtējums liecina par augstu risku (84%). Arī ziņu mediju koncentrācijas rezultāti parāda augsta riska līmeni (81%), augsts risks raksturo mediju īpašumtiesību caurskatāmības rādītāju vērtējumu (78%), arī komerciāla un īpašnieku ietekme uz redakcionālo saturu (70%) liecina par augsta riska situāciju. Mediju ilgtspējas indikatori sasniedz vidēja riska (64%) līmeni.

Mediju īpašumtiesību caurskatāmības risku analīze parāda būtiskas izmaiņas, kas saistītas ar datu par mediju īpašniekiem pieejamību. Kopš 2020. gada beigām Latvijas Republikas Uzņēmumu reģistra datu bāzē Lursoft bez maksas ir pieejama pamatinformācija (personu vārdi) par mediju īpašniekiem un patiesā labuma guvējiem. Lai iegūtu šo informāciju, ieinteresētajai personai jāreģistrējas minētajā datu bāzē vai jāidentificē sevi ar savu i-bankas informāciju. Tomēr mediju īpašnieku vēsturisko izmaiņu dati, mediju uzņēmumu finanšu dati, informācija par plašsaziņas mediju īpašnieku dalību citos uzņēmumos nav pieejama bez maksas. Lai iegūtu informāciju par mediju īpašniekiem un patiesajiem labuma guvējiem, tā mērķtiecīgi jāmeklē Lursoft datu bāzē, šī informācija lielākoties nav brīvi pieejama mediju uzņēmumu mājās

lapās.

Reģistrējot savu darbību un īpašnieku vai patiesā labuma guvēju maiņas gadījumā, mediju organizācijām ir pienākums sniegt valsts Uzņēmumu Reģistram informāciju par uzņēmuma īpašniekiem un patiesā labuma guvējiem. Daži plašsaziņas mediji informē par saviem īpašniekiem savās tiešsaistes mājas lapās. Audiovizuālajiem medijiem, piemēram, radio un TV kanāliem, interneta televīzijas kompānijām, kabeļtelevīzijas vai interneta televīzijas firmām informācijas par īpašniekiem jāsniedz NEPLP. Bet nav izveidots regulējums, kas paredzētu īpašumtiesību datu izpaušanu plašākai sabiedrībai, piemēram, paredzētu šo datu publicēšanu uzņēmuma tīmekļa vietnē. Tāpēc dati par preses vai tīmekļa mediju īpašniekiem nav brīvi pieejami. Audiovizuālo mediju īpašumtiesību dati ir pieejami Nacionālās Elektronisko plašsaziņas līdzekļu padomes tīmekļa vietnes sadaļā, kurā apkopota informācija par medijiem piešķirtajām apraides licencēm. Informācija par plašsaziņas mediju īpašniekiem un patiesajiem labuma guvējiem jāsniedz gadījumos, ja plašsaziņas mediji piedalās Mediju Atbalsta fonda konkursā, lai iegūtu, nodokļu maksātāju līdzekļu finansētā, fonda atbalstu profesionāli kvalitatīva satura radīšanai.

Mediju tirgus koncentrācijas līmenis Latvijā ir augsts visos mediju segmentos. Mediju regulējums plašsaziņas mediju tirgus dalībniekiem neparedz ierobežojumus licenču skaita, iegūtās auditorijas daļas un apgrozījuma līmeņa ziņā. Vēl vairāk, Latvijā nepastāv īpašs regulējums, kas novērš horizontālu, vertikālu vai starpmediju koncentrāciju. Plašsaziņas mediju un konkurences regulējums nodrošina vispārēju konkurences un plašsaziņas mediju daudzveidības aizsardzību, taču tas nav piemērots mazas valsts plašsaziņas mediju tirgum, kur, salīdzinoši nelielās un lingvistiski sašķeltās auditorijas apstākļos, katrā mediju segmentā ar panākumiem var darboties tikai daži mediju tirgus dalībnieki.

Ziņu mediju koncentrācijas situācija Latvijā arī 2020.gadā ir augsta riska līmenī. To nosaka plašsaziņas mediju darbības apstākļi nelielā tirgū un mediju regulējuma nosacījumi, kas neparedz horizontālas un starpmediju koncentrācijas ierobežojumus. Latvijas Konkurences padome mediju tirgus dalībnieku tirgus daļas vērtē tikai mediju organizāciju apvienošanās gadījumos. Piemēram, audiovizuālo mediju Top 4 tirgus daļa ir 56%; radio Top 4 īpašnieku tirgus daļa veido 71%; Top 4 tiešsaistes mediju tirgus daļa ir 53%.

Mediju koncentrācijas regulējums Latvijā neparedz licenču skaita, auditorijas daļas, tirāžas ierobežojumus preses un interneta mediju tirgū. Konkurences likums piedāvā ir universālu regulējumu, kas nosaka dominējošā stāvokļa ierobežojumu sākot no 40% no tirgus daļas visiem uzņēmumiem, izņemot raidorganizācijas, kuru dominējošais stāvoklis nedrīkst pārsniegt 35% no tirgus daļas.

Konkurences regulējuma universālais juridiskais pamats attiecas uz **tiešsaistes platformu koncentrāciju un konkurenci**. Komerclikumā iekļautais konkurences regulējums ir saistošs tikai tiešsaistes mediju uzņēmumu apvienošanās gadījumā. Latvija nav ieviesusi tādu regulējumu, kas varētu nodrošināt vienlīdzīgu nacionālo mediju konkurenci tiešsaistes vidē un novērst globālo platformu ietekmi uz mediju reklāmas tirgu (vairāk skat. 4. nodaļā).

Mediju ilgtspējas analīze rāda pretrunīgus rezultātus. Plašsaziņas mediju ekonomiskās pastāvēšanas pamati kļūst arvien nedrošāki, taču daļa mediju organizāciju īsā laika posmā ir spējušas pielāgoties ienākumu modeļu izmaiņām un meklē jaunas ienākumu gūšanas formas gan mediju biznesā, gan citās jomās. Daļa profesionālo mediju Latvijā ir pielāgojušies jaunajiem biznesa modeļiem un vairāk vai mazāk veiksmīgi cīnās par jauniem ieņēmumu avotiem. Atsevišķu datu par ziņu mediju sektora ieņēmumu

izmaiņām, kas izvērtēti Baltijas mediju vides datu apskatā, nav, tomēr ieņēmumu izmaiņas var novērtēt pēc lielāko ziņu vietņu, TV un radio kanālu, kas piedāvā ziņas, vadītāju sniegtās informācijas. Saskaņā ar Baltijas mediju ekonomiskā novērtējuma datiem, 2020. gadā mediju pārstāvji prognozē savu ieņēmumu samazināšanos no 10% –15%. Piemēram, Delfi, kas ir lielākā digitālo ziņu kompānija Latvijā (un Baltijas valstīs), ieņēmumu kritums sasniedza maksimumu pandēmijas gada otrajā ceturksnī, bet samazinājums nerasniedza 30%.

Visnestabilākā ir vietējo un reģionālo plašsaziņas mediju, galvenokārt laikrakstu ekonomiskā situācija, jo jau pirms COVID-19 krīzes to ieņēmumi no reklāmas bija nelieli un krīzes laikā strauji samazinājās mazumtirdzniecības ieņēmumi. Pēc Latvijas Žurnālistu asociācijas pārstāves Ivonnas Plaudes domām, bez valdības atbalsta daudzi reģionālie mediju uzņēmumi būtu spiesti slēgt darbību. Paradoksālā kārtā COVID-19 krīzes laikā reģionālo mediju vietņu apmeklējumu skaits un auditorija strauji pieauga, taču mediju organizācijām nebija resursu, lai monetizētu auditorijas pieaugumu un palielinātu ieņēmumus, nodrošinot regulāras digitālās informācijas piegādi saviem lasītājiem.

Komerčiālās un īpašumtiesību ietekmes uz redakcionālo saturu novērtēšana ir viens no sarežģītākajiem uzdevumiem MPM veidošanas procesā. Tāpēc jāpaskaidro Latvijas situācija. Tiesību aktu analīze liecina, ka Latvijā nav tādu mehānismu, kas žurnālistiem piešķirtu sociālo aizsardzību īpašnieku vai mediju uzņēmumu redakcijas maiņas gadījumā. Latvijā normatīvie akti neparedz aizsardzības pasākumus, kuru mērķis ir nodrošināt, lai komerciālas intereses neietekmētu lēmumus par galveno redaktoru iecelšanu un atlaišanu. Tāpat nepastāv regulācijas vai pašregulācijas nosacījumi, kas noteiktu pienākumu aizsargāt žurnālistus no komerciālu interešu ietekmes.

Intervijās ar dažādu mediju organizāciju (nacionālo, vietējo, drukāto, TV un radio, tiešsaistes) redaktoriem un žurnālistiem konstatēts, ka plašsaziņas mediju īpašnieku komerciālās intereses ir galvenais faktors, kas ierobežo redakcijas neatkarību un izraisa pašcenzūru. Neskatoties uz to, ir maz mediju firmu, kas savu uzņēmējdarbību veido sadarbībā ar politiskajām partijām vai politiski ietekmīgām personām. Pētniecības projektā (Rožukalne, 2020) par iekšējiem un ārējiem pašcenzūras avotiem dažādos medijos (nacionālos/vietējos, komerciālos/sabiedriskos) norādīts, ka daudzās redakcijās reklāmdevēju intereses ir dominējošais ārējais faktors, kas veicina pašcenzūru. Tam seko politisks spiediens. Gandrīz puse žurnālistu (49%) uzskatīja, ka viņiem ir jāņem vērā savu uzņēmumu īpašnieku un politisko sabiedroto intereses. Salīdzinot politisko un ekonomisko spiedienu, politiskā ietekme lielākoties tika raksturota kā “mērena” un “smalka”, turpretī pieprasījums kalpot ekonomiskajām interesēm tika definēts kā “spēcīgs” vai “rutinizēts”.

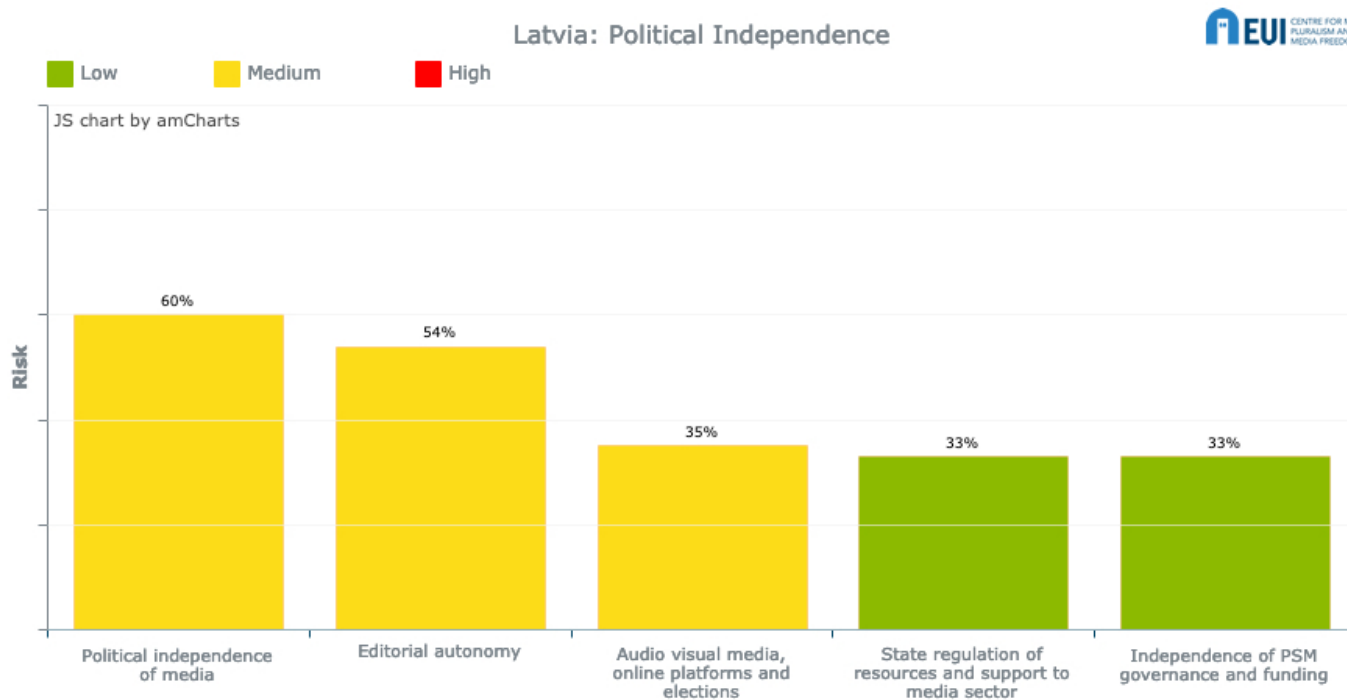
Žurnālisti intervijās atzīst, ka viņu profesionālās darbības duālais raksturs ir neizbēgams. Dažādu politisko interešu apkalpošana nav tikai reakcija uz ārējiem faktoriem mediju vidē, bet tā ir šo mediju uzņēmumu darbības būtība. Žurnālisti uzņemas atbildību par sava medija peļņas mērķu sasniegšanu. Mediju firmas apvieno esošās redakcionālās vērtības ar sadarbību, pielāgošanos un biznesa domāšanu. Redakcijas un reklāmas nodaļu darbības apvienošanu žurnālisti uzskata par nevēlamu, tomēr to vērtē kā neizbēgamu profesionālās prakses daļu Latvijā. Profesionālās autonomijas ierobežojumus kompensē iespēja aizsargāt mediju uzņēmuma ekonomisko ilgtspēju.

Pašcenzūra vairs nenozīmē tikai profesionālo vērtību izslēgšanu vai samazināšanu, bet gan to izkliešanu un pārvietošanu. Tādējādi, saglabājot skaidru izpratni par profesijas pastāvēšanai nepieciešamajiem principiem, žurnālisti vai nu apzināti, vai neapzināti pielāgo savu ikdienas praksi, lai tā atbilstu mediju īpašnieku prasībām.

Plašsaziņas mediju skaits 2020. gadā lēnām samazinās. Viens no nacionālajiem dienas laikrakstiem "Neatkarīgā Rīta Avīze" pārstāja iznākt drukātā veidā, kļūstot tikai par digitālu izdevumu. Lielākais nacionālais dienas laikraksts Latvijas Avīze pārdeva savu digitālo mediju la.lv komerciālajai televīzijas kompānijai RīgaTV24. Pārmaiņas notika laikrakstu tirgū Latvijas rietumu reģionā Kurzemē. Reģionālais laikraksts Kursas Laiks tika apvienots ar konkurentu Kurzemes Vārds. TV kanāls LNT un tā ziņu redakcija tika slēgta 2019. gada beigās, tagad Latvijā ir tikai viens profesionāls nacionāla līmeņa komerciālā TV ziņu dienests (TV3 ziņu dienests).

3.3. Politiskā neatkarība (43% - Videjs risks)

Ar politiskās neatkarības rādītāju palīdzību tiek novērtēts to regulējuma un pašregulācijas nosacījumu pastāvēšana un efektivitāte, kas izveidoti ar mērķi aizsargāt ziņu veidošanu, izplatīšanu un pieejamību no politiskiem viedokļiem un politiskās ietekmes. Precīzāk, ar šīs grupas indikatoru palīdzību tiek novērtēta valsts un politiskās varas ietekme uz mediju tirgu un sabiedrisko mediju neatkarību. Turklāt šajā indikatoru grupā iekļauts vērtējums par mediju pašregulācijas lomu redakcionālās neatkarības un daudzveidīgas politiskās informācijas un viedokļu pieejamības nodrošināšanā, to īpaši attiecinot uz vēlēšanu periodiem.



Vērtējot rādītājus, kas raksturo **politiskās neatkarības** līmeni, tika novērota situācijas pasliktināšanās. Vislielākās bažas rada plašsaziņas **mediju politiskā neatkarība**; šis rādītājs rāda vidēju risku (60%). Mēģinājumi iegūt politisko kontroli pār plašsaziņas medijiem vairāku gadu laikā nav samazinājušies, tas nozīmē, ka divi no vadošajiem dienas laikrakstiem (Diena, Neatkarīgā Rīta Avīze) joprojām ir saistīti ar politiski ietekmīgiem cilvēkiem vai atrodas to kontrolē, un lielākais TV kanāls tiek politiski ietekmēts (piemēram, Pirmais Baltijas Kanāls (PBK)). Juridiskie un pašregulējošie pasākumi formāli aizsargā plašsaziņas mediju neatkarību un autonomiju, taču mediju likumi negarantē autonomiju, ieceļot un atlaižot galvenos redaktorus.

Redakcionālās neatkarības aizsardzības analīze (riskā līmenis 54%) parāda vidēju risku un raksturo situāciju, kad redakcionālās neatkarības princips formāli ir iekļauts Likumā par presi un citiem

masu informācijas līdzekļiem, bet pēc būtības šai normai ir deklarātīvs raksturs, jo praksē nav izstrādāts redakcionālās neatkarības aizsardzības mehānisms. Būtībā redaktoriem ir jādod priekšroka nevis profesionāliem apsvērumiem, bet jārespektē mediju īpašnieku komerciālās intereses. Daudzi komerciālo mediju redaktori Latvijā arvien vairāk ievēro reklāmdevēju intereses, iesaistoties sadarbības projektos un tādā veidā atbalstot mediju uzņēmumu ilgtspēju (Rožukalne, 2020). Praksē tas nozīmē, ka žurnālisti vienlaikus veido profesionālu saturu un reklāmas rakstus, piemēram, profesionālas ziņas un intervijas savu mediju reklāmdevēju vajadzībām. Lai arī mediju redaktori uzskata, ka politiskā ietekme ir nenozīmīga un neredzama, ietekmīgu mediju īpašnieki joprojām ir cieši saistīti ar politiķiem Latvijā.

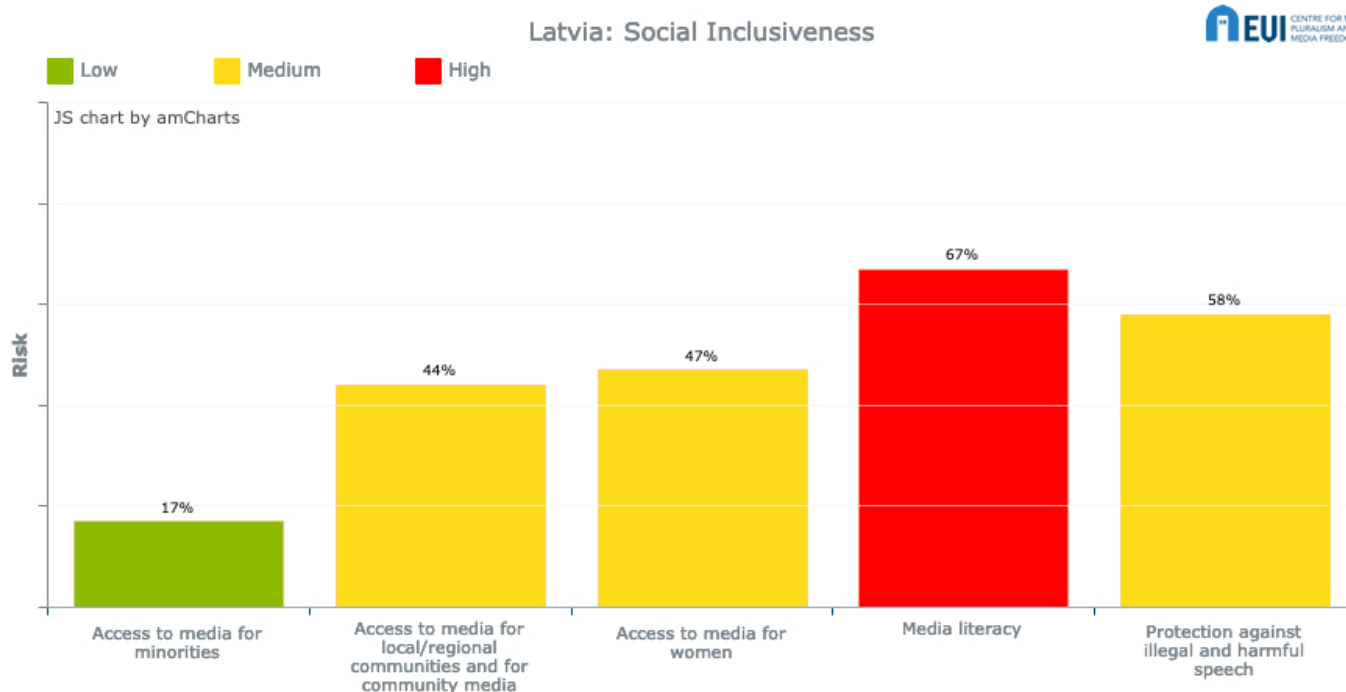
Priekšvēlēšanu aģitācijas likums Latvijā ir grozīts ar mērķi pielāgoties pieaugošajām priekšvēlēšanu komunikācijas aktivitātēm digitālajā vidē. Tāpēc rādītājs, kas raksturo **audiovizuālo mediju, tiešsaistes platformu un vēlēšanu** situāciju, parāda vidēju (tuvu zemam) risku (35%). 2020. gadā vienīgās vēlēšanas, kas notika Latvijā, bija Rīgas domes ārkārtas vēlēšanas. Saskaņā ar likumu Korupcijas Novēršanas un apkarošanas birojs (KNAB) uzrauga partiju priekšvēlēšanu izdevumu atbilstību likumam. Priekšvēlēšanu laikā politiskā aģitācija tika uzraudzīta arī sociālajos medijos un tika ierosinātas vairākas lietas (KNAB, 2020).

Tajā pašā laikā ir vismaz divi rādītāji, kas parāda būtiskas izmaiņas mediju politikā Latvijā. Neskatoties uz to, ka Latvija ir atrodama starp valstīm ar viszemāko sabiedrisko mediju finansējuma līmeni, **PSM uzraudzības iestādes neatkarības un finansējuma** rādītājs rāda zemu (kaut arī tuvu vidējam) risku (33%). 2020. gadā tika sagatavoti normatīvie akti, lai no 2021. gada 1. janvāra Latvijas sabiedriskie mediji Latvijas Televīzija un Latvijas Radio varētu atstāt reklāmas tirgu. Kā kompensāciju par zaudētajiem reklāmas ieņēmumiem un, lai saglabātu pašreizējo satura ražošanas līmeni, sabiedriskie mediji 2019. gadā saņēma 5,5 miljonus eiro un 2020. gadā papildus tika piešķirti 8,3 miljoni eiro (Rozenberga, 2020).

2017. gadā izveidotā Mediju Atbalsta fonda darbība, kas nodrošina atbalstu kvalitatīvam žurnālistikas saturam, izmantojot nodokļu maksātāju naudu, izmainījusi rādītāja **valsts atbalsts un resursi mediju nozares atbalstam** uz zema riska līmeni (33%). Mediju Atbalsta fonda aktivitātēm bija pozitīva ietekme uz profesionālo mediju organizāciju satura kvalitāti, taču šis atbalsts ir diezgan zems (ap 1,2 miljoni eiro gadā) un ļoti sadrumstalots. Kā jau minēts iepriekš, 2020. gadā Mediju Atbalsta fonds piešķirta 3,5 miljonus eiro kā atbalstu komerciālo plašsaziņas mediju darbībai pandēmijas laikā. Atbalsta formāts ir īstermiņa un balstīts uz projektiem, tāpēc Fonda darbībām trūkst ilgtspējas. Patiesībā būtisku izmaiņu valsts atbalsta medijiem sistēmā nav. Vēl jo vairāk - 2020. gadā Latvijā nav pieņemts ilgi gaidītais lēmums par samazināta pievienotās vērtības nodokļa ieviešanu, kas attiektos ne tikai uz presi, bet arī uz tiešsaistes ziņu mediju darbību.

3.4. Sociālā iekļaušana (47% - Videjs risks)

Sociālās iekļaušanas jomā galvenā uzmanība pievērsta tam, kāda ir konkrētu sabiedrības grupu pārstāvju - minoritāšu, vietējo un reģionālo kopienu, sieviešu un cilvēku ar invaliditāti – mediju pieejamība. Šajā jomā iekļauts arī valsts medijpratības vides vērtējums, to vidū iedzīvotāju digitālo prasmju vērtējums. Turklāt MPM 2021.gada laidiena sociālās iekļaušanas indikatoru grupā pievienots jauns rādītājs, ar kura palīdzību var novērtēt jaunas, ar digitālo tehnoloģiju izmantošanu saistītas problēmas: aizsardzība pret nelikumīgu saturu un aizskarošiem izteikumiem. Ievērojot rādītāju izmaiņas, jābūt ļoti piesardzīgiem, salīdzinot 2021.gada datus ar iepriekšējo gadu MPM izdevumu datiem.



Analizējot rādītājus **sociālās iekļaušanas** jomā, konstatēts vidēja risks līmenis (47%). Salīdzinot ar 2020. gada datiem (41% riska līmenis), situācija saglabājas vidējā līmenī, ar nelielu riska pieauguma tendenci, ko rada kopienas mediju attīstības problēmas un sievietēm (žurnālistēm, politiķēm, NVO aktīvistēm) veltīto naida runu un citiem uzbrukumiemtiešsaistē.

Lai arī sabiedrības **medijpratība** kopš 2016. gada ir bijusi viena no Latvijas mediju politikas prioritātēm un tai ir stabila vieta publiskajā diskursā, medijpratības aktivitāšu galvenā mērķa auditorija ir bērni un jaunieši. Ģeopolitisko apstākļu dēļ medijpratības aktivitātes ir vērstas uz ziņu dekonstrukciju un informācijas vides drošības riskiem. Medijpratības jomā valstī pirmo reizi, kopš MPM iekļauj šo rādītāju, identificēta augsta riska situācija (67%). 2015.gadā, analizējot medijpratības aktivitātes ārpus formālās izglītības sistēmas, tika konstatēts, ka kopš 2010. gada mediju pratības projektus Latvijā galvenokārt īsteno tehnoloģiju profesionālās asociācijas un uzņēmumi, tāpēc šie projekti aptver nelielu daļu medijpratības uzdevumu un auditoriju (Freibergs, 2015). Audiovizuālo Mediju observatorijas ziņojumā par medijpratību uzsvērts, ka publiskā un privātā sektora partnerība medijpratības attīstībā ir apsveicama, tomēr šīs sadarbības struktūra Latvijā parāda, ka politikas veidotājiem nav skaidru medijpratības attīstības prioritāšu. Latvijas medijpratības politikā pārāk liela uzmanība tiek pievērsta jauniešiem kā mērķa grupai, taču nav izstrādāta stratēģija, kā sasniegt citas mērķa grupas, piemēram, vecāka gadagājuma cilvēkus, cilvēkus ar zemām digitālajām prasmēm, cilvēkus, kurus neinteresē medijpratība (52%) (Rožukalne et al., 2020). Tajā pašā laikā medijpratībai veltīts saturs nav pietiekami attīstīts formālās izglītības saturā. Saskaņā ar sabiedriskās domas aptaujas datiem, Latvijas iedzīvotāji

sagaida, ka medijpratības jautājumi tiek risināti visos izglītības līmeņos un ka cilvēki tiek informēti par medijpratību ar plašsaziņas mediju starpniecību. Tomēr mediju politikas dokumenti nosaka, ka medijpratība augstākajā izglītībā tiek nodrošināta tikai pedagoģijas studiju saturā. Medijpratības saturs Latvijas medijos liecina, ka žurnālisti to lielā mērā saista ar dezinformācijas atmaskošanu, mazāk uzmanības pievēršot citiem medijpratības jautājumiem.

Aizsardzības pret nelikumīgiem un aizskarošiem izteikumiem novērtējums parāda vidēja riska situāciju (58%). Latvijā pastāv labi izstrādāts universāls tiesiskais regulējums, lai aizsargātu pilsoņus no aizskarošiem izteikumiem, taču nav īpaša regulējuma, kas attiecas uz naida runu tiešsaistē. Vēl vairāk, ir ierosināti vairāki tiesas procesi, kas saistīti ar naida runu internetā. Tomēr joprojām ir daudz šķēršļu (piemēram, ilgs izmeklēšanas process, ilgi tiesas procesi), kas padara sarežģītu tiešsaistē publicētas naida runas apkarošanu Latvijā. Latvijas sociālajos medijos ir milzīga problēma ar naida runu un mutisku uzmākšanos sievietēm (politiķēm, žurnālistēm, valsts iestāžu pārstāvē, aktīvistēm, māksliniecēm utt.) (Zelče, 2018).

Vietējo / reģionālo kopienu piekļuves plašsaziņas medijiem rādītāji atspoguļo vidēja riska situāciju (44%). Latvijas mediju likumos kopienas mediji nav definēti. Valstī nav attīstītas kopienas mediju sistēmas. Tomēr Latvijā ir izveidots plašs vietējo un reģionālo komerciālo plašsaziņas mediju tīkls. Šie mediji, atbilstoši savām funkcijām, saturam, mērķauditorijai un dažādām aktivitātēm (piemēram, iesaistīšanās vietējās kultūras attīstībā) atbilst kopienas mediju statusam. Tajā pašā laikā vietējo/reģionālo vai kopienas plašsaziņas mediju attīstību apdraud demogrāfiskie, ekonomiskie un politiskie faktori. Ekonomiski aktīvo iedzīvotāju skaits daudzos Latvijas reģionos samazinās, tāpēc vietējo mediju uzņēmumu ienākumi sarūk (Latvijas Centrālā statistikas pārvalde, 2021). Šo apstākļu rezultātā lielākā daļa neatkarīgo vietējo un reģionālo plašsaziņas mediju ir samazinājuši iznākšanas reižu skaitu nedēļā, un pašlaik Latvijā nav reģionālo dienas laikrakstu. Netiešo subsīdiu ziņā (piemēram, nodokļu samazināšana vai pasta piegādes pakalpojumu samazināšana) vietējie un reģionālie plašsaziņas mediji tiek vērtēti tāpat kā nacionālie mediji. Turklāt, izmantojot Mediju Atbalsta fondu, pastāv tiešas regulāras subsīdijas reģionālajiem/vietējiem plašsaziņas medijiem. Intervijas ar vietējo/reģionālo mediju pārstāvjiem rāda, ka valsts subsīdijas sniedz atbalstu COVID-19 krīzes apstākļos, taču atbalsta pasākumi nav pietiekami, lai vietējie/reģionālie mediji varētu stabili pastāvēt un attīstīties.

Sieviešu klātbūtne plašsaziņas medijos (47%) rāda pretrunīgu ainu. Latvijā lielākā daļa žurnālistu (apmēram 65%) ir sievietes. Daudzas sievietes strādā par galvenajām redaktorēm nozīmīgos nacionālajos un reģionālajos medijos. Latvijas Radio valdē ir tikai sievietes. Tomēr komerciālajos un digitālajos plašsaziņas medijos augstākajos amatos ir daudz mazāk sieviešu, un sabiedrisko mediju organizācijās nav izstrādāta dzimumu līdztiesības politika.

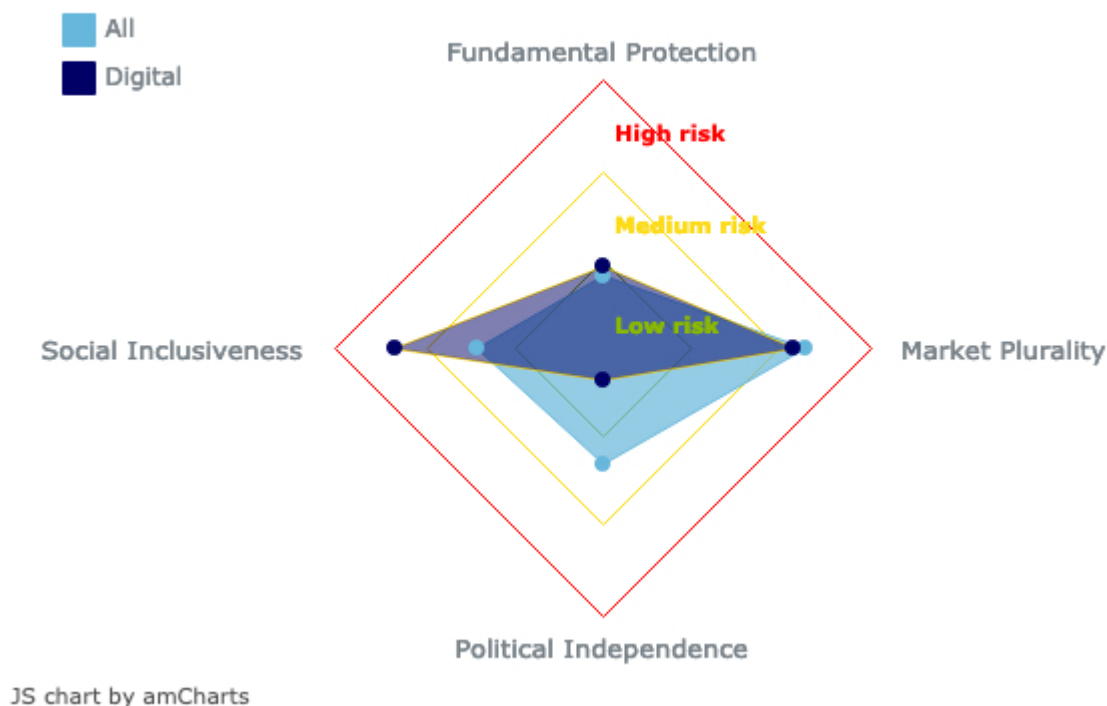
Vērtējot sieviešu kā informācijas avotu īpatsvaru ziņu saturā, var secināt, ka ziņās sievietes ir proporcionāli pārstāvētas. Tomēr nesenais pētījumu projekts rāda, ka sieviešu klātbūtne ziņās nav brīva no stereotipiem (Zelče, 2018). Kamēr vīrieši biežāk piedalās un veido vairākumu diskusiju programmās, sievietes kā informācijas sniedzējas tiek iekļautas saturā, kas stāsta par mazāk pievilcīgām un zemu apmaksātām darbības jomām: sociālās aprūpes darbinieki, skolotāji (visi izglītības līmeņi, ieskaitot pirmsskolas līmeni).

Lai arī Latvijas tiesību aktos minoritātes nav skaidri definētas, **mazākumtautību piekļuves plašsaziņas medijiem** dati parāda zemu risku (17%). Etniskajām, reliģiskajām un lingvistiskajām minoritātēm ir plaša ir plašas iespējas saņemt saturu sabiedrisko mediju kanālos. Minoritāšu pārstāvjiem tiek

pieāvāts daudzveidīgs kanālu un multimedālu formātu kopums, kas nodrošina saturu mazākumtautību valodās, to vidū, piemēram, raidījums "Dzirdēt balsis" Latvijas Televīzijā, kas veltīts latviešu valodas dialektiem. Reliģiskās grupas ir pārstāvētas daudzās programmās, tostarp ziņās un aktualitāšu programmās, vēl vairāk, LTV1 ir īpaša reliģijai veltīta programma "Saknes debesīs". Pēdējo gadu laikā pakāpeniski ir pieaudzis atbalsts komerciālajiem medijiem, kas piedāvā saturu latgaliešu valodā. Mediju saturs, kas pieejams mazākumtautību valodās, ir stabils, visos plašsaziņas mediju segmentos ir daudz komerciālu mediju kanālu, kas nodrošina saturu etnisko minoritāšu auditorijai.

Attiecībā uz mediju pieejamību cilvēkiem ar invaliditāti, valstī nav stabilas politikas. Ir pieejamas sadrumstalotas aktivitātes, kuras var strukturēt atbilstoši saturam un prezentācijas iezīmēm: programmas par invalīdu problēmām; ziņu programmas, izmantojot vieglās valodas pieeju sabiedriskā radio kanālā LR1, un zīmju valodas izmantojums konkrētu sabiedrisko mediju programmās (ziņas, izklaide), satura titrēšana (dokumentālās filmas, seriāli, spēlfilmas). Cilvēkiem ar invaliditāti pieejamā satura daudzums (stundas, skaits) sabiedrisko mediju kanālos un platformās dažu pēdējo gadu laikā pakāpeniski palielinās. Komerciālo mediju kanālos nav stabilu cilvēkiem ar invaliditāti adresētu programmu. Sabiedrisko mediju stratēģija paredz palielināt saturu cilvēkiem ar invaliditāti, taču nav izveidots regulējums, kas liktu komerciālajiem medijiem satura veidošanas procesā ņemt vērā cilvēku ar invaliditāti (dzirdes, redzes traucējumi) vajadzības.

4. Plurālisms tiešsaistes vidē: risku novērtējums



Digitālās vides plurālisma analīze rāda, ka fundamentālās aizsardzības rādītāju dati atspoguļo vidēja līmeņa riskus (48%). Latvijas sabiedrībai ir **universāla pieeja plašsaziņas medijiem un piekļuve internetam**; 78% iedzīvotāju regulāri lieto internetu. Universālie likumi aizsargā **vārda brīvību** gan bezsaistē, gan tiešsaistes vidē. Latvijā ir atbilstošs regulējums, lai garantētu **tīkla neitralitāti**, un pēdējos gados nav konstatēti gadījumi, kas valdība būtu pārkāpusi tīkla neitralitātes principu.

Tiešsaistes platformu koncentrācijas un konkurences ieviešanas dati parāda augsta riska situāciju (83%). Šis skaitlis raksturo gan veidu, kā cilvēki piekļūst tiešsaistes ziņām, gan globālo platformu ietekmi uz nacionālo mediju tirgu. Top4 tiešsaistes spēlētāju auditorijas koncentrācija ir 55%, un Top4 tiešsaistes spēlētāju reklāmas tirgus daļa veido 85%. Saskaņā ar Baltic Media Health Check pētījuma datiem (Krūtaine & Jemberga, 2019/2020), vairāk nekā puse interneta lietotāju Latvijā ziņas tiešsaistē izmanto vai nu ar globālo informācijas platformu (piemēram, google.com), vai sociālo mediju starpniecību (Facebook, Twitter, Instagram). Regulējuma trūkums attiecībā uz globālo platformu klātbūtni un ietekmi nacionālajā reklāmas tirgū, rada īpaši sīvu konkurences situāciju Latvijā. Platformu ietekmes dēļ nacionālie mediji strauji zaudē reklāmas ieņēmumus, tiem trūkst iespēju īsā laikā atrast citus ienākumu avotus. Saskaņā ar Latvijas Reklāmas asociācijas direktores Baibas Liepiņas sniegto informāciju, trūkst precīzu datu par digitālās reklāmas tirgu, tostarp nav informācijas par globālo platformu īpatsvaru Latvijas reklāmas tirgū. Šīs situācijas iemesls uzņēmumu tiesības neizpaust "komercnoslēpumu". Latvijas Reklāmas asociācijas sniegtie dati rāda, ka piecu globālās platformu ieņēmumi veido apmēram pusi no visa Latvijas reklāmas tirgus. Izmantojot Valsts Ieņēmumu dienesta datus, Latvijas Reklāmas asociācija lēš, ka starptautiskās platformas 2018. gadā piesaistīja 81,7 miljonus eiro, bet 2019. gada desmit mēnešos - 104,5 miljonus eiro. Citu mediju reklāmas tirgus 2018. gadā veidoja 85 miljonus eiro. Liepiņa pieņem, ka globālie tīkli kontrolē aptuveni 50% no reklāmas tirgus Latvijā.

2020. gada sākumā Latvijā sākās diskusija par iespējamām digitālo nodokļu shēmām ar mērķi, pirmkārt,

aizsargāt nacionālo mediju ienākumu avotus, otrkārt, atrast resursus nacionālo mediju aktivitāšu atbalstam. Šīs diskusijas laikā tika apspriesti divi scenāriji: vai gaidīt ES līmeņa risinājumu, vai sekot dažu valstu piemēram un ieviest digitālo nodokli Latvijā, pirms tiek atrasts ES līmeņa risinājums? Tomēr 2020. gadā nevienā no minētajiem virzieniem nav novērota attīstība.

Raksturot Latvijas Konkurences padomes efektivitāti konkurences ieviešanas jomā tiešsaistē ir ļoti grūti, jo globālo platformu darbība ir pakļauta universāliem konkurences regulēšanas nosacījumiem Latvijā. Tas nozīmē, ka konkurences un koncentrācijas iestāde var iejaukties tikai uzņēmumu apvienošanās gadījumā.

Digitālā plurālisma risku analīze sociālās iekļaušanas jomā rāda augsta riska situāciju (77,5%). Sociālās iekļaušanas rādītāji digitālajā vidē identificē augsta riska situāciju, jo interneta lietotāji regulāri tiek pakļauti agresīvai komunikācijai. Atsevišķi piemēri liecina, ka galvenie uzbrukumu upuri digitālajā ir vidē dažādu minoritāšu pārstāvji, sievietes un žurnālisti.

Kaut arī medijpratība Latvijā bieži tiek uztverta kā digitāla prasme, lietotājiem trūkst zināšanu, lai sevi pasargātu no uzbrukumiem, vardarbības un krāpšanas digitālajā vidē, īpaši sociālajos medijos.

Iedzīvotāju digitālās prasmes līmenis ir zems: Eurostat dati liecina, ka Latvijā 43% iedzīvotāju ir digitālās pamatprasmes, 42% ir zemas digitālās prasmes. Šī situācija izskaidrojama ar mediju lietotprasmes struktūru valstī. Medijpratības izglītība, ieskaitot digitālo prasmi, ir pieejama skolotājiem, bibliotekāriem, skolēniem, studentiem, taču nav pietiekami daudz aktivitāšu, kas adresētas citām sabiedrības grupām (senioriem, cilvēkiem ar zemu izglītības līmeni). Šī situācija rada papildu grūtības cilvēkiem, kuri plāno mainīt savu profesionālo jomu, lai pielāgotos tehnoloģiju attīstības virzītām izmaiņām darba tirgū. Tajā pašā laikā jāatzīst, ka valsts iestādes bezdarbniekiem regulāri piedāvā digitālo prasmju uzlabošanas kursus.

Latvijas izglītības reformas projekts "Skola2030" paredz, ka medijpratība galvenokārt tiek saistīta ar digitālajām prasmēm. Šīs prasmes, līdzīgi kritiskās domāšanas prasmēm pieder caurviju prasmju grupai. Projektā minēts sekojošais: "Digitālās prasmes ir tādas prasmes, kas palīdz efektīvi, gudri un atbildīgi izmantot digitālās tehnoloģijas. Skolēns ikdienas dzīvē atbildīgi izmanto digitālās tehnoloģijas, lai apgūtu, izmantotu un radītu zināšanas, risinātu problēmas, dalītos un izmantotu savu un citu radīto saturu, prasmīgi pārvalda savu digitālo identitāti, efektīvi un droši komunicē ar citiem digitālajā vidē; kritiski un konstruktīvi novērtē tehnoloģiju un mediju lomu sabiedrībā" (Skola2030, 2020). Skola2030 programmā trūkst satura, kas veltīts plašsaziņas mediju lomas izpratnei sabiedrībā, mediju kultūrām, žurnālistu profesijas izpratnei un citiem svarīgiem jautājumiem. Tas nozīmē, ka digitālās prasmes galvenokārt tiek vērtētas kā digitālo ierīču un pakalpojumu izmantošanas prasmes, mazāk uzsverot satura izmantošanu tiešsaistes vidē. Tajā pašā laikā Latvijas Droša Interneta centrs aktīvi iesaistās digitālās prasmes attīstībā, tiek organizētas sociālās kampaņas, lai pievērstu uzmanību personas datu drošībai un aizsardzībai, kā arī nodrošinātu privātumu un cieņu tiešsaistes vidē.

Dezinformācija Latvijā tiek izplatīta galvenokārt digitālajā vidē: sociālajos medijos un digitālo mediju vietnēs, kas mērķtiecīgi tiek veidotas dezinformācijas izplatīšanai (Bērziņa et al., 2020; Dzērve & Žukova, 2021). Sabiedrības noturība pret dezinformāciju ir mērena, vairāk nekā puse iedzīvotāju uzskata, ka spēj atpazīt dezinformāciju (Latvijas Fakti, 2020). Tomēr interneta lietotāji ir neaktīvi, saskaroties ar dezinformāciju sociālajos medijos (Rožukalne et al., 2020).

Līdzīgi kā citās valstīs, arī COVID-19 dezinformācijas saturs Latvijā ietvēra vīrusa bīstamības noliegšanu, nezinātniskus ieteikumus slimības novēršanai, aicinājumus neievērot epidemioloģiskos

ieteikumus un visā pasaulē izplatītas sazvērētības teorijas. Jau pandēmijas agrīnā stadijā, 2020. gada martā, sabiedriskie mediji Latvijā brīdināja par COVID-19 dezinformācijas izplatīšanos (Bojārs 2020). Sabiedriskā medija un neatkarīgas faktu pārbaudes iniciatīvas regulāri izmeklēja dažādus nepārbaudītus paziņojumus (Melu detektors 2020; RE:Check 2020-21), neskatoties uz verbāliem uzbrukumiem un COVID-19 noliedzozo grupu pārstāvju draudiem (LETA/Delfi 2020).

Izpētot respondentu reakcijas uz dezinformāciju sociālajos medijos par COVID-19, pēc nacionālās reprezentatīvās (1013 respondentu) aptaujas (RSU/SKDS, 2020) datiem, redzams, ka vairāk nekā puse (54%) respondentu ir saskārušies ar maldinošu informāciju, tomēr ir augsts to respondentu īpatsvars, kuri dezinformāciju nevar novērtēt (katrs piektais) vai nav ar to saskāries (katrs ceturtais). Vidējā aptaujas atbilde atbilde vērtība ir 3,24, kas liek domāt, ka vismaz reizi mēnesī katrs Latvijas iedzīvotājs sastopas ar dezinformāciju. Biežāk nekā citi ikdienas dezinformācijas gadījumus pamanījušicilvēki vecumā no 45 līdz 54 gadiem (17%), cilvēki ar zemiem ienākumiem (16%) un Rīgas rajona iedzīvotāji (19%). Ar dezinformāciju vismaz reizi nedēļā saskaras vīrieši (19%), cilvēki ar augstāko izglītību (20%), privātā sektora darbinieki (22%), uzņēmēji (25%) un cilvēki ar vidēja līmeņa ienākumiem (21%). Tie respondenti, kuru dzīvi pandēmija mainīja (25%) un kuri savu COVID-19 risku redz kā augstu un reālistisku (attiecīgi 26% un 36%) norādīja, ka katru dienu vai katru nedēļu sastopas ar dezinformāciju. Cilvēki vecumā no 64 līdz 75 gadiem (9%), Latvijas nepilsoņi (10%) un pensionāri (8%) atzīst, ka retāk pamanījuši dezinformāciju. Pētnieki atklāja, ka trešdaļa (33%) respondentu, saskaroties ar dezinformāciju, nedarīja neko, 19% neizmanto sociālās tīklošanās platformas un 17% nav saskārušies ar dezinformāciju. Grupā, kas nereaģēja uz dezinformāciju sociālajos medijos, galvenokārt ir cilvēki vecumā no 25 līdz 34 gadiem (43%). Tikai 10% respondentu atzina, ka iepazīstas arī ar informācijas avotiem, kuriem nepiekrīt. Šajā grupā ietilpst cilvēki vecumā no 25 līdz 34 gadiem (14%), vadītāji (15%) un tie, kuru dzīvi būtiski izmainīja pandēmija (28%). Sekojošu grupu pārstāvji biežāk pārbaudīja informācijas avotu uzticamību: cilvēki vecumā no 25 līdz 34 gadiem (21%), valsts sektorā nodarbinātie (18%), speciālisti (18%), cilvēki, kuru dzīvi vidēji vai būtiski izmainīja pandēmija (27%), un tie, kuri COVID-19 saslimšanas risku novērtēja kā ticamu vai augstu.

Tomēr dezinformācijas novēršanas regulējums Latvijā uzskatāms par nepietiekami attīstītu, jo šajos jautājumos nav izveidots īpašs normatīvais regulējums. Dezinformācijas novēršanā tiek izmantoti vispārīgi noteikumi attiecībā uz naida runu un neslavas celšanu vai sabiedriskās kārtības un valsts iestāžu darbības traucējumiem (Krimināllikums, 231. pants). Dažos gadījumos, kad dezinformācija attiecas uz precēm un pakalpojumiem, tiek izmantots patērētāju tiesību aizsardzības regulējums. Latvijā ir daudz programmu, kas vērstas uz dezinformācijas novēršanu, piemēram, medijpratības programmas, faktu pārbaudītāju darbība un Mediju Atbalsta fonda projekti, kas dod iespēju veidot saturu par ziņu dekonstrukciju un medijpratību.

Latvijā labi izstrādāts naida runas vispārējais tiesiskais regulējums, taču nav īpaša regulējuma, kas vērsts uz **naida runu tiešsaistē**. Šādu lietu izskatīšanā ir daudz šķēršļu, piemēram, ilgs izmeklēšanas process, ilgi tiesas sēžu procesi. Tas padara cīņu pret naida runu tiešsaistē Latvijā sarežģītu.

Pandēmijas laikā naida runas un draudi tiešsaistes vidē galvenokārt bija vērsti pret ārstiem, ekspertiem un žurnālistiem. Policija ir ierosinājusi dažas krimināllietas, kurās iesaistīti publiski apspriesti gadījumi, kad sociālo mediju lietotāji verbāli uzbrūk ārstiem, kuri iestājas par masku izmantošanu skolās, vakcinācu, zinātniskiem pierādījumiem balstītu informāciju par pandēmiju un citiem jautājumiem.

Valsts atbalsts plašsaziņas mediju organizācijām COVID-19 krīzes laikā lielākoties (izņemot maksājumus par preses piegādi vai apraides licenču maksājumus) tika veltīts augstas kvalitātes veidošanas atbalstam un dezinformācijas novēršanai.

Apspriežot **vienlīdzīgas iespējas un politiskās reklāmas caurskatāmību tiešsaistes medijos priekšvēlēšanu kampaņas laikā**, jāmin papildinātais Priekšvēlēšanu aģitācijas likums. Regulējums attiecas uz skaidru tiešsaistes politiskās reklāmas finansiālās daļas deklarēšanu pirms vēlēšanām. Priekšvēlēšanu laikā (trīs mēnešus pirms vēlēšanām) Korupcijas Novēršanas un apkarošanas birojs (KNAB) ir atbildīgs par visu datu apkopošanu un ar vēlēšanu izdevumiem saistīto datu uzraudzību. Politiskajām partijām pirmsvēlēšanu izdevumi jādeklarē KNAB.

Tomēr **priekšvēlēšanu kampaņu finansējums tiešsaistes vidē** ir grūti izsekojams, jo politiķi aktīvi veido komunikācijas aktivitātes, izmantojot savus individuālos sociālo mediju kontus vai veidojot slēgtas atbalsta grupas sociālajos medijos, vai pat pārveidojot interešu grupu kontus par politisko kampaņu kontiem. Tiešsaistes politisko kampaņu pētniekiem trūkst informācijas par politisko partiju izmantotajām digitālās komunikācijas metodēm Latvijā.

Tā kā **digitālo mediju** vidē Latvijā dominē daži uzņēmumi, **tirgus plurālisma** risks ir augsts (71%). Tas ir saistīts ar pieaugošo koncentrāciju digitālajā vidē un datu trūkumu par ziņu mediju tirgus datiem. Latvijā ir pieejami tikai dati par interneta mediju lietotājiem.

Pamattiesību aizsardzības digitālo plašsaziņas mediju vidē riska novērtējums veido 30% līmeni. **Politiskās neatkarības** riska rādītājs ir zems (12%), jo lielāko digitālo mediju īpašnieku vidū nav politiķu.

Tomēr pieaugošā konkurence ir palielinājusi **koncentrāciju tiešsaistes mediju tirgū** un samazinājusi nacionālo mediju īpašnieku īpatsvaru. Pašlaik lielākie ziņu mediji pieder divām Igaunijas mediju korporācijām: Eesti Ekspress un Postimees Group. Interneta mediju reklāmas tirgus ir stabils, 2020. gadā veidojot 24% no visa Latvijas reklāmas tirgus.

5. Secinājumi

Daži iepriekšējā ziņojumā ierosinātie ieteikumi plašsaziņas mediju vides un plašsaziņas mediju plurālisma uzlabošanai attiecas arī uz šo ziņojumu. Tajā pašā laikā, identificējot jaunas problēmas, šis ziņojums piedāvā arī dažus jaunus ieteikumus.

Kopš 2017. gada Latvijā ir izstrādāti trīs jauni mediju likumi. Kopējais plašsaziņas mediju likums, kā arī jaunais Elektronisko plašsaziņas mediju likums līdz šim nav nonācis līdz debatēm parlamentā. Latvijas Saeima 2020. gadā apstiprināja tikai jauno Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu un to pārvaldības likumu. Tomēr jaunais likums neparedz izmaiņas sabiedrisko mediju finansēšanas sistēmā. Latvijas sabiedriskos medijus arī turpmāk katru gadu finansēs no valsts budžeta, par kura prioritātēm lēmumus pieņem parlamenta deputāti. Tādējādi sabiedrisko mediju pastāvēšana arī turpmāk būs atkarīga no politiķu lēmumiem, veidojot valsts budžetu.

Kopš 2016. gada par mediju politikas izstrādi un īstenošanu atbildīgā institūcija ir Latvijas Kultūras ministrijas Mediju politikas nodaļa. Latvijas mediju sistēmu pozitīvi ietekmējusi mediju politikas attīstība. 2020. gadā noslēdzās pirmais Latvijas mediju politikas posms, un Kultūras ministrijas Mediju politikas nodaļa sāka izstrādāt jaunas mediju politikas dokumentus. Tomēr 2020. gadā tie netika pabeigti. Četru gadu laikā ir izveidots Mediju Atbalsta fonds (MAF), kas piedāvā finansiālu atbalstu profesionāliem komerciālajiem medijiem. Izmantojot dažādus projektus, pieaudzis medijpratības aktivitāšu skaits. Ar MAF palīdzību komerciālie mediji regulāri saņem atbalstu kvalitatīva satura veidošanai. MAF izveidotas atsevišķas programmas pētnieciskās žurnālistikas projektu, reģionālo plašsaziņas mediju, diasporas mediju un mediju satura invalīdiem atbalstam.

Lai gan Latvijā kopumā ir nodrošināta plašsaziņas mediju konkurences aizsardzība, tomēr jāērķinās ar nelielai valstij raksturīgiem mediju tirgus apstākļiem. Lai saglabātu mediju daudzveidību, jācenšas ierobežot starptautisko mediju organizāciju ietekmi uz Latvijas mediju vidi. Plašsaziņas mediju tirgus stāvokļa plurālisma jomā situācija ir kļuvusi sliktāka. Tas nozīmē, ka ir pieaugusi digitālo mediju koncentrācija, un tradicionālo mediju biznesu grauj globālo digitālo platformu darbība.

Latvijā par mediju politikas izstrādi un īstenošanu atbildīgā institūcija ir Kultūras ministrijas Mediju politikas nodaļa. Nacionālā Elektronisko plašsaziņas līdzekļu padome piedalās audiovizuālo mediju attīstības stratēģiju un likumu izstrādē. Tas nozīmē, ka lielākā daļa tālāk sniegto ieteikumu attiecas uz abām minētajām institūcijām. Tomēr galvenā problēma ir ilgais jauno plašsaziņas mediju regulācijas dokumentu pieņemšanas process, par kuru atbildīga ir Saeimas Cilvēktiesību un sabiedrisko lietu komiteja

Analizējot dažādus mediju plurālisma riskus, izveidoti šādi ieteikumi.

Ieteikumi mediju plurālisma fundamentālās aizsardzības jomā:

- Lai uzlabotu plašsaziņas mediju atbildības līmeni un sabiedrības izpratni par mediju lomu demokrātijā, jāpieņem mediju vides kopējā regulējuma likums, kas pielāgots mūsdienu mediju vides realitātei un skaidri definē plašsaziņas mediju un žurnālistu statusu. Turklāt jaunajā likumā jāietver mediju profesionālās ētikas principi.
- Atbalstot komerciālo mediju darbību no Mediju Atbalsta fonda līdzekļiem, izrādījās, ka 2020. gadā nodokļu maksātāju līdzekļi tika piešķirti arī medijiem, kas izplatīja dezinformāciju. Lai stiprinātu plašsaziņas mediju neatkarību un atbildību, jāpieņem mediju vides regulēšanas likums, skaidri nosakot profesionālo mediju priekšrocības un pienākumus, tādējādi skaidri nošķirot hibrīdo mediju iespējas izmantot profesionālu mediju darbībai piešķirto valsts atbalstu.

- Jaunajā plašsaziņas mediju regulējumā ir svarīgi noteikt atšķirību starp tiesībām un pienākumiem, kas attiecas uz profesionāliem digitālajiem plašsaziņas medijiem un citiem informācijas sniedzējiem digitālajā vidē. Tajā pašā laikā plašsaziņas mediji un žurnālisti efektīvāk jāaizsargā no uzbrukumiem digitālajā vidē.
- Jaunajā Latvijas plašsaziņas mediju politikas plānā skaidri jānosaka regulējoši un pašregulācijas pasākumi, lai novērstu dezinformāciju, kā arī jāparedz atbalsts faktu pārbaudes organizācijām un profesionālajiem medijiem, kas nodarbojas ar dezinformācijas izplatības samazināšanu.
- Jaunajā mediju politikas plānā jāiekļauj vadlīnijas par to, kā medijpratība un mediju izglītība tiks piedāvāta grupām ārpus formālās izglītības sistēmas.

Ieteikumi tirgus plurālisma jomā:

- Latvijas jaunajā mediju politikas plānā jāiekļauj pasākumi (piemēram, digitālā nodokļa ieviešana globālajām platformām), kas nodrošinātu vienlīdzīgu konkurenci mediju tirgū, novēršot globālo platformu ietekmi uz nacionālo mediju tirgu.
- Mediju īpašumtiesību caurskatāmības regulējums būtu jāmaina, uzliekot par pienākumu visiem plašsaziņas mediju uzņēmumiem publicēt savu īpašnieku struktūru savās tīmekļa vietnēs vai avotos, kuru informācija sabiedrībai pieejamabē maksas.
- Latvijas mediju regulējumā nav precīzi definēts tiešsaistes mediju statuss. Spēkā esošajos normatīvajos dokumentos arī izpratne par citiem medijiem neatbilst mūsdienu mediju videi. Precīza tīmekļa mediju definīcija un pienākums ievērot vispārējos plašsaziņas mediju darbības noteikumus, tostarp īpašumtiesību caurskatāmības nodrošināšana un profesionālās ētikas kodeksa izveidošanu, būtu jāiekļauj grozījumos likumā Par presi un citiem masu informācijas līdzekļiem vai jaunajā plašsaziņas mediju likumā, kas atrodas izstrādes stadijā.
- Lai novērstu augstu horizontālās un starpmediju koncentrācijas līmeni Latvijā, Kultūras ministrijas Mediju politikas nodaļai jāizstrādā īpaši kritēriji un ierobežojumi.
- Veidojot jaunajos plašsaziņas mediju regulācijas aktus (kas tiek izstrādāti kopš 2016), jāparedz regulējums, tostarp pašregulācijas instrumenti, ar kuru palīdzību jādrošina, ka plašsaziņas mediju īpašnieku komerciālās intereses neietekmē lēmumus par mediju galveno redaktoru iecelšanu un atlaišanu.

Ieteikumi politiskās neatkarības jomā:

- Latvijā būtu jāizveido tiesību akti, kas paredz taisnīgus un caurskatāmus noteikumus valsts reklāmas izplatīšanai ar plašsaziņas mediju starpniecību.
- Lai samazinātu politiskā paralēlisma līmeni Latvijas plašsaziņas mediju sistēmā, ir jāizstrādā īpaši ierobežojumi, kas liedz politiskajām partijām dibināt plašsaziņas medijus.
- Nepietiekams un īstermiņa finansējums rada nopietnas sabiedrisko mediju politiskās manipulācijas iespējas. Tāpēc to finansēšanas sistēma būtu jāmaina, izmantojot noteiktu nodokļu ienākumu daļu vai izveidojot citu, ilgtspējīgu sabiedrisko mediju finansēšanas modeli, piemēram, vienojoties par sabiedrisko mediju finansējuma apjoma saskaņošanu ar konkrētu daļu no IKP.

Ieteikumi sociālās iekļaušanas jomā

- Latvijā būtu jāizstrādā skaidra un vispārēji plašsaziņas mediju un medijpratības politika dažādām sabiedrības grupām, ieskaitot visos reģionos pieejamas mūžizglītības programmas visu paaudžu pārstāvjiem;
- Tā kā Latvijas iedzīvotājiem digitālās prasmes kopumā ir zemas, valsts un pašvaldību institūcijām ir jāizstrādā programmas, kas uzlabo digitālās prasmes cilvēkiem ar zemu izglītības līmeni, senioriem, bezdarbniekiem un citām iedzīvotāju grupām, kurām nav pieejamas formālās izglītības piedāvātās aktivitātes;
- Jāpalielina finansējums mediju satura veidošanai cilvēkiem ar invaliditāti sabiedriskajos medijos, īpašu uzmanību veltot plašākam satura piedāvājumam „vieglajā valodā”;
- Komerciālo plašsaziņas mediju tirgus dalībniekiem būtu jāizstrādā precīzi noteikumi, ar kuru palīdzību cilvēkiem ar invaliditāti tiek nodrošināta piekļuve komerciālu audiovizuālo mediju saturam;

- Sabiedrisko mediju organizācijām jāizstrādā skaidra un visaptveroša dzimumu līdztiesības politika, kas aptver gan personāla jautājumus, gan programmu saturu;
- Sabiedriskajiem medijiem ir jāizstrādā mediju un informācijas pratības programmas un interaktīvs saturs, kas nodrošina regulāru mediju kritiku un mediju analīzi.
- Kopumā Latvijā minoritāšu piekļuve plašsaziņas mediju informācijai ir apmierinoša. Vienīgais izņēmums, pēc eksperta domām, ir LGBT interešu pārstāvība. Tāpat kā Latvijas sabiedriskajiem medijiem būtu jāizstrādā dzimumu līdztiesības politika, līdzīga politika ir nepieciešama, lai nodrošinātu dažādu minoritāšu atspoguļojumu. Lai līdzsvaroti pārstāvētu dažādas minoritātes (etniskās, politiskās, reģionālās, vietējās, politiskās, reliģiskās, dzimuma, vecuma grupas u.c.), būtu nepieciešama diskusija par redakcionālās prakses pamatnostādņu pārskatīšanu.

Ieteikumi digitālo mediju plurālisma jomā:

- Latvijas digitālo mediju vide prasa ieviest mehānismus, lai aizsargātu pašreizējos digitālo mediju ieņēmumu avotus un ierobežotu globālo digitālo platformu ietekmi uz profesionālo mediju attīstības iespējām Latvijā.
- Profesionālo digitālo mediju ilgtspējas stiprināšanai ir jāizveido tāda pati atbalsta sistēma kā tradicionālajos plašsaziņas medijiem, piemēram, samazināts pievienotās vērtības nodoklis vai atbalsts izplatīšanas pakalpojumiem.
- Digitālo mediju vidē ir nepieciešama skaidra un lietotājam draudzīga regulācijas un pašregulācijas sistēma, lai nošķirtu profesionālo mediju un hibrīdo tīmekļa vietņu tiesības un pienākumus.
- Lai novērtētu priekšvēlēšanu komunikācijas vienlīdzību un caurskatāmību, Kultūras ministrijas Mediju politikas nodaļai jāizveido noteikumi, kas paredz, ka pētniekiem ir pieejami dati par priekšvēlēšanu politisko komunikāciju sociālajos medijos.

6. Atsauces

- Latvijas Reklāmas asociācija (2020). Mediju reklāmas tirgus apjoms 2020. gada pirmajā pusgadā bija mazliet virs 30 miljoniem Euro [The volume of the media advertising market in the first half of 2020 was slightly over 30 million Euros]. Available at: <https://infogram.com/2020-gada-1-pusgada-mediju-reklamas-tirgus-apjoms-latvija-1h984wewk98z4p3?live> [Accessed 17 January 2021]
- Centrālais Statistikas birojs. (2021). Latvijas Statistikas gadagrāmata 2020. ISBN 978-9984-06-546-5 (pdf). Available at: https://admin.stat.gov.lv/system/files/publication/2021-02/Nr_01_Latvijas_statistikas_gadagramata_2020_Statistical%20Yearbook%20of%20Latvia_%2820_00%29_LV_EN.pdf [Accessed 17 January 2021]
- Bērziņa, S., Puriņa E., & Petrova, A. (2020, October 19). RE:Check pēta Facebook mītus par COVID-19.” [RE:Check Investigates COVID-19 Myths on Facebook] *LSM*. Available at: <https://www.lsm.lv/raksts/zinas/latvija/recheck-peta-facebook-izplatitos-mitus-par-covid-19.a378385/> [Accessed 17 January 2021]
- Bojārs, G. (2020). “Tieša runa: ‘Kā dzīvot bīstamā koronavīrusa ēnā?’” [Direct Speech: “How to Live in the Shadow of the Dangerous Coronavirus?”] *LSM*, March 4. Available at: <https://ltv.lsm.lv/lv/raksts/04.03.2020-tiesa-runa-ka-dzivot-bistama-koronavirusa-ena.id181698/> [Accessed 17 March 2021]
- Centrālais Statistikas birojs. (2020, November 2). Over the ten years availability of Internet at households has risen by 30 %. *CSB*. Available at: <https://www.csb.gov.lv/en/statistics/statistics-by-theme/science-ict/computers-internet/search-in-theme/2775-internet-usage-habits-latvian> [Accessed 3 April 2021]
- Centrālais Statistikas birojs. (2021, February 26). GDP has fallen by 3.6 % in 2020 and by 1.5 % in the 4th quarter. Available at: <https://www.csb.gov.lv/en/statistics/statistics-by-theme/economy/gdp/search-in-theme/2942-gross-domestic-product-2020> [Accessed 2 April 2021]
- Degtjarova, D. (2019, August 20). Sociālo tīklu lietošanas paradumi Baltijas valstīs [Social media usage in Baltic States]. *little.bit.inspired*. Available at: <https://littlebit.inspired.lv/socialo-tiklu-lietosanas-paradumi-baltijas-valstis/> [Accessed 1 April 2021]
- Dimants, A. (2018). Latvia: Different Journalistic Cultures and Different Accountabilit within One Media System.” In: T. Eberwein, S. Fengler, and M. Karmasin (eds). *The European Handbook of Media Accountability*. London: Routledge.
- Dobek-Ostrowska, B. (2015). 25 years after communism: Four models of media and politics in central and eastern Europe. In: B. Dobek-Ostrowska and Głowacki, M (eds). *Democracy and Media in Central and Eastern Europe 25 Years on*. Frankfurt am Main: Peter Lang, pp. 11–44.
- Dovlabekova, I., Kalniņa, D., Kruk, S., Lāce, T., Mārtinsone, K., Rungule, R. & Senkāne, S. (2021). National representative Omnibus survey, Latvia, September 2020. *Dataverse*. Available at: <https://doi.org/10.48510/FK2/VEEPCS> [Accessed 1 March 2021]
- Dzērve, L. & Žukova, K. (2021, March 16). Ar ko flirtē un baida interneta maldu televīzijas veidotāji? [What do internet scammers television crators flirt with and fear?]. *Delfi*. Available at: <https://www.delfi.lv/news/national/politics/viltotie-reportieri-ar-ko-flirte-un-baida-interneta-maldu-televizijas-veidotaji.d?id=53115217> [Accessed 19 March 2021]
- Freibergs, V. (2016). Mapping media literacy in Latvia: National summary. In *European Audiovisual Observatory. Mapping of media literacy practices and actions in EU-28* (pp. 274–284). Strasbourg: European Audiovisual Observatory.
- Jemberga, S. (2019, December 16). Dārgā policija, sveicieni no (vēl dzīvas) stervas [Dear police, greeting

from (still alive) bich]. RE:Baltica. Available at: <https://rebaltica.lv/2019/12/darga-policija-sveicieni-no-vel-dzivas-stervas/> [Accessed 1 April 2021]

KNAB. (2020, August 29). KNAB uzsāk trīs padziļinātas pārbaudes par iespējamiem pārkāpumiem Rīgas domes ārkārtas vēlēšanās [KNAB is launching three in-depth inspections of possible violations in the Riga City Council's extraordinary elections]. Available at: https://www.knab.gov.lv/lv/finances/551113-knab_uzsak_tris_padzilinatas_parbaudes_par_iespejamiem_parkapumiem_rigas_domes_arkartas_velesanas [Accessed 1 March 2021]

Krūtaine, A. Jemberga, S. (2019/2020). Baltic Media Health Check 2019–2020. SSE Riga. Available at: <https://www.sseriga.edu/baltic-media-health-check-2020> [Accessed 1 December 2020]

Latvian Bank. (2020, June 20). Latvijas Banka pārskatījusi valsts iekšzemes kopprodukta (IKP) un inflācijas prognozes [The Bank of Latvia has revised its gross domestic product (GDP) and inflation forecasts]. Available at: <https://lvportals.lv/dienaskartiba/316890-latvijas-banka-parskatijusi-valsts-iekaszemes-kopprodukta-ikp-un-inflacijas-prognozes-2020> [Accessed 17 March 2021]

LETA/Delfi. (2020). “Policija sākusī pārbaudi par naidīgiem komentāriem pret ģimenes ārsti Skruzi-Janavu.” [Police have Begun an Investigation about Hostile Comments Against Family Doctor Skrūze-Janava] *Delfi.lv*, December 9. Available at: <https://www.delfi.lv/news/national/criminal/policija-sakusi-parbaudi-par-naidigiem-komentariem-pret-gimenes-arsti-skruzi-janavu.d?id=52742613> [Accessed 17 March 2021]

Melu detektors [Lie Detector]. 2020-2021. LSM. Available at: <https://www.lsm.lv/temas/melu-detektors/> [Accessed 17 March 2021]

Nacionālā elektronisko plašsaziņas līdzekļu padome (2020, October). Pētījums par Latvijas iedzīvotāju mediju satura lietošanas paradumiem un sabiedrības vajadzībām [The study of the media content use habits of the Latvian population and the needs of the society]. Available at: <https://www.neplpadome.lv/lv/sakums/academia/petijumi.html> [Accessed 21 January 2021]

Nacionālā elektronisko plašsaziņas līdzekļu padome (2018, July 28). Pētījums par Latvijas iedzīvotāju interesēm, dienaskārtību un uzticēšanos medijiem [The Study on the interests of Latvian population, agenda and trust the media]. Available at: [https://www.neplpadome.lv/lv/assets/documents/Petijumi/Mediju_lieto%C5%A1ana_ataskaite_08.2018_%20\(002\).pdf](https://www.neplpadome.lv/lv/assets/documents/Petijumi/Mediju_lieto%C5%A1ana_ataskaite_08.2018_%20(002).pdf) [Accessed 21 January 2021]

NEPLP (2017, December). Radio patēriņš dažādās platformās un attīstības prognozes [The consumption of the radio consumption on the different platforms and forecasts of the development]. Available at: https://www.neplpadome.lv/lv/assets/documents/Petijumi/4946_KantarTNS_NEPLP_Radio_PREZENTACIJA_11.01.2017.pdf [Accessed 19 March 2021]

Petrova, A., Puriņa, E. & Bērziņa, S. (2020, September 16). “Re: Check”: Laikraksts “Ventas Balss” popularize melus par COVID-19 [“Re: Check”: The newspaper “Ventas Balss” popularizes lies about COVID-19]. Available at: <https://www.lsm.lv/raksts/zinas/latvija/recheck-laikraksts-ventas-balss-popularize-melus-par-covid-19-pievienots-ventspils-pilsetas-domes-viedoklis.a374413/> [Accessed 19 March 2021]

Rozenberga, M. (2020, December 30). Sabiedriskie mediji pamet reklāmas tirgu. Ko tas nozīmē? [Social media is leaving the advertising market. What does it mean?]. Available at: <https://www.lsm.lv/raksts/zinas/latvija/sabiedriskie-mediji-pamet-reklamas-tirgu-ko-tas-nozime.a387116/> [Accessed 17 March 2021]

Rožukalne, A. (2020). Self-censorship in Latvian Journalism. A research note. *European Journal of*

Communication, 35(1), 60-64. Doi:10.1177/0267323119897799.

Rožukalne, A., Skulte, I. & Stakle, A. (2020). Media Education in the common interest: Public perceptions of media literacy policy in Latvia. *Central European Journal of Communication*, 13(2), 202 – 229.

DOI: [https://doi.org/10.19195/1899-5101.13.2\(26\).4](https://doi.org/10.19195/1899-5101.13.2(26).4)

RSU/SKDS. (2020). Life with COVID-19: Evaluation of overcoming the coronavirus crisis in Latvia and recommendations for societal resilience in the future. Available

at: <https://www.rsu.lv/en/project/life-with-covid-19> [Accessed 21 March 2021]

Skola 2030. (2020). Available at: <https://www.skola2030.lv/lv> [Accessed 21 March 2021]

Skudra, O., Šulmane, I., Dreijere, V. (2014). 'Plašsaziņas līdzekļi demokrātiskā sabiedrībā' [Mass media in democratic society]. In: J. Rozenvalds (ed.) *Cik demokrātiska ir Latvija? Demokrātijas audits, 2005–2014* [How democratic Latvia is? Democracy audit, 2005 – 2014] (pp.193 – 208). Rīga: LU Sociālo un politisko pētījumu institūts.

SPKC. (2021). COVID-19 statistika. 14 dienu kumulatīvais COVID-19 gadījumu skaits uz 100 000 iedzīvotāju [COVID-19 statistics. 14-day cumulative number of COVID-19 cases per 100,000 population].

Available at: <https://www.spkc.gov.lv/lv/COVID-19-statistika> [Accessed 21 February 2021]

Zelče, V. (ed). (2018). *Latvijas mediju vides daudzveidība* [Diversity of Latvian Media Environment] Rīga: LU Akadēmiskais apgāds.

PIELIKUMS I. VALSTS KOMANDA

VĀRDS	UZVĀRDS	AMATS	INSTITŪCIJA	MPM2021 CT VADĪTĀJS
<i>Anda</i>	<i>Rozukalne</i>		<i>Riga Stradins University</i>	X

PIELIKUMS II. EKSPERTU GRUPA

Ekspertu grupu veido speciālisti ar plašām zināšanām un nozīmīgu pieredzi mediju jomā. Ekspertu grupas uzdevums bija novērtēt valsts komandas pārstāvju sniegtās atbildes uz 16 no 200 MPM2021 mediju plurālisma indikatoriem. Konsultāciju ar atzītiem ekspertiem mērķis ir maksimāli palielināt to indikatoru, kuru vērtējumu varētu uzskatīt par subjektīvu, analīzes objektivitāti, tādējādi nodrošināt MPM galīgo rezultātu precizitāti. Tomēr ir svarīgi uzsvērt, ka valsts ziņojums ne vienmēr atspoguļo iesaistīto ekspertu individuālos viedokļus. Tas atspoguļo tikai tās valsts komandas viedokli, kura veica datu vākšanu un veidoja pētījuma ziņojumu.

VĀRDS	UZVĀRDS	AMATS	INSTITŪCIJA
<i>Andris</i>	<i>Kenins</i>	<i>Director</i>	<i>Latvian Broadcasting Media Association</i>
<i>Aurelija</i>	<i>Druvieta</i>	<i>Council member</i>	<i>National Electronic Media Council</i>
<i>Guntars</i>	<i>Klavinskis</i>	<i>Chair of the Board</i>	<i>Association of Latvian Press Publishers</i>
<i>Janis</i>	<i>Buholcs</i>	<i>associate professor</i>	<i>Vidzeme University of Applied Sciences</i>

PĒTĪJUMA PROJEKTA ZIŅOJUMS

Izdevums 2021.2829

Jūlijs 2021

doi: 10.2870/210758

ISBN: 978-92-9466-045-9

QM-02-21-690-EN-N



Publications Office
of the European Union

