

Risinot auditorijas neuzticēšanos medijiem Latvijā un Igaunijā: ieteikumi Latvijas mediju profesionāļiem un politikas veidotājiem

Kā plašāks sociālais, kultūras un politiskais konteksts ietekmē cilvēku attieksmi pret medijiem un žurnālistiku?

Jānis Juzefovičs, Anastasija Tetarenko-Supe, Mihhail Kremez

Kopsavilkums

Rīgas Stradiņa universitātes (RSU) 2025. gada pavasarī veiktajā kvalitatīvajā pētījumā mēs pētījām Latvijas un Igaunijas auditoriju uzskatus par medijiem un žurnālistiku. Izzinot dalībnieku personīgos stāstus par savu dzīvi, sabiedrību, politiku, medijiem un žurnālistiku, mēs pētījām, kā plašāks sociālais, kultūras un politiskais konteksts ietekmē cilvēku uzskatus par medijiem un žurnālistiku. Daudzi pētījuma dalībnieki uzskata, ka mediji un politika ir savstarpēji saistīti un ka žurnālistika kalpo politiskām interesēm – šāds viedoklis ir īpaši izplatīts krievvalodīgo vidū. Viņu neuzticēšanās Latvijas un Igaunijas medijiem bieži vien izriet ne tikai no viņu ģeopolitiskajām simpātijām, bet arī no neapmierinātības ar Latvijas un Igaunijas valdības etnisko un valodas politiku. Kopumā mediji tiek uztverti kā politisku un komerciālu motīvu vadīti, kas par prioritāti izvirza peļņas gūšanu, nevis strādāšanu sabiedrības labā. Ekonomiskās grūtības un marginalizācijas sajūta vēl vairāk veicina noskaņojumu, kas ir vērsts pret eliti un par tās daļu uzskatītajiem medijiem. 2026. gada sākumā veicām iedzīvotāju aptauju abās valstīs, lai izpētītu to, cik izplatīti ir kvalitatīvajā pētījumā noskaidrotie populārie uzskati par medijiem un žurnālistiku. Gan kvalitatīvajā pētījumā, gan aptaujas rezultāti ir pamats ieteikumiem, kuru mērķis ir stiprināt sabiedrības uzticēšanos žurnālistikai.

Konteksts

Pēdējos gados Latvijas un Igaunijas iedzīvotāju vidū arvien straujāk izplatās pieaugoša neuzticēšanās un ciniska attieksme pret medijiem un žurnālistiku. Cilvēku uzskatus par mediju institūcijām veido ne tikai politiskās identitātes un ideoloģiskās simpātijas, bet arī sociālās identitātes, kā arī pieredzes un uztveres attiecībā uz plašāku sociālo vidi. Lai pareizi saprastu, kā cilvēki uztver medijus, mums vispirms jāizprot, kā viņi uztver savu ikdienas dzīvi un sociālo, kultūras un politisko kontekstu, kurā viņi dzīvo. Šo procesu izpēte, izmantojot ne uz medijiem orientētu un atvērtu pieeju, mums ir palīdzējusi izstrādāt ieteikumus mediju profesionāļiem un politikas veidotājiem par to, kā pārvarēt neuzticēšanos medijiem Latvijā un Igaunijā.

Metodoloģija un rezultāti

Lai izprastu, kā plašāks sociālais, kultūras un politiskais konteksts ietekmē Latvijas un Igaunijas iedzīvotāju uzskatus par medijiem un žurnālistiku, 2025. gada aprīlī un maijā mēs aicinājām 15 pētījuma dalībniekus Latvijā un 15 pētījuma dalībniekus Igaunijā uzrakstīt četras īsas esejas par savu dzīvi, Latvijas vai Igaunijas sabiedrību, politiku, medijiem un žurnālistiku. Pēc tam mēs atlasījām fragmentus no šīm esejām un lūdzām pētījuma dalībniekiem tos sīkāk komentēt individuālās kvalitatīvās intervijās.

Pamatojoties uz eseju un interviju tekstu tematisko analīzi, mēs esam identificējuši dominējošos naratīvus, kurus cilvēki izmanto, runājot par medijiem un žurnālistiku, un to, kā šo naratīvu veidošanos ietekmē tie naratīvi, ko cilvēki izmanto, runājot par savu dzīvi, sabiedrību un politiku. Vēlāk, 2026. gada februārī, mēs veicām aptauju, lai novērtētu, cik izplatīti ir šie naratīvi par medijiem un žurnālistiku abu valstu iedzīvotāju vidū (sk. tabulu).

Latvijas iedzīvotāju uzskati par medijiem un žurnālistiku (%)

Latvijā nepastāv vārda brīvība, nav iespējams brīvi paust savus uzskatus par dažādiem jautājumiem

Latvijā pastāv vārda brīvība – ikviens var brīvi paust savus uzskatus par dažādiem jautājumiem

Ģimenes valoda	Pilnībā piekrītu	Drīzāk piekrītu	Drīzāk piekrītu	Pilnībā piekrītu	Man šie jautājumi neliekas svarīgi	Grūti pateikt
latviešu	12,5	23,2	37,6	15,8	3,7	7,2
krievu	38,6	26,0	17,3	7,2	2,5	8,4
latviešu un krievu	29,2	26,4	23,0	6,4	3,7	11,4

Mediji Latvijā ir pakļauti valdības kontrolei

Mediji Latvijā ir politiski neatkarīgi

Ģimenes valoda	Pilnībā piekrītu	Drīzāk piekrītu	Drīzāk piekrītu	Pilnībā piekrītu	Man šie jautājumi neliekas svarīgi	Grūti pateikt
latviešu	19,9	31,1	28,0	5,1	4,2	11,7
krievu	31,9	40,7	8,4	6,7	3,8	8,4
latviešu un krievu	34,4	31,4	9,8	6,3	4,9	13,2

Latvijas medijos pastāv aizliegtie/tabu temati, par kuriem žurnālisti izvairās runāt

Latvijas medijos nav aizliegtu tēmu, žurnālisti var runāt par jebkuru tematu

Ģimenes valoda	Pilnībā piekrītu	Drīzāk piekrītu	Drīzāk piekrītu	Pilnībā piekrītu	Man šie jautājumi neliekas svarīgi	Grūti pateikt
latviešu	21,3	35,3	22,6	4,4	3,5	13,0
krievu	43,5	34,9	11,0	3,4	1,9	5,3
latviešu un krievu	36,7	27,1	13,1	3,6	4,7	14,9

Latvijas mediji pārāk daudz uzmanības pievērš kara Ukrainā atspoguļošanai

Latvijas mediji pietiekamā apmērā atspoguļo karu Ukrainā

Ģimenes valoda	Pilnībā piekrītu	Drīzāk piekrītu	Drīzāk piekrītu	Pilnībā piekrītu	Man šie jautājumi neliekas svarīgi	Grūti pateikt
latviešu	18,9	19,9	28,6	19,2	2,6	10,9
krievu	36,6	15,9	18,7	7,7	3,7	17,5
latviešu un krievu	36,8	16,1	21,7	9,3	3,7	12,5

Latvijas mediji pārspilē draudus Latvijai saistībā ar karu Ukrainā

Latvijas mediji adekvāti atspoguļo draudus saistībā ar karu Ukrainā

Ģimenes valoda	Pilnībā piekrītu	Drīzāk piekrītu	Drīzāk piekrītu	Pilnībā piekrītu	Man šie jautājumi neliekas svarīgi	Grūti pateikt
latviešu	14,0	15,9	33,7	17,7	2,6	16,2
krievu	38,2	18,7	18,5	6,7	1,8	16,0
latviešu un krievu	32,3	20,5	15,0	8,1	5,3	18,8

Latvijas mediji vienpusēji atspoguļo karu Ukrainā, dominē "viena patiesība"

Latvijas medijos par karu Ukrainā ir pieejami dažādi viedokļi

Ģimenes valoda	Pilnībā piekřitu	Drizāk piekřitu	Drizāk piekřitu	Pilnībā piekřitu	Man šie jautājumi neliekas svarīgi	Grūti pateikt
latviešu	10,2	28,7	29,1	9,0	3,6	19,3
krievu	37,7	24,3	13,2	5,1	4,3	15,4
latviešu un krievu	23,8	26,5	14,3	8,7	5,3	21,4

Latvijas medijos par maz pārstāvēts opozīcijā esošo politisko spēku viedoklis

Latvijas medijos opozīcijā esošo politisko spēku viedoklis ir pārstāvēts pietiekamā apmērā

Ģimenes valoda	Pilnībā piekřitu	Drizāk piekřitu	Drizāk piekřitu	Pilnībā piekřitu	Man šie jautājumi neliekas svarīgi	Grūti pateikt
latviešu	11,4	19,8	27,6	11,0	8,8	21,4
krievu	20,7	36,2	11,6	6,4	5,6	19,5
latviešu un krievu	22,6	20,5	13,3	5,2	14,1	24,3

Latvijas žurnālisti pasniedz informāciju tā, kā ir izdevīgi valdošajiem politiskajiem spēkiem

Latvijas žurnālisti pasniedz informāciju neatkarīgi no valdošo politisko spēku interesēm

Ģimenes valoda	Pilnībā piekřitu	Drizāk piekřitu	Drizāk piekřitu	Pilnībā piekřitu	Man šie jautājumi neliekas svarīgi	Grūti pateikt
latviešu	18,5	28,4	22,2	7,0	5,1	18,8
krievu	40,3	29,0	13,0	2,2	1,3	14,2
latviešu un krievu	33,4	25,8	13,2	2,9	5,5	19,3

Latvijas mediji nepietiekami atspoguļo vienkāršo cilvēku problēmas

Latvijas mediji pietiekami atspoguļo vienkāršo cilvēku problēmas

Ģimenes valoda	Pilnībā piekřitu	Drizāk piekřitu	Drizāk piekřitu	Pilnībā piekřitu	Man šie jautājumi neliekas svarīgi	Grūti pateikt
latviešu	24,1	29,2	24,6	7,3	2,7	12,0
krievu	34,5	31,4	20,2	2,7	0,8	10,5
latviešu un krievu	41,1	26,0	12,2	6,3	2,5	11,9

Latvijas mediji veicina negatīvu attieksmi pret krievu valodu un kultūru

Latvijas mediji, paužot uzskatus par krievu valodu un kultūru, aizstāv (ievēro) nacionālās intereses

Ģimenes valoda	Pilnībā piekřitu	Drizāk piekřitu	Drizāk piekřitu	Pilnībā piekřitu	Man šie jautājumi neliekas svarīgi	Grūti pateikt
latviešu	15,1	18,5	27,7	15,6	6,3	16,8
krievu	56,3	16,9	6,6	5,5	3,9	10,9
latviešu un krievu	41,5	21,3	11,4	5,8	3,6	16,3

Latvijas mediji šķeļ
sabiedrību: nostāda latviešus
pret krievvalodīgajiem

Latvijas mediji vieno
sabiedrību: parāda kopējo,
kas piemīt latviešiem un
krievvalodīgajiem

Ģimenes valoda	Pilnībā piekritu	Drīzāk piekritu	Drīzāk piekritu	Pilnībā piekritu	Man šie jautājumi neliekas svarīgi	Grūti pateikt
latviešu	16,2	20,4	26,2	11,6	5,1	20,5
krievu	46,2	27,6	8,5	2,2	1,2	14,3
latviešu un krievu	39,1	20,6	12,4	6,6	2,5	18,9

Latvijas mediji veido
pārspīlēti skaļus, kļedzošus,
satraucošus rakstu
virsrakstus, lai pievērstu
uzmanību

Latvijas mediji veido
neitrālus, informatīvus, raksta
saturam atbilstošus rakstu
virsrakstus

Ģimenes valoda	Pilnībā piekritu	Drīzāk piekritu	Drīzāk piekritu	Pilnībā piekritu	Man šie jautājumi neliekas svarīgi	Grūti pateikt
latviešu	32,4	31,4	15,4	3,9	4,4	12,5
krievu	40,7	29,0	11,2	4,0	1,8	13,2
latviešu un krievu	39,4	22,7	13,3	4,0	4,9	15,7

Latvijas medijos ir pārāk
daudz negatīvo, sliktu ziņu

Latvijas mediji sabalansē
pozitīvās un negatīvās ziņas
atbilstoši valstī un pasaulē
notiekošajam

Ģimenes valoda	Pilnībā piekritu	Drīzāk piekritu	Drīzāk piekritu	Pilnībā piekritu	Man šie jautājumi neliekas svarīgi	Grūti pateikt
latviešu	21,7	31,2	23,1	6,5	3,2	14,2
krievu	27,9	27,8	26,3	4,4	4,5	9,2
latviešu un krievu	29,4	26,3	20,8	4,7	3,6	15,3

COVID-19 pandēmijas laikā
Latvijas mediji bija vienpusēji,
tajos dominēja "viena
patiesība"

COVID-19 pandēmijas laikā
Latvijas medijos bija pieejami
dažādi viedokļi

Ģimenes valoda	Pilnībā piekritu	Drīzāk piekritu	Drīzāk piekritu	Pilnībā piekritu	Man šie jautājumi neliekas svarīgi	Grūti pateikt
latviešu	31,8	23,0	21,8	6,9	3,6	12,9
krievu	31,3	28,2	13,9	2,8	5,1	18,8
latviešu un krievu	38,8	19,6	10,6	7,1	5,3	18,7

Secinājumi

- Abu valstu sabiedrība, un jo īpaši krievvalodīgie iedzīvotāji, uztver medijus un politiku kā vienotu sfēru: žurnālistika netiek uzskatīta par no politikas neatkarīgu nozari, bet gan par tādu, kas pakļauta politiskai instrumentalizācijai.
- Ne tikai viņu ģeopolitiskās simpātijas, kas atšķiras no valdības nostājas un etnolingvistiskā vairākuma uzskatiem, bet arī neapmierinātība ar valdības etnisko un valodas politiku liek krievvalodīgajiem noraidīt Latvijas/Igaunijas politiku un attiecīgi arī Latvijas/Igaunijas medijus.
- Līdzās politiskajai instrumentalizācijai tieši komerciālā loģika tiek uzskatīta par faktoru, kas izskaidro Latvijas un Igaunijas mediju darbību. Mediji tiek uztverti kā uz peļņas maksimizēšanu orientēti.
- Ekonomiskās grūtības, ar kurām cilvēki saskaras, rada sajūtu, ka viņi ir atstāti malā – tas savukārt veicina noskaņojumu, kas ir vērsts pret eliti un par tās daļu uzskatītajiem medijiem.
- Pieredze ar medijiem un žurnālistiku Covid-19 pandēmijas laikā ietekmē to, kā auditorija šodien, ģeopolitiskās krīzes apstākļos, uztver medijus.

Vairāk par projektu var lasīt [Rīgas Stradiņa universitātes mājaslapā](#).

Rekomendācijas mediju profesionāļiem

- Ziņojot par krīzēm, piemēram, karu Ukrainā un Covid-19 pandēmiju:
 - piešķiriet prioritāti precizītai, kontekstam un risinājumiem, nevis uz bailēm balstītam, spekulatīvam un sensacionālam ziņošanas veidam;
 - veiciniet sabiedrības izpratni un noturību, nevis radiet bailes, paniku, apjukumu un nogurumu;
- Izvairieties no klikšķu ķeršanas un maldinošiem virsrakstiem; nodrošiniet, lai virsraksti precīzi atspoguļotu saturu.
- Līdzsvarojiet negatīvās ziņas ar stāstiem, kas ir vērsti uz risinājumu, nodrošina skaidrojumu, sniedz iedvesmu.
- Tā vietā, lai pārmērīgi ziņotu par politisko, oficiālo dienaskārtību un viedokļiem:
 - uzraugiet pie varas esošos: līdztekus ziņu reportāžām ieguldiet līdzekļus pētnieciskajā žurnālistikā, ziņu analizē, debašu un komentāra žanrā;
 - daudzveidojiet piedāvāto skatījumu un viedokļu klāstu – kā informācijas avotus izmantojiet ekspertus, NVO, uzņēmējus un vienkāršos cilvēkus;
 - neizslēdziet, bet iesaistiet mazākuma, opozīcijas vai alternatīvos naratīvus un viedokļu paudējus, analizējot un kontekstualizējot viņu apgalvojumus un, ja nepieciešams, atmaskojot dezinformāciju, manipulācijas;
- Nepārtraukti uzraugiet un novērtējiet sniegto viedokļu un uzskatu daudzveidību, īpaši sabiedriskajos medijos.
- Veiciniet ciešāku sadarbību starp redaktoriem un žurnālistiem, kuri rada saturu latviešu valodā, un tiem, kuri rada saturu krievu valodā.
- Izmantojiet žurnālistiku, lai veidotu savstarpēju sapratni starp sociāli un ideoloģiski sašķeltām auditorijām.
- Izvairieties no šķeļošanas, aizskarošanas politiskās retorikas pastiprināšanas; nodrošiniet nepieciešamo kontekstu un pretējos viedokļus.
- Atklāti komunicējiet par mediju darbību, žurnālistikas procesiem un redakcionālo lēmumu pieņemšanu, lai veicinātu medijpratību un izpratni par mediju un žurnālistu darbu. Turpmāk uzskaitīti daži piemēri.
 - Kā tiek finansēti mediji un kā tiek nodrošināta redakcionālā autonomija?
 - Kā un cik efektīvi sabiedriskie mediji izlieto finansējumu?
 - Kāpēc privātie mediji par saturu prasa samaksu?
 - Kā tiek pieņemti dažādi redakcionālie lēmumi?
 - Vai jūsu medijā pastāv pašcenzūras problēma? Kā jūs to risināt?
 - Kā žurnālistu darbs atšķiras no sociālo mediju blogeru darba?

- Lai stiprinātu sabiedrības uzticēšanos un izpratni par mediju darbu, ieguldiet laiku attiecību veidošanā ar savu auditoriju.
- Lai izceltu žurnālistikas demokrātisko vērtību, parādiet žurnālistikas ietekmi uz politikas veidošanu, varas pārstāvju atbildīgumu un sabiedrisko dzīvi kopumā.

Rekomendācijas politikas veidotājiem

Kultūras ministrijai

- Ar mediju politikas iniciatīvu palīdzību sniegt atbalstu mediju organizācijām, kas prioritāri pievēršas tāda satura veidošanai, kas atbilst iepriekš minētajiem ieteikumiem mediju profesionāļiem.
- Ar mediju izglītības kampaņām, projektiem un citām iniciatīvām veicināt:
 - izpratni par to, kā darbojas mediji (piemēram, finansējums, redakcionālā neatkarība, informācijas avotu atlase, faktu pārbaude, žurnālistu un sociālo mediju blogeru darba atšķirības);
 - izpratni par to, kā tiek radīts sociālo mediju saturs (piemēram, blogeru komerciālās un politiskās intereses);
 - dialogu starp žurnālistiem un viņu auditoriju, mediju darba caurskatāmību (piemēram, “atklātas redakcijas sanāksmes”, īpaša redaktora amata izveide, lai veidotu attiecības ar auditoriju).

Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu padomei, Latvijas sabiedriskā medija valdei un ombudam

- Piešķirt prioritāti tāda sabiedrisko mediju satura veidošanai, kas atbilst iepriekš minētajiem ieteikumiem mediju profesionāļiem.
- Ieguldīt līdzekļus attiecību veidošanai ar sabiedrību, caurskatāmības veicināšanā (piemēram, regulārs radio raidījums, kas veltīts auditorijas atgriezeniskajai saitei, “atvērto durvju dienas”, “sabiedrisko mediju nedēļa”).
- Veikt regulārus, sistemātiskus pētījumus par viedokļu un uzskatu daudzveidību sabiedriskajos medijos (piemēram, politiskās pozīcijas un opozīcijas, dažādu sociālo grupu pārstāvniecība).

Rekomendācijas sagatavotas Eiropas Savienības Atveseļošanas un noturības mehānisma plāna un valsts budžeta finansēta projekta “RSU iekšējā un RSU ar LSPA ārējā konsolidācija” Nr. 5.2.1.1.i.0/2/24/I/CFLA/005 Zinātnieka granta “Nozīmes piešķiršana medijiem: *non-media-centric un open-ended* pieeja ar medijiem saistīto pieredžu un uzskatu par medijiem izpētē” Nr. RSU-ZG-2024/1-0007 ietvaros.

Paustie uzskati un viedokļi ir tikai autora(-u) uzskati un viedokļi, un tie ne vienmēr atspoguļo Eiropas Savienības vai Eiropas Komisijas uzskatus un viedokļus. Par tiem nav atbildīga ne Eiropas Savienība, ne Eiropas Komisija.