



Ceļā uz zināšanās balstītu
plašsaziņas mediju pārvaldību

Mediadelcom metode

Ceļā uz zināšanās balstītu mediju pārvaldību

Mediadelcom metode

Petras Sāvai,
Mérték, Ungārija, redakcijā

MEDIAdelcom

Tartu–Budapešta

2023

Originālais nosaukums

*Towards a Knowledge-Based Media Governance
The Mediadecom Method*

Mediadecom
Tartu–Budapest
2023

Nodevums 5.1

Galvenā redaktore - Petra Sāvai

Redaktore - Epa Lauka, Tanja Sakzevska

Makets: Urmass Loits

Vāka foto uzņemts Igaunijas Raidorganizāciju muzejā. Autors –
Silvers Kēsters, Visit Järva. Vāka elementu
avoti: [Pixabay](#), [Onlygfx](#), [Pngwing](#).

Attēlu avoti - *Britten Dortmans; Filip Naumienko; Sharik Ali, Melinda Fiorino, Simon Park, Ivana Divišová, Ron Porter, Gerd Altmann, Petra, PublicDomainPictures, geralt, Pixabay; Irvan Smith, AbsolutVision from Unsplash; Freepik, DCStudio, Freepik, PikPng.com, PngEgg.com, Pngtree.*

Visi Mediadecom dalībnieki publicējuši šo e-grāmatu savā nacionālajā valodā, pievienojot informāciju par savas valsts specifiku.



Šis projekts ir saņēmis finansējumu no Eiropas Savienības pētniecības un inovācijas programmas "Apvārsnis 2020" saskaņā ar granta līgumu Nr. 101004811.

Par šīs publikācijas saturu atbild Mediadecom, tam nav pilnībā jāatspoguļo Eiropas Savienības viedoklis.

Izdevējs © Mediadecom, 2023

*Mérték Médiaelemző Műhely [Mertek Media Monitor], Hungary
Tartu Ülikool [University of Tartu], Estonia*



Saturs

Saturs	3
Dārgie lasītāji!	4
Orientēšanās mediju matricā	6
Mediju monitorings	12
Izteiksmes brīvība un informācija brīvība	16
Mediju atbildība	20
Žurnālistikas ilgtspējas monitorings – kritiskie faktori	23
Ko var uzskatīt par žurnālistu?	25
Kas uzkrāj mediju lietojuma datus?	28
Kā tas viss ir saistīts?	31
Nestriktās kopas kvalitatīvās salīdzinošās analīzes loma	35
Meta analīze var būt stilīga!	38
Uzdevumi darbam klasē	41
Un tālāk?	43
Autori	45



Dārgie lasītāji!

Esiet sveicināti e-grāmatā “Ceļā uz zināšanās balstītu mediju pārvaldību. *Mediadelcom* metode”. Šīs grāmatas mērķis ir iepazīstināt ar mediju monitoringa pieeju, kā arī atklāt tās nozīmi un iespējas palīdzēt politikas veidotājiem valsts un Eiropas līmenī pieņemt informētus lēmumus mediju pārvaldības jomā.

Šī grāmata lielā mērā ir veltīta ziņu mediju pētījumu monitoringam un meta analīzei ar mērķi noskaidrot, ko un cik daudz mēs zinām un ko nezinām par mediju transformācijas ietekmi uz izsvērtas komunikācijas iespējām sabiedrībā. Mūsdienu realitātē, kas pilna ar kariem, pandēmiju un informācijas piesārņojumu, ļoti svarīga ir izpratne par aktuālajiem riskiem, kas apdraud vārda brīvību, informācijas pieejamību un citus svarīgus demokrātijas faktoros.



Hanna Azemša, baltkrievu/poļu žurnāliste publiskā pasākumā Varšavā 2023. gada maijā.

Baltkrievu žurnāliste Hanna Azemša, kas Polijā strādā Belsat TV, norāda, ka brīdinājuma zīmes par bīstamu norišu attīstību sabiedrībai būtu jāievēro un jāuztver nopietni, vai arī brīvības tiks zaudētas, tāpat kā tas notika Baltkrievijā. Autoritārais režīms netika izveidots vienas nakts laikā, tā pazīmes tur bija vērojamas jau sen, taču tās tika ignorētas. Tāpēc ir būtiski veicināt izsvērtu (deliberatīvo) komunikāciju Eiropas sabiedrībā, un tādēļ ļoti svarīgs ir ziņu mediju transformācijas zināšanu monitorings.

Šai publikācijai ir metodiska ievirze, un tā ir paredzēta galvenokārt augstskolu studentiem žurnālistikas un mediju studiju jomā. Tomēr grāmatas pirmā daļa var interesēt plašāku auditoriju, sniedzot ieskatu dažās ļoti svarīgās ES finansētā *Horizon*

2020 (*Apvārsnis 2020*) pētniecības projekta *Mediadelcom* jomās. Projekta galvenais mērķis ir izstrādāt diagnostikas rīku, kas ļautu politikas veidotājiem, mediju ekspertiem, žurnālistiem un citiem noteikt riskus un iespējas, kā izsvērtu komunikāciju ietekmē mediju transformācija. Šī e-grāmata iepazīstina ar pirmajiem projekta rezultātiem: metaanalīzes metodi datu vākšanai un pētījumu novērtēšanai visās ziņu mediju jomās, kas veicina zināšanu sintēzi, izsvērtas komunikācijas risku un iespēju izvērtēšanu, kā arī ļauj noteikt nepieciešamo zināšanu trūkumu šajā jomā. Monitorings un metaanalīze atklāj, kā 14 *Mediadelcom* iesaistītās valstis ir spējušas izzināt savu mediju attīstību. Attiecīgo zināšanu līmenis un kvalitāte dažādās valstīs ir ļoti atšķirīga. Grāmata piedāvā lasītājam iepazīt šo valstu perspektīvas to kopīgās pieredzes griezumā.

Bukleta pirmajā daļā metodoloģijas teorētiskos apsvērumus savos rakstos apkopājuši Eppa Lauka (Epp Lauk) un Martins Ollers Alonso (Martin Oller Alonso), kā arī Tobiass Eberveins (Tobias Eberwein) un Halliki Harro-Loita (Halliki Harro-Loit). Tam seko raksti, kas aplūko dažādas mediju jomas – Evangelija Psihogiopulu (Evangelia Psychogiopoulou) un Anna Kandila (Anna Kandyla) mūs ievēd mediju tiesību jomā, Markuss Kroitlers (Marcus Kreutler) apskata mediju atbildības jēdzienu, savukārt Peters Berglezs (Peter Berglez) un Marts Otss (Mart Ots) runā par žurnālistikas ilgtspēju. Lenkas Vaškovas Cisarovas (Lenka Waschková Čísařová) rakstā aplūkotas žurnālistikas prasmes, bet Ragnes Kouts-Klemmas (Ragne Kóuts-Klemm), Ivetas Jansovas un Lilijas Raičevas nodaļā analizēti pētījumi par mediju lietojuma paradumiem, kam seko Alņa Stakles un Andas Rožukalnes raksts par mediju kompetencēm. Grāmatas pēdējo metodoloģisko nodaļu ir veidojusi Dina Vozaba (Dina Vozab), Zrinka Peruško (Zrinjka Peruško) un Filips Trbojevičs (Filip Trbojević), kuri skaidro nestriktās kopas kvalitatīvās salīdzinošās analīzes piemērošanas iespējas izsvērtas komunikācijas risku un iespēju izvērtēšanai. Noslēgumā Martins Ollers Alonso (Martin Oller Alonso) un Serdžio Splendore (Sergio Splendore) aicina lasītājus atklāt *Mediadelcom* metaanalīzes metodi. Trīs gadījuma pētījuma vingrinājumi ļaus studentiem padziļināt šīs pieejas praktisko pielietojumu.

Paldies par pievienošanos mums un izbaudiet šo grāmatu!

Redkolēģija

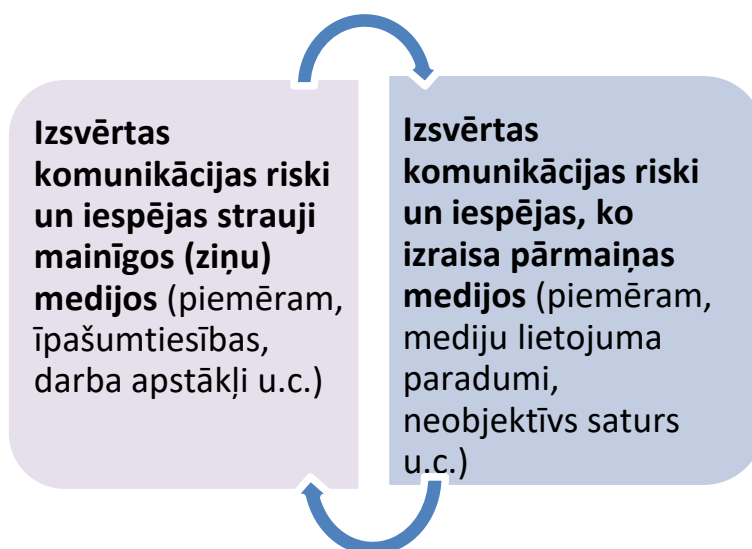


Orientēšanās mediju matricā

Izsvērtas komunikācijas risku un iespēju atklāšana mainīgajā Eiropas telpā

Eppa Lauka & Martins Ollers Alonso

Šajā grāmatā galvenā uzmanība ir pievērsta izsvērtas komunikācijas risku un iespēju atklāšanai ziņu medijos un to veidotajās ziņās (1. attēls). Grāmatas pamatā ir Eiropas Komisijas finansētā projekta “*Ar plašsaziņas medijiem saistīto risku un iespēju kritisks novērtējums saistībā ar izsvērtu komunikāciju: Eiropas plašsaziņas mediju telpas attīstības scenāriji*” (Mediadelcom) pirmā posma pētījumi. Kā liecina nosaukums, projekta otrajā fāzē galvenā uzmanība tiks pievērsta modeļu izstrādei, kas palīdzēs politikas veidotājiem un mediju ekspertiem prognozēt izsvērtas komunikācijas iespējamus riskus un iespējas, kā arī pieņemt pārdomātus lēmumus.



1.attēls Izsvērtas komunikācijas riski un iespējas

Kāpēc “izsvērtā komunikācija”?

Mediadelcom seko pārliecībai, ka izsvērtai komunikācijai ir liela nozīme demokrātijas principu atbalstīšanā un stiprināšanā. Izsvērtā komunikācija nozīmē tādu komunikācijas veidu, kura mērķis ir veicināt apzinātas, racionālas un cieņpilnas diskusijas starp indivīdiem ar dažādiem viedokļiem un/vai interesēm. Baiers (2018: 45) izsvēršanai nepieciešamos priekšnosacījumus apkopo šādi: “(a) publiska piekļuve vai pārredzamība, (b) iekļaujoša līdzdalība, (c) visu dalībnieku vienlīdzīgas tiesības (attiecībā uz viņu tiesībām runāt, kritizēt, nepiekrīst un ieteikt citas iespējas)”. Izsvērtai komunikācijai ir vēl trīs nosacījumi: pietiekama, adekvāta un patiesa informācija, publisks komunikācijas forums un dialoga veidošanas kultūra sabiedrībā. Šo nosacījumu nodrošināšana ir ziņu mediju funkcija. Veicinot atklātu un iekļaujošu izsvēršanas procesu, ziņu mediji var palīdzēt veidot auditorijas uzticēšanos un veicināt apzinātu lēmumu pieņemšanu.

Mēs visi zinām, ka izsvērtas komunikācijas veidošanas ideālie apstākļi neeksistē. Bet, pārfrāzējot Vinstonu S. Čērčilu, mēs zinām arī to, ka demokrācija ir labākā no visām sliktajām pārvaldes formām. Tātad, kādi riski apdraud izsvērtas komunikāciju demokrātiskā sabiedrībā?

Daži riska faktori ir vieglāk pamanāmi nekā citi. Daļai risku ir pievērsta lielāka uzmanība, to vidū ir datu vākšanas sistemātiskums, pētniecībai atvēlētie līdzekļi, ikgadēji ziņojumi pārmaiņu uzraudzībai. Citiem riskiem tiek pievērsta mazāka uzmanība vai arī tos grūtāk monitorēt.

Viens no viegli atpazīstamiem riska faktoriem mūsdienu demokrātijās ir pakāpeniska vārda un informācijas brīvības samazināšana. Tā var izpausties dažādos veidos. Piemēram, pieaug tendence, ka cilvēki, ja tos publiski kritizē, vēršas tiesā pret žurnālistiem un viedokļu līderiem (stratēģiskas tiesvedības pret publisku līdzdalību). Galvenais šādas rīcības mērķis ir iebiedēt un nogurdināt žurnālistus gan finansiāli, gan morāli, lai žurnālisti atteiktos no sarežģītu problēmu analīzes un kritikas. Organizācijas un uzņēmumi bieži iesaka saviem darbiniekiem publiski neizpaust informāciju, pat ja tā nav saistīta ar komercnoslēpumiem. Šādām tendencēm attīstoties, sabiedrības procesi kļūs necaurskatāmi. Jautājums, kam vajadzētu un kas varētu to novērst? Atbilde ir šāda: žurnālisti, kuri ir motivēti un prasmīgi atklāt šādu tendenču mehānismus un izskaidrot tos cilvēkiem. Bet kas notiek, ja valstī nav pietiekami daudz žurnālistu, kas uzdrošinās kritizēt varas pārstāvju vai ietekmīgu cilvēku darbību?

Izsvērtas komunikācijas dalībniekiem nepieciešama precīza informācija pārdomātu lēmumu pieņemšanai, taču, ja informācijas plūsmā integrēta dezinformācija, tā var novest pie neatbilstošiem secinājumiem vai pat kaitējuma. Ziņu mediju pienākums ir pārbaudīt faktus un informāciju pirms tās publiskošanas, taču vienmēr

pastāv risks, ka nepatiesa vai maldinoša informācija var palikt nepamanīta. Mazāk atpazīstams risks ir saistīts ar iedzīvotāju spēju un motivāciju atšķirt uzticamu informāciju no propagandas. Vēl vairāk, ja pārāk daudz cilvēku nezina vai nespēj identificēt dezinformāciju vai melus, tas var liecināt par izglītības sistēmas kvalitātes problēmām vai politiski neobjektīviem medijiem. Tas paver iespēju formālajā izglītībā vai pilsoniskajā sabiedrībā lielu uzsvaru likt uz informācijas kompetencēm, tā rezultātā varētu veidoties sabiedrība, kuras lielākā daļa ir mazāk jutīga pret propagandu.

Mediju aizspriedumu ietekme uz izsvērtas komunikācijas procesu rada vēl vienu potenciālu risku. Ziņu mediji var sniegt informāciju tādā veidā, kas labvēlīgāk atspoguļo vienu no abām problēmā iesaistītajām pusēm. Tas var ietekmēt dalībnieku viedokļus izsvēršanas procesā un neļaut notikt patiesi atklātai un iekļaujošai sarunai. Visi šie riski ir savstarpēji saistīti, un daži riski var kļūt patiešām bīstami demokrātijai, bet citus var sabalansēt ar iespējām.

Kā tika veikts *Mediadelcom* pētījums?

Mūsu mērķis bija izanalizēt pieejamos pētījumus par medijiem, lai apzinātu izsvērtas komunikācijas riskus un iespējas 14 Eiropas valstīs.

Sāpumā tika veikta apjomīga literatūras izpēte par pieejām un tēmām deviņās pētniecības jomās: žurnālistikas studijās, mediju ekonomikā un pārvaldībā, mediju patēriņā/lietotāju izpētē, medijpratībā, mediju un komunikācijas ētikā, informācijas un mediju regulējumā, politiskajā komunikācijā, mediju un komunikācijas politikā un sistēmās, kā arī mediju un komunikācijas socioloģijā. Mēs rūpīgi iepazīnāmies ar dažādām akadēmiskajām publikācijām un uzdevām jautājumu – kur mēs varam atrast risku un/vai iespēju diskursus? Pēc tam mēs sintezējām četrus risku un iespēju pētījumu domēnus (skat. 2. attēlu).

Pēc četrus domēnu definēšanas mēs izstrādājām indikatoru sarakstus (konceptuālos mainīgos un operacionālos mainīgos), lai katrā jomā identificētu riskus un iespējas. Šie mainīgie lielumi ļāva novērtēt mediju pašreizējā stāvokļa monitoringa iespējas katrā no 14 iesaistītajām valstīm.



2.attēls. Ar medijiem saistīto risku un iespēju izpētes domēni attiecībā uz izsvērtu komunikāciju.

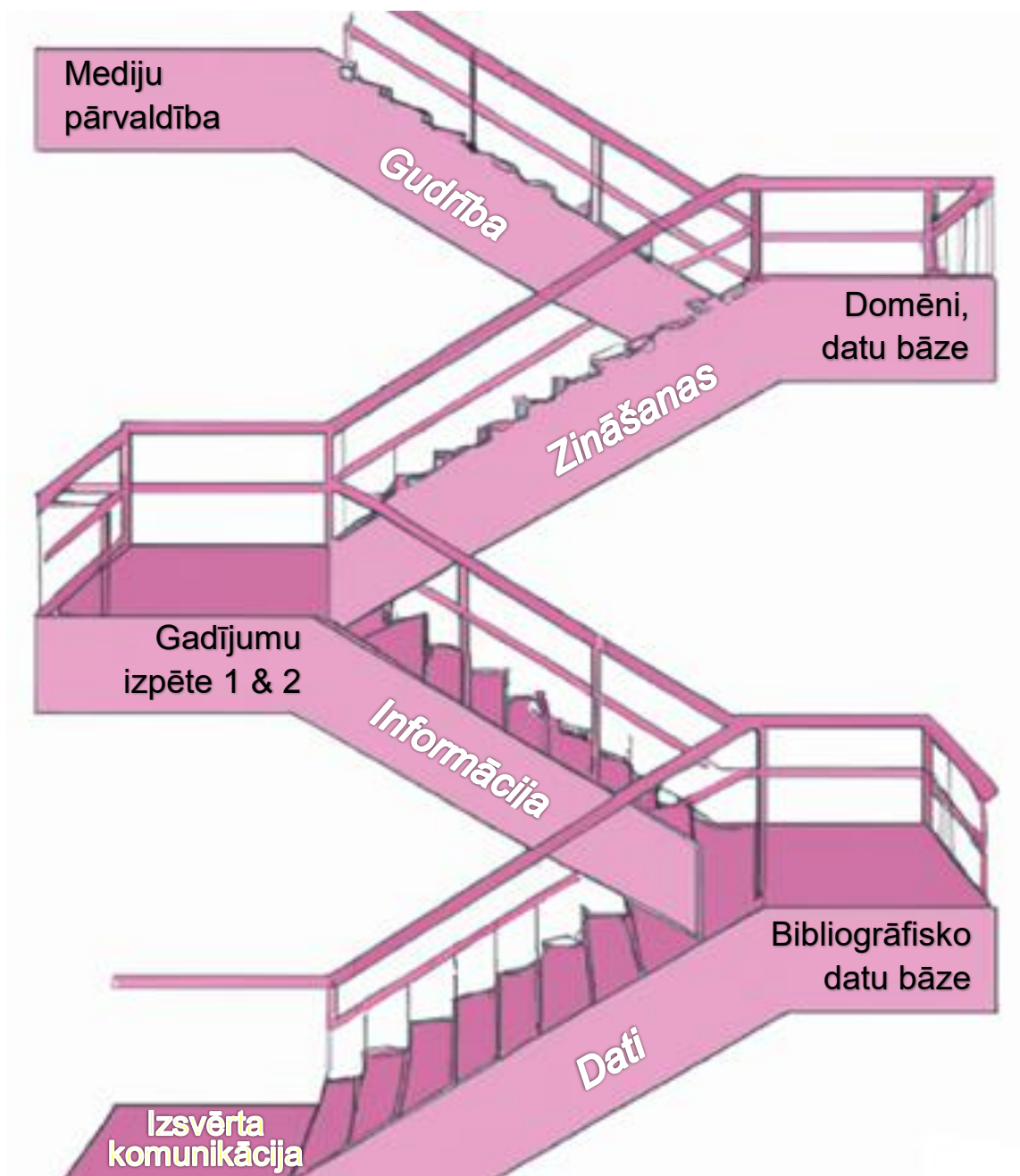
Otrajā pētījuma posmā mēs izveidojām bibliogrāfisko datubāzi, lai novērtētu pētījumā iesaistīto valstu mediju attīstības un izsvērtas komunikācijas potenciālās zināšanas; šī datu bāze tiek izmantota mediju risku un iespēju prognozēšanai un pārvaldībai. Datubāzē ir vairāk nekā 5600 sistematizētu un klasificētu atsauču (*Excel failā*)!¹

Trešajā posmā tika sagatavoti valstu ziņojumi par mediju un izsvērtas komunikācijas izpētes un monitoringa iespējām, atbildot uz būtiskiem jautājumiem par riskiem un iespējām saistībā ar medijiem.²

Ceturtajā posmā mēs veicām valstu ziņojumu kontentanalīzi (manuālu un datorizētu), iegūstot informāciju par mediju un izsvērtās komunikācijas pētījumiem katrā valstī un papildinot “domēnu datubāzi”. Domēnu vērtības analīzi var pielīdzināt zeltam, jo tā sniedz neizmērojamu salīdzinošo pētījumu iespējas visās izsvērtās komunikācijas dimensijās un izpētes domēnos. Piektajā posmā mēs koncentrējamies uz datos balstītu mediju pārvaldību, izmantojot motivācijas modelēšanu un aģentu balstītu simulāciju, lai prognozētu ar medijiem saistītus rezultātus, atbalstītu izsvērtu komunikāciju un sociālo kohēziju.

¹ Datubāze ir pieejama visiem: <https://datadoi.ee/handle/33/515>

² 1. gadījuma izpēte: <https://dspace.ut.ee/handle/10062/89278>



3.attēls. Mediadelcom metodes soļi

Lai diagnosticētu izsvērtas komunikācijas riskus un iespējas mediju transformācijas laikā, šī e-grāmata aicina lasītāju uz īsu ekskursiju pētījumu biezoknī. Grāmata piedāvā dažas teorētiskas un metodoloģiskas pieejas, kuras izmantojamas pētījumu par mediju transformāciju meta analīzes veikšanai.

Atsauces:

Bayer, M. J. (2018). *Deliberation in the lab. The effect of communication on information sharing, cooperation, and consensus* [Dissertation zur Erlangung des akademischen Grades eines Doktors der Sozialwissenschaften (Dr.rer.soc.)] Konstanzer Online-Publikations-System (KOPS). <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:bsz:352-2-z1tlv29358su0>.



Mediju monitorings

Sargsuņa novērošana

Tobias Eberveins & Halliki Harro-Loita

Medijiem un žurnālistikai ir svarīga loma mūsdienu sabiedrībā: apkopojot un prezentējot atbilstošas ziņas savai auditorijai(-ām), tie realizē informācijas funkciju. Tādējādi mediji palīdz veidot publisko sfēru - izsvērtas komunikācijas galveno arēnu. Diezgan bieži žurnālisti veic arī uzraudzības funkciju, palīdzot kontrolēt politiskās un citas elites. Tas kļūst iespējams, ja mediji ir brīvi no valsts iejaukšanās – vismaz demokrātiskās mediju sistēmās.

Bet kā mēs varam nodrošināt, ka mediji un žurnālistika patiešām attaisno šādas cerības? Kurš uzrauga uzraugus?

Žurnālistikas saturam ir jāpaliek brīvam no politiskās kontroles, savukārt labas mediju pārvaldības un mediju politikas veidošanas uzdevums ir radīt vidi, kas kalpo mediju funkcijām vislabākajā iespējamā veidā. Lai tas notiktu, politikas veidotājiem ir nepieciešami uzticami dati. Viņiem ir jāzina, kas notiek medijos. Kādi ziņu kanāli pašlaik ir pieejami valstī, cik lielā mērā tie tiek izmantoti un cik tie ir uzticami? Cik žurnālistu ir aktīvi un vai viņi tiešām ir brīvi no ārējās ietekmes? Vai tiesiskais regulējums nodrošina mediju satura plurālismu? Kādi pasākumi tiek veikti, lai uzlabotu sabiedrības medijpratību, un cik tie ir efektīvi?

Uz šiem jautājumiem var atbildēt ar mediju pētījumu un dažādu mediju monitoringa projektu palīdzību. Piemēram, NVO "Reportieri bez robežām" publicē ikgadēju pasaules preses brīvības indeksu, kas mēra mediju brīvības stāvokli visā pasaulē. Eiropas Komisijas Mediju plurālisma monitoringa instruments piedāvā rīku, lai novērtētu dažādus mediju sistēmu trūkumus, kas var kavēt mediju plurālismu Eiropā. Pētījuma *Worlds of Journalism Study* ietvaros tiek veiktas žurnālistu aptaujas, lai noskaidrotu priekšstatus par šo profesiju visā pasaulē. *Reuters* institūta "Digitālo ziņu pārskats" sniedz priekšstatu par ziņu lietojumu digitālo mediju vidē.

Mediadelcom projekta ietvaros ir apkopots liels skaits pētījumu par medijiem un žurnālistiku. Šie pētījumi ir veikti un publicēti katrā no projekta valstīm. Daļa pētījumu ietver plašas datu kopas – dažos gadījumos dodot iespēju veikt turpinājumpētījuma analīzi; citi ietver nelielu gadījumu izpēti, kuras uzmanības centrā ir atsevišķi, pētnieku izvēlēti fenomeni. Dažus pētījumus veikušas lielas starptautiskas pētnieku grupas, citu datus savākuši studenti. Neapšaubāmi, tie visi sniedz ieguldījumu mediju un ar medijiem saistīto izmaiņu monitoringā. Tomēr sistemātisku datu pieejamība automātiski nenoved pie labākas mediju politikas.

Tāpēc *Mediadelcom* izmanto “zināšanu piramīdu”, lai monitoringa nolūkos aprakstītu dažādu avotu kvalitāti un lietderību. Šis modelis izšķir četras pamatkategorijas: dati, informācija, zināšanas un gudrība. Piemēram, daudzas mediju organizācijas vāc datus par to, kuri mediju produkti tiek izmantoti un cik ilgi tie tiek izmantoti. Bet šie dati kļūst par informāciju tikai tad, kad tie ir apstrādāti un loģiski saistīti. Šādas informācijas apkopošana (piemēram, mediju organizāciju iekšējos ziņojumos vai akadēmiskajos mediju un žurnālistikas pētījumos) rada zināšanas. Gudrības līmenis galu galā norāda, cik lielā mērā iegūtās zināšanas tiek pielietotas un virza uz pierādījumiem balstītu lēmumu pieņemšanu mediju politikas veidošanā.

“Zināšanu piramīda” parāda, ka zināšanas un gudrība ir izšķiroša mediju politikas veidošanas procesā. Tas ir arī piemērots rīks, lai noskaidrotu, kurš vāc kādu informāciju un zināšanas un kurš galu galā pārvērš zināšanas gudrībā. Kādi ir šo cilvēku motīvi un kompetences? *Mediadelcom* galvenais mērķis ir apzināt tos mediju pētniecības procesa dalībniekus, kuri ir visvērtīgākie izsvērtas komunikācijas risku un iespēju noteikšanai. Projektā izvēlēti četri galvenajiem izpētes domēni: a) mediju tiesiskais un ētiskais regulējums; b) žurnālistika; c) mediju lietojuma modeļi; un d) ar medijiem saistītās kompetences.

Latvijā par mediju politikas veidošanu atbild Kultūras ministrijas Mediju politikas nodaļa, tās darbinieki regulāri organizē pētījumus par mediju attīstību un kvalitāti, mediju lietojumu, sabiedrības medijpratību. Tomēr Latvijā netiek veikti regulāri pētījumi par žurnālistu stāvokli un žurnālistikas attīstību.

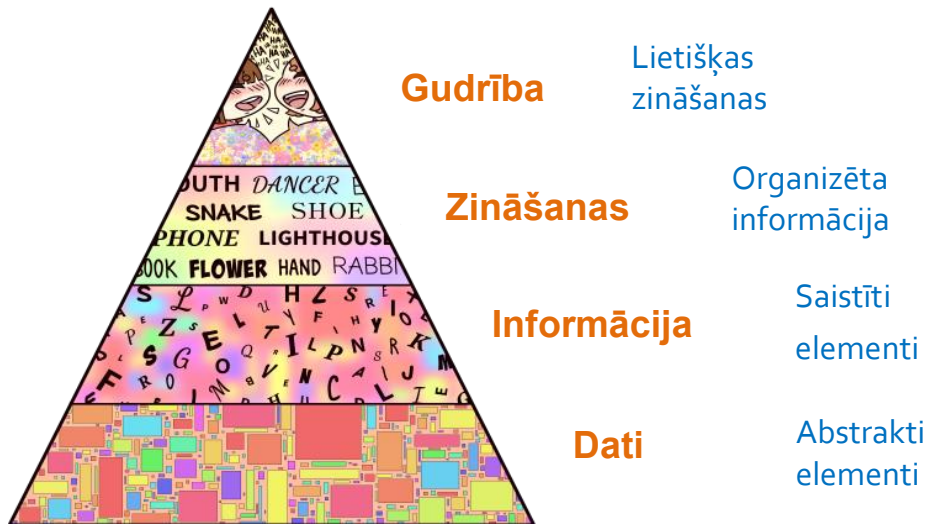
Informācijas avoti:

Centre for Media Pluralism and Media Freedom. (2022). *Monitoring media pluralism in the digital era: Application of the Media Pluralism Monitor in the European Union, Albania, Montenegro, the Republic of North Macedonia, Serbia and Turkey in the year 2021*. European University Institute. <http://hdl.handle.net/1814/74712>

Hanitzsch, T., Hanusch, F., Ramaprasad, J., & de Beer, A. S. (Eds.). (2019). *Worlds of journalism: Journalistic cultures around the globe*. Columbia University Press.

Newman, N., Fletcher, R., Robertson, C. T., Eddy, J. & Nielsen, K. R. (2022). *Reuters Institute Digital News Report 2022*. Reuters Institute for the Study of Journalism.
[https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2022-06/Digital News-Report 2022.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2022-06/Digital%20News-Report%202022.pdf)

Reporters Without Borders. (2022). World Press Freedom Index. <https://rsf.org/en/index>



4.attēls. "Zināšanu piramīda"

Dažos gadījumos mediju monitorings un pētniecība nav noderīga zināšanās balstītas mediju politikas veidošanai. Tad varam teikt, ka plašsaziņas mediju attīstības un darbības novērtēšanā saskatāmi nopietni riski. Piemēram, valstī var būt daudz mediju pētnieku, taču viņu karjera tiek atbalstīta tikai tad, ja viņi publicē daudz rakstu. Nav nozīmes tam, kuras tēmas viņi pēta un kāds ir šo rakstu tapšanā izmantoto pētījumu apjoms. Šādā valstī varētu iegūt daudz zināšanu par mediju sniegumu, taču joprojām nevar rast atbildes, piemēram, uz jautājumiem par to, vai žurnālistu darba prakse veicina izsvērtu komunikāciju sabiedrībā, cik daudz cilvēku valstī ir ieinteresēti mediju ziņās. Šādā valstī būtu nepieciešamas diskusijas un vienošanās par mediju pētniecības problēmām, piemēram, par kādiem jautājumiem un tēmām nav pieejamas uzticamas zināšanas? Jābūt arī motivētai institūcijai, kas koordinētu zināšanu apguvi un politikas veidotāju motivāciju parūpēties par iespējamiem riskiem saistībā ar izsvērtu komunikāciju – piemēram, cilvēku prasmi atšķirt propagandu vai situāciju, kad liela daļa žurnālistu vairs nav ieinteresēti kalpot sabiedriskajam labumam, bet tā vietā ir lojāli politiskās varas pārstāvjiem vai arī žurnālistu darbu nosaka tikai komerciāla ieinteresētība. Tāpēc ir svarīgi skaidrot žurnālistu profesionālās vērtības un motivāciju.



Izteiksmes brīvība un informācija brīvība

Kas tās ir un kā tās tiek aizsargātas?

Evangelija Psihogiopulu & Anna Kandila

Eiropā pilsoņiem un žurnālistiem ir tiesības uz vārda un informācijas brīvību, taču dažos gadījumos tā ir pakļauta arvien lielākam spiedienam no valdības, varas iestāžu un citu vadošo personu puses. Likumi un to piemērošana var negatīvi ietekmēt arī vārda un informācijas brīvību, mediju darbības iespējas. Valstīs, kurās vārda un informācijas brīvība ir nostiprināta un aizsargāta, likumīga iejaukšanās, izmantojot tiesību aktus, ir stingri ierobežota, lai aizsargātu sabiedrības intereses demokrātijā un arī indivīda tiesības, piemēram, cilvēka cieņu vai nepilngadīgo tiesības. Kas attiecas uz tiesvedību, juridiska iebiedēšana, izmantojot stratēģisko tiesvedību pret sabiedrības līdzdalību, arvien vairāk apdraud vārda un informācijas brīvību. Ļaunprātīgas tiesvedības tiek izmantotas sabiedrības interešu uzraugu, tostarp žurnālistu, apklusināšanai, taču tiesībsargājošo institūciju reakcija, lai apturētu šādu taktiku un aizsargātu svarīgus publiskās sfēras dalībniekus, kuri kalpo sabiedrības interesēm, ir bijusi lēna.



Vārda un informācijas brīvība ir mediētas izsvērtas komunikācijas būtisks priekšnosacījums. Vārda brīvība ir viena no cilvēka pamattiesībām, un to nodrošina

atsevišķu ES dalībvalstu, arī Latvijas, konstitūcijas. Vārda brīvība ir skaidri aizsargāta ES Pamattiesību hartā, kas stājās spēkā 2009. gadā līdz ar Lisabonas līgumu, un attiecas uz visām ES dalībvalstīm, kad tās darbojas saskaņā ar ES tiesību aktiem. Vārda brīvība ir iekļauta arī Eiropas Cilvēktiesību konvencijā (ECTK), kas ir pirmā Eiropas Padomes konvencija, kuras dalībnieces ir visas ES dalībvalstis. ES Pamattiesību hartas 11. pants un ECTK 10. pants nosaka, ka ikvienam ir tiesības uz vārda brīvību. Abi panti paskaidro arī to, ka vārda brīvība aizsargā tiesības paust viedokļus, uzskatus un idejas, kā arī saņemt un sniegt informāciju. Tādējādi informācijas brīvība izriet no vārda brīvības.

Tomēr vārda un informācijas brīvība nav absolūta. Valstis var iejaukties vairāku legītīmu iemeslu dēļ, lai sabiedrības interesēs attaisnotu vārda un informācijas brīvības ierobežojumus. Tādējādi jebkāds mēģinājums kartēt un monitorēt vārda un informācijas brīvību, ko nodrošina mediji, būtu jāaplūko, vērtējot, kādā veidā valstī esošie tiesību akti un regulējošās garantijas rada labvēlīgu vidi šo tiesību īstenošanai.

Baltoties uz šīm atziņām, *Mediadelcom* projekta dalībnieki analizēja, vai vārda un informācijas brīvība ir skaidri atzīta un veicināta valsts tiesību aktos, vai šo brīvību ierobežojumiem ir legītīmi mērķi un vai tie ir samērīgi izvirzītajam legitīmajam mērķim. Piemēram, noteikumi par nepārbaudītu ziņu publicēšanu, naida runu vai dezinformāciju nedrīkst noteikt pārāk plašus vārda brīvības ierobežojumus. Piemēram, Ungārija 2020. gadā pieņēma Likumu par aizsardzību no koronavīrusa, ar kuru tika paplašināta Ungārijas Kriminālkodeksa sadaļa par panikas celšanu, nosakot kriminālatbildību ne tikai par nepatiesiem apgalvojumiem, kas traucē sabiedrisko kārtību, bet arī par tādiem apgalvojumiem, kas Īpašā tiesiskā rīkojuma (t.i., ārkārtas stāvokļa) laikā spēj kavēt vai novērst ārkārtas situācijas novēršanai paredzēto aizsardzības pasākumu efektivitāti.³ Konstitucionālā tiesa norādīja, ka sabiedrības interešu aizsardzībai ir jānosaka samērīgi runas brīvības ierobežojumi. Šis noteikums radīja daudz neskaidrību Ungārijas žurnālistu kopienā.

Turklāt valsts tiesību aktos būtu jācenšas saskaņot personas datu un autortiesību aizsardzību ar vārda brīvību un piekļuvi informācijai. Novērtējot tieši informācijas brīvībai piešķirto tiesisko aizsardzību, jāievēro būtiski aspekti, kas ietver arī žurnālistu informācijas avotu un trauksmes cēlēju medijos aizsardzību. Šie abi aspekti ir ļoti

³ Skat. P. Gábor/ Mertek Media Monitor (2020), Hungary's Two Pandemics: COVID-19 and Attacks on Media Freedom (Media Freedom Rapid Response, European Centre for Press & Media Freedom), https://www.ecpmf.eu/wp-content/uploads/2020/06/Legal-opinion-Hungary_2020.pdf.

svarīgi, lai atklātu korupciju, kļūdas valsts pārvaldē un noziedzīgus nodarījumus. Žurnālistu avotu efektīvai aizsardzībai ir jāatzīst žurnālistu tiesības neatklāt tos informācijas avotus, kas vēlas saglabāt konfidencialitāti. Efektīvai trauksmes cēlēju medijos aizsardzībai ir nepieciešami tiesību akti, kas nodrošina tiesisko aizsardzību pret sankcijām un citām represīvām darbībām, kā arī piekļuvi atbilstošiem tiesiskās aizsardzības līdzekļiem trauksmes cēlējiem, kuri atklāj informāciju tieši medijiem. ES Trauksmes cēlēju direktīvā (2019. gadā) ir paredzēts, ka dalībvalstis var aizsargāt trauksmes cēlētus, izmantojot publiskos kanālus, piemēram, medijus. Latvija ir ieviesusi minēto direktīvu un 2022. gadā tika pieņemts Trauksmes celšanas likums, kura mērķis ir veicināt, lai sabiedrības interesēs tiek celta trauksme par pārkāpumiem, un nodrošināt trauksmes celšanas mehānismu izveidi un darbību, kā arī trauksmes cēlēju pienācīgu aizsardzību.

Vēl viens svarīgs informācijas brīvības aspekts ir regulējums, kas pieprasa izpaust informāciju par mediju īpašniekiem un patiesā labuma guvējiem. Lai sabiedrība varētu novērtēt ziņu ticamību un identificēt dažādas intereses, kas var ietekmēt mediju saturu, ir nepieciešama pieejama un ticama informācija par to, kam pieder mediji. Kopš 2021.gada informācija par aktuālajiem Latvijas mediju īpašniekiem un patiesajiem labuma guvējiem bez maksas ir pieejama LR Uzņēmumu reģistra datu bāzē *Lursoft*. Tomēr sistemātisks mediju īpašumtiesību izmaiņu monitorings nenotiek, tādējādi tādas pārmaiņas mediju jomā, kas ietekmē mediju struktūru un mediju sistēmu, netiek regulāri analizētas.

Vārda un informācijas brīvības īstenošanai labvēlīgas vides radīšanai var izstrādāt atbilstošus noteikumus, taču tos var neefektīvi piemērot. Lai novērtētu, vai tiesību aktos noteiktie vārda un informācijas brīvības aizsardzības pasākumi tiek efektīvi īstenoti, *Mediadelcom* uzsver tiesu, tiesai pielīdzināmo vai administratīvo iestāžu nozīmi, kurām ir uzticētas uzraudzības un izpildes funkcijas, un novērtē to uzdevumus un darbību.

Informācijas avoti:

Charter of Fundamental Rights of the European Union <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:12012P/TXT>

European Convention on Human Rights.

https://www.echr.coe.int/documents/convention_eng.pdf

European Commission. (2022). *Shaping Europe's Digital Future. Media freedom and pluralism.*

<https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/media-freedom>

European Court of Human Rights. (2022). *Guide on Article 10 of the European Convention on Human Rights. Freedom of Expression.*

https://www.echr.coe.int/documents/guide_art_10_eng.pdf

Vai VDAR apdraud žurnālistiku?

Vairākos *Mediadelcom* valstu ziņojumos ir uzsvērts, ka VDAR* rada “blaknes” attiecībā uz vārda brīvību un piekļuvi publiskai informācijai.



“Jau zināmi gadījumi, kad žurnālisti veido pētniecisko materiālu par korupciju, piemēram, par uzņēmēju, kurš saņem labumu no valdības, un šis uzņēmējs izmanto šo regulu kā juridisku ieganstu šī sižeta aizliegšanai. Fiksēts viens gadījums, kad valdības amatpersonas atteicās izpaust informāciju saskaņā ar tiesību aktiem par informācijas brīvību, jo uzskata, ka tiktu pārkāpta VDAR, aizskarot personas privātumu. Es pieņemu, ka tas nebija paredzēts, ieviešot VDAR, bet šie gadījumi atspoguļo veidu, kā tā tiek īstenota konkrētās valstīs”.

Profesors Daniels Halins (*Daniel Hallin*) no Kalifornijas Universitātes Sandjego un *Mediadelcom* konsultatīvās padomes loceklis dalās domās *Mediadelcom* pasākumā [podcast episode #29](#).

*VDAR ir ES Vispārējā datu aizsardzības regula, ar kuras palīdzību tiek aizsargāti dati un privātums.



Mediju atbildība

Kas tā ir kā to var monitorēt?

Markus Kroitlers

Dažreiz mediji aiziet par tālu. Vai tā būtu pārlietu sensacionāla reportāža, uzmācīgi informācijas vākšanas paņēmieni vai neatbilstoša fotoattēlu atlase — jūs droši vien varat iedomāties vairāk nekā tikai vienu labu piemēru no savas pieredzes. Bet vai valsts aicina policiju medijus sodīt? Cerams, ka nē, vismaz ne demokrātiskās sabiedrībās, kas garantē vārda brīvību. Likumu noteiktās robežas, kas nosaka mediju darbības ierobežojumus, bieži vien ir daudz plašākas nekā labas, ētiski saprātīgas žurnālistikas robežas. Komunikācijas zinātnieks Klods Žans Bertrāns (*Claude Jean Bertrand*) (2000: 22) par to izteicās šādi: "*Mediji var nodarīt nopietnu kaitējumu, nepārkāpjot likumu.*" Šeit parādās mediju atbildība. Šis termins ietver visa veida darbības, kuru mērķis ir panākt, lai mediji būtu atbildīgi ieinteresēto pušu priekšā par funkcionējošu un godīgu sociālo diskursu, tāpēc kopējais mērķis ir nodrošināt sabiedrību ar atbildīgu žurnālistiku (Fengler, 2019).

Runājot par atbildību, žurnālisti, vismaz Eiropā, bieži vien vispirms domā par žurnālistu ētikas kodeksiem vai konkrētām padomēm, kas lemj par apšaubāmas žurnālistu rīcības gadījumiem. Tradicionāli tās galvenokārt ir izveidotas kā preses padomes, taču daudzas no tām mūsdienās aptver vismaz dažus citus mediju veidus, piemēram, tiešsaistes publikācijas, un, lai to atspoguļotu, dažas pat tiek sauktas par mediju padomēm. Ja uzskatāt, ka konkrēta ziņa neatbilst profesionālajiem žurnālistikas standartiem, varat iesniegt sūdzību šīm padomēm, kas lietu izmeklēs un, iespējams, piemēros sankcijas par konkrēto publikāciju. Runa nav par juridiskām sankcijām, bet par iekšējiem vai publiskiem aizrādījumiem, no kuriem žurnālisti parasti labprātāk izvairās – jūs nevēlaties, lai citi jūsu jomas eksperti publiski nosoda jūsu darbu!

Taču šādi žurnālistikas pašregulācijas mehānismi ir tikai viena daļa no mediju atbildības – tā daļa, kas koncentrējas uz to, ko žurnālistu kopiena var darīt, lai atbalstītu atbildīgu žurnālistiku. Mediju atbildību var saprast plašākā nozīmē, tostarp darbības, ko veic citi dalībnieki (Bardoel & D’Haenens, 2004): Mediju uzņēmumi, kas var ieviest savus rīcības kodeksus vai iecelt ombudus, lai apspriestu savu darbu ar auditoriju, sabiedrības locekļi, kas iesaistās mediju kritikā, un arī politiskie dalībnieki, kuri var nolemt ieviest likumā noteiktus instrumentus, kas neapšaubāmi ir neatkarīgi no politisko lēmumu pieņemšanas (jo citādi tā būtu valsts iejaukšanās). Dažās valstīs ar ierobežotu mediju atbildības praksi ārvalstu dalībnieki, piemēram, fondi, arī var būt motivēti palīdzēt šādu instrumentu izveidē.

Ņemot vērā šo instrumentu daudzveidību, jebkurš mēģinājums kartēt un salīdzināt mediju atbildību dažādās valstīs prasa plašu izpratni par šo jomu. Lai gan vienā valstī varētu trūkt funkcionējošas preses padomes, mediju darbību novērošanas organizācijām, iespējams, varētu būt nozīmīga loma mediju atbildības nodrošināšanā — svarīgs ir rezultāts, nevis instruments. *Mediadelcom* pētījumu konsorcijs ņēma vērā šo plašo ideju (Fengler et al, 2022) un analizēja gan galvenos notikumus mediju atbildības jomā mūsu gadsimta pirmajās divās desmitgadēs, gan valstu iespējas uzraudzīt šo jomu.

Šķiet, ka neatkarīgas mediju padomes kā klasisks mediju pašregulācijas instruments saglabā galveno lomu attiecībā uz mediju atbildību Eiropā. Tika konstatēts, ka valstīs ar labi izveidotām padomēm (Vācijā, Zviedrijā), kā arī valstīs, kurās ir zināmas pretrunas saistībā ar šādām padomēm (piemēram, Igaunijā, kur ir divas konkurējošas padomes), ir arī diezgan aktīvas akadēmiskās debates par mediju atbildību. To varēja novērot arī Austrijā, kur 2010. gadā no jauna dibināta preses padome iezīmēja pārmaiņas uzraudzības darbībā. Šādu instrumentu trūkums bieži vien ir saistīts ar ierobežotu profesionālo interesi vai polarizāciju žurnālistu aprindās (piemēram, Polijā, Ungārijā). Latvijā mediju darbības atbildība kopš 2017. gada ir Latvijas Mediju ētikas padomes pārziņā. To izveidojušas lielākās mediju organizācijas, lielākā daļa Latvijas mediju ir padomes biedri. Lēmumus par mediju ētikas pārkāpumiem, atbilstoši pieņemtajam Ētikas kodeksam, pieņem padomes locekļi, kas pārstāv mediju jomas profesionālās organizācijas, universitātes, kas piedāvā žurnālistikas un mediju studijas, un dažādus mediju uzņēmumus.

Sabiedrības vai mediju tirgus dalībnieku iniciatīvas, lai aizpildītu šo plaisu, ir diezgan reti sastopamas, pat ja pastāv akadēmiskas debates par to, “ko žurnālistiem vajadzētu darīt”. Tā kā šķiet, ka pastāv zināma mijiedarbība starp veiksmīgu atbildības

rīku esamību un aktīvas uzraudzības telpu, mēs varam šeit apzināt gan risku, gan iespēju, jo viena joma var ietekmēt attīstību otrā – gan negatīvā, gan pozitīvā veidā.

Atsauces un informācijas avoti:

Bardoel, J., & d'Haenens, L. (2004). Media responsibility and accountability: New conceptualizations and practices. *Communications*, 29, 5-25.

Bertrand, C. J. (2000). *Media ethics & accountability systems*. Transaction.

Fengler, S. (2019). Media accountability. In *The international encyclopedia of journalism studies*. <https://doi.org/10.1002/9781118841570.iejs0078>

Fengler, S., Eberwein, T., Karmasin, M., Barthel, S., & Speck, D. (2022). Media accountability. A global perspective. In S. Fengler, T. Eberwein, & M. Karmasin (Eds.), *The global handbook of media accountability* (pp. 3-57). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429326943-2>



Žurnālistikas ilgtspējas monitorings – kritiskie faktori

Pēters Berglesz & Marts Otss

Žurnālistikas attīstības, tās ilgtspējas un ilgtermiņa darbības mediju sistēmas ietvaros pamatā ir vairāki būtiski nosacījumi. Par tādiem jāuzskata tirgus situāciju (piemēram, īpašumtiesību struktūras, ienākumu avoti u.c.); sabiedrisko mediju uzņēmumu attīstību; producēšanas apstākļus (piemēram, digitalizācijas ietekmi; resursus pētnieciskajai žurnālistikai un starptautiskajai informācijai); darba apstākļus un darbinieku dažādības līmeni, piemēram, līdzsvaru starp darba ņēmējiem vīriešiem un sievietēm, un žurnālistu kompetenci, tostarp izglītību, apmācības un profesionālisma uztveri.

Valstī pieejamais monitorings

Tā kā jāņem vērā dažādi nosacījumi, žurnālistikas situācijas monitoringam nepieciešams plašs datu klāsts. Vispirms ir jāpārbauda, vai ir aktori, kuri nodrošina monitoringam nepieciešamo datu klāstu. Dažas institūcijas, piemēram, valsts iestādes vai pētniecības institūti apkopo dažādu avotu datus no un monitorē žurnālistikas situāciju kāda noteikta mērķa vārdā, šādi dati var būt labs pamats monitoringa attīstīšanai.

Tālāk ir jāmeklē longitudināli jeb turpinājumpētījumu dati, kas tiek iegūti un papildināti katru gadu. Strukturēti dati, kas ievākti dažādos laika posmos, ļauj novērot, kā žurnālistika mainās laika gaitā, un izdarīt secinājumus par pārmaiņām. Tie arī atklāj tendences, kas ļauj veidot nākotnes prognozes un scenārijus. Ideālā gadījumā šādi dati tiek vākti katru gadu ar līdzīgām metodēm, ļaujot salīdzināt, piemēram, mediju

organizāciju skaitu, līdzsvaru starp sabiedriskajiem un komerciālajiem medijiem, žurnālistu bezdarba līmeni, digitalizācijas ietekmi uz redakcijas darbu un citi.

Monitoringa kvalitāte

Zemas kvalitātes dati ir saistīti ar monitoringa riskiem. Bieži informāciju par žurnālistikas apstākļiem un sniegumu piedāvā plašs iesaistīto loks. Tāpēc galvenais izaicinājums ir novērtēt datu avotu ticamību, drošumu un nepārtrauktību. Vērtējot monitoringa iespējas, augsts akadēmisko pētījumu līmenis tiek uzskatīts par labu pamatu, jo šīs zināšanas ir iegūtas ar zinātniskām metodēm, lai gan, protams, arī zinātne var būt laba un slikta. Vienā sabiedrībā dažādu dalībnieku statuss un leģitimitāte datu iegūšanai par žurnālistikas ilgtspēju var atšķirties.

Tēmu atspoguļojums

Līdzās kvalitātei svarīga ir datu daudzveidība, jo var būt tā, ka vienu žurnālistikas jomu raksturojošu datu ir nesamērīgi daudz, bet cita veidu datu trūkst. Piemēram, ir labi zināms, ka reklāmas nozares pieprasījuma dēļ plašs un attīstīts pētniecības aģentūru un tehnoloģiju uzņēmumu sektors nodarbojas ar mediju lietojuma monitoringu, nosakot to, ko, kas un cik ilgi lieto. Tajā pašā laikā var būt daudz grūtāk atrast datus par apstākļiem, kas nav to uzņēmumu interešu lokā, kuri parasti finansē datu sagatavošanu - tā ir reklāmas nozare, politikas veidotāji un mediju regulācijas iestādes. Piemēram, mēs ļoti maz zinām par darba apstākļiem redakcijās vai žurnālistikā kopumā.

Monitoringa datu un zināšanu pieejamība

Visbeidzot, svarīgs aspekts ir datu pieejamība. Pētnieku radītās zināšanas bieži vien ir publiski pieejamas. Taču liela daļa informācijas par žurnālistu radīto saturu (lietotāju metrika, algoritmu dati u.c.) paliek mediju uzņēmumos, un tas vēlāk rada grūtības novērtēt to, kā konkrētā sabiedrībā attīstās žurnālistika.

Informācijas avots:

Berglez, P., Olausson, U. & Ots, M. (Eds.).(2017). Sustainable journalism. Integrating the environmental, social and economic challenges of journalism. Peter Lang.



Ko var uzskatīt par žurnālistu?

Kā monitorēt žurnālistus un viņu profesionālās kompetences?

Lenka Waškova Cisarova

Skatoties Holivudas filmas un lasot populāro literatūru, varētu domāt, ka žurnālista identitāte ir skaidri nošķirama. Iespējams, tas ir harizmātisks cilvēks, kurš ar informācijas avotu tiekas pazemes garāžā un dienas laikā publicē atklājumus. Bet tāpat kā TV pārraides par ārstiem nemāca mums kā, piemēram, izgriezt aklo zarnu, populāri žurnālistu attēlojumi neatklāj visu patiesību par žurnālista profesiju.

Ja vēlaties noskaidrot, kurš saucams par žurnālistu un ko par žurnālistiem varam uzzināt, jums galvenokārt ir divas pretējas iespējas. Vai nu kopā ar Teriju Pračetu (*Terry Pratchett*) (2001) naivi brīnīties, kā “parastie” cilvēki kļūst par žurnālistiem un kurš nosaka, ko viņiem rakstīt vai ierakstīt. Vai arī vairāk iedziļināties tajā, kas varētu būt žurnālists un kādas kompetences ideālā gadījumā viņam būtu vajadzīgas. Kā būtu, ja mēs dotos šajā ceļojumā?

Žurnālista definīcija

Laikā, kad paplašinās žurnālistikas jēdziens, mēs žurnālistu varam raksturot kā profesionālu mediju satura veidotāju, kas būtībā ir ikviens, kurš atkārtoti veido profesionālu saturu medijiem (piemēram, pilna laika žurnālists, pusslodzes žurnālists, ārstata darbinieks, redaktors, galvenais redaktors, foto žurnālists, fotoreportieris u.c.) (Deuze, 2005). Lai varētu definēt šādus profesionāļus, pateikt, kas viņi ir un ko viņi dara, ir jānosaka skaidras identitātes robežas un attiecīgi šādi jāfokussē mūsu pētījumi. Tas arī

palīdz arī orientēties tajā, ko sagaida sabiedrība, jo žurnālisti ir viens no galvenajiem aktoriem izsvērtas demokrātijas veidošanā.

Kompetences

Viens no veidiem, kā definēt žurnālistu, ir pievērsties viņu profesionālajām kompetencēm. Ja mēs saprotam profesionālo kompetenci kā indivīda vai visas profesionālās komandas potenciālo spēju sekmīgi risināt noteiktas situācijas vai veikt noteiktu uzdevumu vai darbu, tad mēs varam jautāt, ko, no vienas puses, var sagaidīt un vēlēties no žurnālistiem un, no otras puses, ko žurnālisti savā darbā izmanto (Willnat, Weaver & Choi, 2013). Tādējādi mēs varam pievērsties žurnālista profesijai un kompetencēm, lai tās labāk iepazītu un noskaidrotu, vai visiem žurnālistiem tās ir vienādas. Šīs kompetences iever ētiku, prasmes, motivāciju, godīgumu un zinātkāri.

Analizējot šīs kompetences, varam arī identificēt iespējamus riskus, ar kuriem žurnālisti saskaras, veicot savus darba pienākumus. Piemēram, kas notiek, ja kāds žurnālists neievēro atbilstošos ētikas principus vai redakcionālo politiku? Situācijas var atšķirties: žurnālists var zaudēt reputāciju profesionālajās aprindās, darba devēja viņam var uzlikt vienreizējas sankcijas, bet viņš var arī zaudēt darbu un/vai auditorijas uzticību.

Viena no nozīmīgākajām žurnālistikas vērtībām ir profesionālā autonomija – neatkarība no ietekmes gan redakcijā, gan ārpus tās. Čehijas kontekstā varam sekot žurnālista Mareka Pribila (*Marek Přebil*) piemēram, kurš tika atlaists no toreizējam premjerministram Andrejam Babišam (*Andrej Babiš*) piederošās izdevniecības *Mafra*. Viņš zaudēja darbu pēc tam, kad anonīmi tika publiskoti Babiša un žurnālista sarunas ieraksti, kuros viņi apsprieda virkni kritisku rakstu par īpašnieka politiskajiem oponentiem. Turklāt 155 žurnālistu grupa no izdevniecības norobežojās no Pribila darbībām, nākot klajā ar kopīgu paziņojumu (iDnes, 2017) un nosaucot šīs darbības par “neprofesionālām un amorālām” (kontekstu skat. Kotisova & Waschková Císařová, 2023).

Pētnieki var risināt jautājumu par žurnālistikas kompetencēm gan valsts, gan starptautiskā līmenī, veicot salīdzinošus pētījumus. Lai varētu monitorēt profesionālu ziņu veidotāju kompetenci, mēs nolēmām koncentrēties galvenokārt uz žurnālista zināšanām, prasmēm, praksi, lomām, kultūru un vērtībām, jo tās vislabāk raksturo žurnālistiku (Hanitzsch & Vos, 2017).

Šīs tēmas ir ļoti plašas, taču tās sniedz elastīgu priekšstatu par žurnālista profesiju, kompetencēm un par to, kā žurnālists var sekmēt informētas sabiedrības un mediju

politikas veidošanos. Tāpēc, ja vēlamies potenciāli monitorēt šādu tēmu, jāņem vērā vairāki faktori: kopaina, dažādi mediju darba analīzes līmeņi (piemēram, starptautiskais, nacionālais, lokālais; sistēmiskais, organizācijas, individuālais) un dažādi laika periodi. Lai apmierinātu šādas gaidas, monitoringa procedūrai ir jābūt gan deduktīvai – longitudināli kartējot sistēmisko un organizatorisko līmeni, iekļaujot nacionālas valsts un/vai starptautiskos ietvaros, un pakāpeniski nonākot līdz žurnālista individuālajam līmenim, gan arī induktīvai – pārejot no atsevišķiem dalībniekiem (žurnālistiem) uz datu kartēšanu sistēmiskā līmenī.

Šīs pieejas pamatā ir zināšanu iegūšana, jo, monitorējot žurnālista profesiju un kompetences, iespējams novērtēt izsvērtas komunikācijas riskus un iespējas. Tādā veidā var aptvert noteiktu laika posmu, piemēram, 20 gadus konkrētu valstu žurnālistikas pētījumu vēsturē (Mediadelcom, 2022), ņemt vērā visus iespējamus atbilstošu datu avotus (universitātes un pētnieciskie institūti, nozares pētījumi un NVO), monitorēt valsts līmeņa datus un starptautisku salīdzinošu pētījumu (piemēram, *Worlds of Journalism*) rezultātus un, visbeidzot, bet ne mazāk svarīgi - apsvērt esošo datu kvalitāti un to pieejamību visiem sabiedrības locekļiem.

Atsauces un informācijas avoti:

- Deuze, M. (2005). What is journalism? Professional identity and ideology of journalists reconsidered. *Journalism*, 6(4), 442-464.
- Hanitzsch, T. & Vos, T. P. (2017). Journalistic roles and the struggle over institutional identity: The discursive constitution of journalism. *Communication Theory*, 27, 115-135.
- Babiš selhal, kolega se choval nemorálně, uvedli novináři MF Dnes a iDnes.cz. (2017, May 4). *iDnes*. <https://www.idnes.cz>
- Kotissova, J. & Waschková Císařová, L. (2023). "I know which devil I write for": Two types of autonomy among Czech journalists remaining in and leaving the Prime Minister's newspapers. *The International Journal of Press/Politics*, 28(1), 238-256.
- Mediadelcom. (2022). Risks and opportunities related to media and journalism studies (2000–2020). Case study on the national research and monitoring capabilities. In *Studies on national media research capability as a contextual domain of the sources of ROs. Approaching deliberative communication: Studies on monitoring capability and on critical junctures of media development in 14 EU countries*, CS1, D-2.1. <https://www.mediadelcom.eu/publications/d21-case-study-1/>
- Pratchett, T. (2001). *The truth*. Harper Collins.
- Willnat, L., Weaver, D. H. & Choi, J. (2013). The global journalist in the twenty-first century. *Journalism Practice*, 7(2), 163-183.
- Worlds of Journalism*. <https://worldsofjournalism.org>



Kas uzkrāj mediju lietojuma datus?

Ragne Kouts-Klemma, Iveta Jansova & Lilija Raičeva

Katra Eiropas valsts regulāri vāc informāciju par to, kā tās iedzīvotāji izmanto medijus. Mēs daudz zinām par auditoriju un par to, kā tā piekļūst medijiem, taču šī informācija ne vienmēr tiek kopīgota. Kāpēc tas netiek darīts?

Kā secina somu pētnieks Juha Herkmans (*Juha Herkman*) (2008), mediju lietojuma dati tāpat kā mediju industrija kopumā arvien vairāk traktē kā lielo biznesu. Mediju kompānijas ir ieinteresētas informācijā par auditorijām un to raksturojumā, jo tas ļauj labāk nodrošināt lietotājiem pievilcīgu saturu un pārdot dažādiem uzņēmumiem un citiem ieinteresētajiem iespēju sasniegt savu auditoriju, t.i., nodrošina vietu viņu reklāmai.

Kas veic pētījumus?

Komerčiālās pētniecības kompānijas, kas vāc datus par mediju lietošanu, sniedz informāciju par mediju auditoriju, to satura popularitāti salīdzinājumā ar citiem, kā arī auditorijas sociāldemogrāfisko profilu. Visi šie dati ir monetizējami. Lielākie datu ieguvēji Eiropā ir starptautiskā mērogā strādājošas pētniecības kompānijas kā *Nielsen*, *Kantar*, *Reuters*, *GfK* u.c. Tās balstās pārbaudītā un verificētā metodoloģijā, kas ļauj mediju uzņēmumiem pieņemt biznesa lēmumus.

Arī paši mediji, pateicoties tiešsaistes vides sniegtajām iespējām, var izziņāt savus lietotājus un analizēt auditorijas uzvedību, balstoties uz tīmekļa metriku. Tas, protams, notiek paralēli klasiskākiem pētījumiem, izmantojot auditorijas mērījumu instrumentus, kas dod iespēju noteikt, piemēram TV raidījumu skatītāju skaitu un skatīšanās ilgumu. No tiešsaistes lietotāju datiem tiek iegūti dati tikai par dažiem

auditorijas raksturlielumiem, un zinātnieki apgalvo, ka šādā veidā lietotāji ir kā nepārtraukti saistīti datu plūsmas krustpunkti bez skaidras identitātes (Fisher & Mehozay, 2019). Datu īpašnieki reti var veikt sarežģītu analīzi, lai saprastu auditoriju kā unikālas personas. Tas arī saistīts ar faktu, ka, lai arī uzņēmumi/satura nodrošinātāji spēj savākt lielu datu apjomu (t.s. lielos datus), viņi joprojām īsti nespēj tos analizēt un izmantot turpmākajās stratēģijās. Piemēram, komerciālās un sabiedriskās raidorganizācijas līdzās virszemes apraidei piedāvā arī pakalpojumus pēc pieprasījuma, kas tām ļauj ievākt lielos datus par savu pakalpojumu lietojumu, tomēr mediju nozares pārstāvji atklāj, ka joprojām nespēj pilnībā izmantot šos datus, jo zaudē lielākiem ārzemju pakalpojumu sniedzējiem, piemēram, *Netflix* un citiem. Vēl viens šāds slānis ir abonēšanā balstīti pakalpojumi (t.i., maksas laikraksti, maksas video pakalpojumi pēc pieprasījuma u.c.), kas atsakās dalīties ar saviem lietotāju datiem ar citiem (gan akadēmisko, gan publisko sfēru).

Kā redzam, lai gan ir ļoti daudzveidīgi un visaptveroši dati par mediju izmantošanu, tiem nereti var piekļūt tikai atsevišķi nozares spēlētāji. Dati pieder komerciāliem mediju uzņēmumiem, platformām un komerciālo pētījumu aģentūrām. Šos datus reti izmanto, lai radītu kopēju labumu (zināšanu veidošanai, politikas plānošanai, lietotāju tiesību nostiprināšanai). Tomēr ir daži izņēmumi. Dažās valstīs valsts un privātais sektors ir veiksmīgāk vienojušies par datu kopīgošanu. Valstīs ar lielāku komerciālo mediju datu caurredzamību, zināšanas var izmantot kā pamatu pareizai mediju politikai, kas ir labvēlīga mediju nozarēm, auditorijai un demokrātijai.

Vēl viens svarīgs datu vākšanas avots ir akadēmiskās institūcijas un universitātes. To mērķis ir izprast lietotāju mediju "universus", to, kā mediji var paplašināt lietotāju iespējas vai kļūt par to pašrealizācijas instrumentu. Ja datu vākšana centrēta uz lietotāju, tā var dot ieguldījumu politikā ar mērķi uzlabot lietotāju kompetenci sabiedrības un demokrātijas attīstībai. Šāda veida datu vākšanā ir jāievēro augsti pētniecības ētikas standarti, dalībnieki jāiesaista, ievērojot brīvprātības principu un atbildīgi jāattiecas pret sekām, ar kurām auditorija varētu saskarties pēc secinājumu izdarīšanas vai izmaiņu ieviešanas. Šāda veida datu vākšanai ir jābūt pietiekami daudzveidīgai, lai varētu veikt sarežģītu analīzi. Apraksts par datu vākšanu akadēmiskiem nolūkiem liek secināt, ka akadēmiskajai pētniecībai ir nepieciešams daudz resursu. Tas nozīmē, ka akadēmisko datu iegūšana notiek reti, vēl retāka ir longitudināla datu vākšana.

Atsauces un informācijas avoti:

Bird, S. E. (2011). Are we all producers now? Convergence and media audience practices. *Cultural Studies*, 25(4-5), 502-516. <https://doi.org/10.1080/09502386.2011.600532>

ESOMAR – ethics and guidelines for commercial audience research: <https://esomar.org/codes-and-guidelines>

Fisher, E., & Mehozay, Y. (2019). How algorithms see their audience: Media epistemes and the changing conception of the individual. *Media, Culture & Society*, 41(8), 1176-1191.

Herkman, J. (2008). Current trends in media research. *Nordicom Review*, 29(1), 145–159.



Kā tas viss ir saistīts?

Mediju kompetences (un pētījumi), risku un iespēju pētniecība un izsvērtā komunikācija

Alnis Stakle & Anda Rožukalne

Kā mūsdienu cilvēks var orientēties sarežģītajā mediju ekosistēmā? Kā katrs no mums var labāk izmantot mūsdienu daudzveidīgo mediju priekšrocības? Kāds ir līdzsvars starp līdzdalību komunikācijā, radošuma izpausmi un dažādu spēlētāju iespējamo ietekmi komunikācijas vidē?

Apzinoties mūsdienu komunikācijas vides mainīgos procesus un gan sabiedrības, gan indivīdu iespējas tos apgūt, saprast un izmantot, politikas veidotāju, pedagogu un komunikācijas speciālistu uzmanības lokā ir nonākušas ar medijiem saistītās kompetences. Turklāt medijpratība un mediju izglītība tiek izceltas kā risinājums dezinformācijai, politiskajai polarizācijai un manipulācijām, pievēršoties kritiskās domāšanas nozīmei citu kompetenču vidū.

Mediju kompetences ir plašs jēdziens, kas vēsturiski saistīts ar audiovizuālo mediju (t.i., radio un TV) attīstību, kas ir paplašinājies, iekļaujot lasīšanas, tiešsaistes un digitālās pratības jēdzienu. Ir bijušas ļoti dažādas un dažkārt pat pretrunīgas idejas par mediju kompetencēm kā prasmju kopumu, kas nodrošina mediju auditorijai dažādus rīkus informācijas analīzei un izpratnei. Mediju kompetences ietver iespēju piekļūt dažādiem vēstījumiem vai stāstījumiem analogajos un digitālajos medijos, lasīt, analizēt un atšifrēt šajos ziņojumos ietvertu saturu, atpazīt vēstījumu komunikācijas modeļus un to veidošanā iesaistītos aktorus, kritiski novērtēt vēstījumus un izveidot savus vēstījumus saziņas, darba sabiedrībā un izklaides nolūkos.

Pilsoniskās sabiedrības stiprināšana

Tomēr mediju kompetenču jēdziens nav saistīts vienīgi ar iepriekš minētajām prasmēm. Tiek uzskatīts, ka tās varētu arī mainīt uzvedības modeļus, lai pārvarētu personiskās un kolektīvās drošības riskus. Tādējādi mediju kompetences tiek uztvertas kā nepārtrauktā attīstībā esošs prasmju kopums, kas atbalsta demokratizāciju, sociālo līdzdalību un tiesiskumu. Šis jēdziens vienlaikus sakņojas gan sabiedriskā protekcionisma paradigmā, gan pilsoniskās sabiedrības stiprināšanā. Tas atspoguļo nepieciešamību nodrošināt mediju auditorijai drošu publiskās komunikācijas vidi un iespēju apgūt mediju kompetences. Tāpēc diskusija par problemātiskajiem jautājumiem ir saistīta ar līdzsvara atrašanu starp sabiedrības morālo paniku, kas saistīta ar mediju ietekmi, un nepieciešamību regulāri pārdefinēt tādas demokrātiskas sabiedrības vērtības kā vārda brīvība un plurālisms.



Pašreizējais mediju kompetenču ietvars ir balstīts uz trīs vēsturiski savstarpēji saistītiem diskursiem. Pirmkārt, mediju kompetences no protekcionisma perspektīvas tiek aplūkotas caur mediju efektu diskursu. Mediji tiek raksturoti kā spēcīgas tehnoloģijas, kas ļoti īsā laikā spējušas būtiski pārveidot katra cilvēka dienaskārtību. Galvenā uzmanība tiek pievērsta arvien pieaugošajam ekrāna lietošanas laikam,

uzsverot risku, ka nekontrolētam mediju patēriņam var būt negatīva ietekme uz tradicionālo vērtību izpratni un sociālajām attiecībām. Galvenie draudi, kas izriet no intensīvas mediju izmantošanas, ir saistīti ar dezinformācijas izplatīšanu, piekļuvi vardarbībai un pornogrāfijai, alkohola, tabakas un azartspēļu reklāmas izplatīšanos, autortiesību pārkāpumiem, seksisma un rasisma nostiprināšanos, sabiedrības veselības riskiem un kiberhuligānismu.

Otrkārt, mediju kompetenču interpretācija saistībā ar realitātes atspoguļojumu un tās izpratni ir skatījums, kas balstīts uz semiotiku, kritiskajām kultūras studijām un mediju ekoloģijas diskursu. Šajā skatījumā tās tiek uztvertas kā prasmju kopums, kas stiprina auditorijas spēju atklāt komerciālo komu ietekmi uz mediju saturu un atšifrēt ideoloģiski piesātinātus, aizspriedumainus uzskatus par ģimeni, vecumu, šķiru un rasi. Žurnālistika tiek uzskatīta par profesionālu darbību, kas konstruē realitāti un atmasko aizspriedumus; auditorijai ir jāsaprot žurnālistikas ētika un mediju īpašnieku intereses.

Treškārt, mediju kompetences pedagoģijā tiek aplūkotas kā vecumam raksturīgu prasmju kopums, kas nepieciešams, lai droši un mērķtiecīgi piedalītos mediētajā komunikācijā un digitālajā kultūrā kopumā.

Mediju kompetenču apgūšana

Veicinot digitālās kultūras izpratni un apguvi mainīgā mediju vidē mediju kompetences iegūst arvien būtiskāku lomu mediju izglītībā, rosinot auditoriju turpināt apgūt jaunās prasmes pašmācības ceļā un savstarpējās mācīšanās procesā.

Katrā no šiem uzskatiem mediju kompetences tiek interpretētas kā ielaušanās mediju varas struktūrās un valdošajās ideoloģijās, tomēr pieejās jautājumiem par izmaiņām institucionālajā un politiskajā varā, realitātes atspoguļošanā un konstruēšanā un izpratnē par personīgo un sociālo identitāti mediju pedagoģijā ir pamanāma diskursa atšķirība.

Mediju kompetences un izsvērtā komunikācija

Izsvērtās komunikācijas ietvaros mediju kompetence kļūst par meta kompetenci, kas nodrošina gan ietvaru, gan saturu personīgo un kolektīvo vērtību, argumentu, diskusiju un normu līdzsvarošanai. Izsvērtās komunikācijas virsmērķis ir izveidot ilgtspējīgu komunikācijas ekosistēmu, kas balstīta uz empātiskām un argumentētām debatēm, neierobežojot savstarpēju kontaktu iespējas starp indivīdiem un dažādām sociālajām grupām, lai vienotos par vērtībām un sabiedrības interesēm atbilstošu lēmumu pieņemšanu.

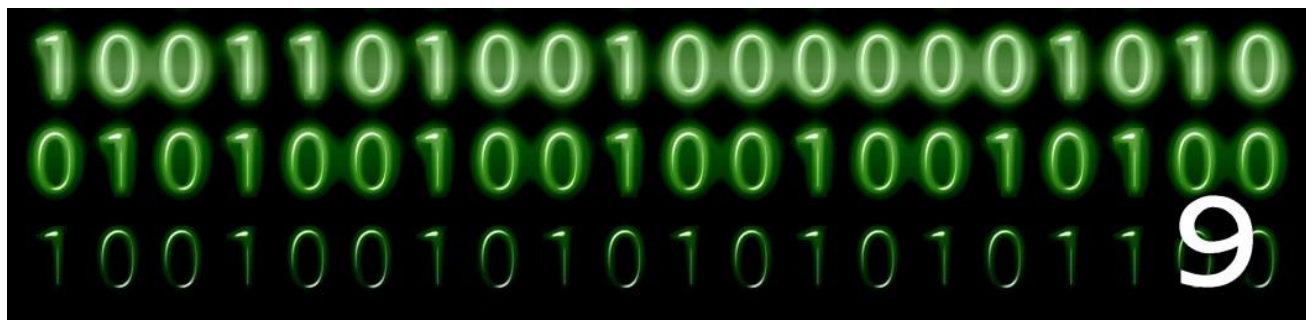
Mediju kompetenču monitorings

Mediju kompetences ES tiek monitorētas dažādos pētījumos, atsevišķām prasmju jomām kā, piemēram, auditorijas digitālajām prasmēm, personas datu drošībai, iegūto mediju kompetenču līmeņa pašnovērtējums un nepieciešamība tās apgūt, kritisks informācijas patēriņš un maldinošas informācijas atpazīšana. Viens no šādiem pētījumiem, piemēram, ir starptautiskais pētniecības projekts *EU Kids Online (Eiropas Savienības bērni tiešsaistē): Eiropas bērnu tiešsaistes iespēju, risku un drošības izpēte – Mediju lietotprasmes prakses un darbību kartēšana ES-28* –, ko publicēja Eiropas Audiovizuālā observatorija, Sofijas Atvērtās sabiedrības institūta Mediju lietotprasmes indekss. Dati par Latvijas iedzīvotāju mediju kompetenču līmeni atrodami gan šeit minētajos starptautiskajos pētījumos, gan tiek apkopoti universitāšu un vairāku institūciju (piemēram, NEPLP, Kultūras ministrija) pētījumos.

ES valstīs ir dažādas pieejas un tradīcijas mediju kompetences pētījumiem, kas apgrūtina datu savstarpēju salīdzināšanu. Longitudināla un starptautiski salīdzinošs ar medijiem saistīto kompetenču monitorings, kas balstītos izsvērtas komunikācijas indikatoros, sniegtu izpratni par korelāciju starp dažādu sociālo grupu izsvērtu komunikāciju un ar medijiem saistīto kompetenču līmeņiem.

Informācijas avoti:

- Friesem, Y. (2023). *The Routledge handbook of media education futures post-pandemic*. Routledge.
- Hobbs, R. (2021). *Media literacy in action: Questioning the media*. Lanham, Rowman & Littlefield.
- Jones, S., Dawkins, S. & McDougall, J. (2023). *Understanding virtual reality: Challenging perspectives for media literacy and education*. Routledge.
- Potter, W. J. (2021). *Media literacy*. SAGE.



Nestriktās kopas kvalitatīvās salīdzinošās analīzes loma

izsvērtas komunikācijas risku un iespēju skaidrošanā

Dina Vozaba, Zrinka Peruško & Filip Trbojevičs

Pateicoties pieaugošajai interesei par salīdzinošajiem komunikācijas pētījumiem, starptautiskā un Eiropas līmenī ir pieejami daudzi pētniecības projekti un uzraudzības instrumenti, kas varētu būt noderīgi mediju risku un iespēju novērtēšanā. Līdztekus senākiem instrumentiem, kas monitorē preses brīvību visā pasaulē, piemēram, *Freedom House* un *Reporters Sans Frontières*, ir daudz citu pētniecības un monitoringa projektu. Eiropas līmenī visievērojamākais monitoringa instruments ir mediju plurālisma monitoringa instruments, kas novērtē riskus Eiropas mediju sistēmās plurālisma un daudzveidības sasniegšanai. Tomasa Haniča (*Thomas Hanitzsch*) vadītajā pētījumā *Žurnālistikas pasaules (Worlds of Journalism study)* ir analizēts žurnālistikas stāvoklis kopš 2007. gada, un *Reuters* Žurnālistikas studiju institūts Oksfordas universitātē ir pētījis digitālo ziņu auditoriju kopš 2012. gada. Tāpēc tagad ir vairāk pētījumu un datu, kas ļauj pētniekiem izvirzīt inovatīvus salīdzinošo pētījumu jautājumus. Tomēr metodoloģijas ziņā ir mazāka dažādība, jo dominē kvantitatīvās pieejas (Downey, 2020).

Projektā *Mediadelcom* izmantojam diezgan inovatīvu metodiku mediju un komunikācijas pētījumos, novērtējot riskus un iespējas izsvērtas komunikācijas attīstībai. Lai gan vairāki autori ir iestājušies par nestriktu kopu kvalitatīvās salīdzinošās analīzes (fsQCA) izmantošanu salīdzinošajos mediju pētījumos (Downey, 2020; Downey & Stanyer, 2010), un arvien vairāk pētījumos ir izmantota šī metode (piemēram, Büchel et al., 2016; Humprecht & Büchel, 2013; Peruško et al., 2021), tās izmantošana salīdzinošajos mediju pētījumos, kas joprojām galvenokārt balstās uz kvantitatīvām pieejām, joprojām ir ierobežota (Downey, 2020).

FsQCA ir vairākas priekšrocības salīdzinājumā ar kvantitatīvajām pieejām. FsQCA metode savieno kvalitatīvo un kvantitatīvo loģiku salīdzinošajos pētījumos un var sniegt bagātīgus un sarežģītus skaidrojumus par to, kā dažādi cēloņsakarības apstākļi izskaidro noteiktus rezultātus. Metodoloģija ļauj iekļaut gan mazu-N, gan vidēju-N, gan lielāku-N gadījumu skaitu (Ragin, 2008), kas salīdzinoša pētījuma izstrādi padara elastīgāku. Metode atšķiras arī no korelācijas domāšanas (kas ir lineāra un simetriska), jo tā atzīst, ka attiecības starp sociālajām parādībām bieži ir asimetriskas un līdzvērtīgas. Asimetrija nozīmē, ka viena veida attiecības starp mainīgajiem neizslēdz citas iespējamās attiecības. Piemēram, ja tiek noteikta saikne starp attīstību un demokrātiju, tas neizslēdz, ka arī neattīstītās valstis varētu būt demokrātiskas (Ragin, 2008: 15.). Dažreiz vienam un tam pašam rezultātam ir vairāki cēloņsakarību skaidrojumi vai “cēloņsakarību receptes”. Mediju sistēmu attīstībā meklējam tieši šo līdzvērtību, risinot jautājumus par risku un iespēju tendencēm – valstis spēj sasniegt vienu mērķi, ejot dažādus ceļus. Piemēram, iespējams, ka dažos kontekstos izsvērtu komunikāciju varētu panākt ar labi regulētiem medijiem un spēcīgām atbildības sistēmām, savukārt citos to varētu panākt ar ilgtspējīgu žurnālistiku un labi informētu auditoriju, kas prot lietot medijus. Šī metode varētu labi darboties gan salīdzinošo pētījumu mikrolīmenī, gan mezolīmenī, gan makrolīmenī, un tā ir piemērota arī daudzlīmeņu parādību vai prakses, piemēram, transnacionālu plūsmu vai globalizētu mediju kultūru izpētei, un tai ir potenciāls izskaidrot izmaiņas laika gaitā (Downey, 2020).



Viens no svarīgākajiem analīzes aspektiem ir kalibrēšana, kas attiecas uz gadījumu piesaistišanu kopām, izmantojot vērtības no 0 līdz 1 (Ragin, 2008). Kopas var būt striktas, un tām ir tikai divas kategorijas. Tomēr, kā tas bieži notiek sociālajās zinātnēs,

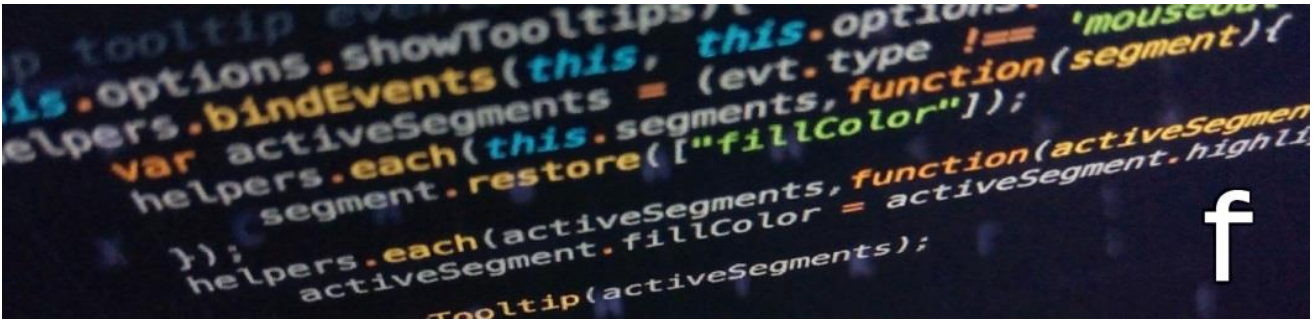
sociālās parādības ir sarežģītākas, un nestriktas kopas reaģē uz šo augstāko sarežģītību un niansēm. Piemēram, izmantojot nestriktās kopas, mēs varam identificēt, ka atsevišķi gadījumi pieder to valstu kopai, kurās ir mediju brīvība, kaut arī tie atrodas dažādos līmeņos – piemēram, Norvēģija, kas pasaules preses brīvības indeksā ir pirmajā vietā, un Itālija, kas 2022. gadā ir 58. vietā.

Mediadelcom ceļš

Mediadelcom projektā mēs analizējam, vai četri domēni – tiesiskais regulējums, žurnālistika, mediju lietošanas modeļi un mediju kompetences – ietekmē izsvērtu komunikāciju. Tādējādi mēs cenšamies analizēt, kādi ir ceļi, lai panāktu Eiropā izsvērtu komunikāciju, sniedzot sarežģītu cēloņsakarību niansētu kontekstuālu skaidrojumu.

Atsauces un informācijas avoti:

- Büchel, F., Humprecht, E., Castro-Herrero, L., Engesser, S., & Brüggemann, M. (2016). Building empirical typologies with QCA: Toward a classification of media systems. *The International Journal of Press/Politics*, 21(2), 209–232. <https://doi.org/10.1177/1940161215626567>
- Downey, J. (2020). Comparative communication research: Why we really need some more fuzzy thinking. *International Journal of Communication*, 14.
- Downey, J., & Stanyer, J. (2010). Comparative media analysis: Why some fuzzy thinking might help. Applying fuzzy set qualitative comparative analysis to the personalization of mediated political communication. *European Journal of Communication*, 25(4), 331–347. <https://doi.org/10.1177/0267323110384256>
- Humprecht, E., & Büchel, F. (2013). More of the same or marketplace of opinions? A cross-national comparison of diversity in online news reporting. *The International Journal of Press/Politics*, 18(4), 436–461. <https://doi.org/10.1177/1940161213497595>
- Oana, I.-E., Schneider, C. Q., & Thomann, E. (2021). *Qualitative comparative analysis using R: A beginner's guide* (1st ed.). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781009006781>
- Peruško, Z., Vozab, D., & Čuvalo, A. (2021). *Comparing post-socialist media systems: The case of Southeast Europe* (1st ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780367226787>
- Ragin, C. C. (2008). *Redesigning social inquiry: Fuzzy sets and beyond*. University of Chicago Press.



Meta analīze var būt stilīga!

Mediadelcom piemērs

Martins Ollers Alonso & Serdžio Splendore

Vēlamies jūs iepazīstināt ar modernu pieeju izsvērtas komunikācijas diahroniski salīdzinošai meta analīzei, kas ir pielāgota *Mediadelcom* metodei. *Mediadelcom* metodes galvenais mērķis ir izveidot daudzpusīgu diagnostikas instrumentu, kas darbojas kā vairāku scenāriju veidotājs. Bet tas vēl nav viss. Šī progresīvā metode piedāvā visaptverošu ar mediju uzraudzību un izsvērtas komunikācijas izpēti saistītu risku un iespēju izvērtējumu. Tā arī akcentē pētījumus un profesionālos centienus sociālās kohēzijas veicināšanai Eiropas Savienībā pēdējo divdesmit gadu laikā (2000.-2020.). Turklāt politikas veidotāji, pedagogi, mediju kritiķi, iestādes, studenti un mediju nozares profesionāļi var to izmantot nākotnes projektiem. Šī metodoloģija paver ceļu zināšanu un gudrības iegūšanai, kā arī zinātnes sasniegumu radīšanai. Piesprādzējieties, ļaudis!

Mediadelcom piedāvātais diagnostikas rīks ļauj vizualizēt Eiropas valstu pētījumos apzinātos izsvērtās komunikācijas riskus un iespējas, kā arī mediju uzraudzības telpas attīstību katrā valstī atsevišķi un salīdzinoši. Tā ir nozīmīga inovācija! Tā vietā, lai koncentrētos uz tradicionālajām Rietumeiropas valstīm, šī pieeja pievērš uzmanību tām Austrumeiropas valstīm, kuras bieži tiek ignorētas. Šī pieeja ietver četru galveno jomu, kas veido izsvērtas komunikācijas paradigmu, meta analīzi: (1) juridiskais un ētiskais regulējums; (2) žurnālistikas ziņu veidošana; (3) ar medijiem saistītas žurnālistu un sabiedrības kompetences; un (4) mediju izmantošanas modeļi.

Mediadelcom konsorcijs gatavojas pārsteigt pētniekus ar inovatīvu pieeju, kuras mērķis ir izvērtēt pētījumu un datu pietiekamību, lai prognozētu Eiropas mediju telpas pētniecības tendences, veicot holistisku meta analīzi par mediju un institūciju transformāciju Eiropas Savienībā, galvenokārt Austrumeiropas reģionā. Laikmetā, kad

šķiet, ka pasaule brūk un Eiropas sapnis ir radikālu ideoloģiju ielenkumā, izglītība, pētniecība un komunikācija kļūst par mūsu slepenajiem ieročiem, lai cīnītos ar riskiem, ko rada šis jaunais, normālais stāvoklis. Apstākļos, kad Covid-19 izplatība, globālā spriedze, ekonomiskie satricinājumi un mainīgā varas dinamika satricina ES stabilitāti, ir pienācis laiks piesprādzēties un ienirt šajā aizraujošajā izaicinājumā.

Mediadelcom konsorcijs gatavojas pārsteigt pētniekus ar inovatīvu pieeju, kuras mērķis ir izvērtēt pētījumu un datu pietiekamību, lai prognozētu Eiropas mediju telpas pētniecības tendences, veicot holistisku meta analīzi par mediju un institūciju transformāciju Eiropas Savienībā, galvenokārt Austrumeiropas reģionā. Laikmetā, kad šķiet, ka pasaule brūk un Eiropas sapnis ir radikālu ideoloģiju ielenkumā, izglītība, pētniecība un komunikācija kļūst par mūsu slepenajiem ieročiem, lai cīnītos ar riskiem, ko rada šis jaunais, normālais stāvoklis. Apstākļos, kad Covid-19 izplatība, globālā spriedze, ekonomiskie satricinājumi un mainīgā varas dinamika satricina ES stabilitāti, ir pienācis laiks piesprādzēties un ienirt šajā aizraujošajā izaicinājumā.

Pievienojieties mums šajā ceļojumā, lai atklātu datu spēku un pārvērstu to gudrībā labākas nākotnes veidošanai!

Itālijas komanda un Mediadelcom konsorcijs

Lai uzlabotu pētniecības un monitoring iespējas, jānodrošina datu pieejamība atvērtos digitālos formātos un strukturētos formātos. Digitālajos džungļos visapkārt virmo haotiska datu un informācijas vētra, kamēr viltus lietpratēji gari un plaši izrunājas, cerot mūs apmulsināt. Kāds ir viņu mērķis? Jūsu minējums ir tikpat labs kā manējais. Uzmanieties no kibermiglas un esiet prātīgi!

Ir jāveic pasākumi, lai uzlabotu datu ticamību un sekmētu to pieešanu demokrātijas izplatīšanā. Pasaule ir nonākusi dubultā postā: vīrusu vētra, kas nodara postu mūsu veselībai, un lipīgs šaubu vilnis, kas mazina mūsu uzticēšanos. Vai aiz tā visa slēpjas kāds iemesls? Analizējot pētījumu pieejamību izvērtas komunikācijas un sociālās kohēzijas apakšnozarē ES, atklājās, ka datu pieejamība nav vienīgais problēmjaucējums; dažādu dalībnieku sniegtie dati bieži vien nav pieejami. Piemēram, dati no universitātēm un valsts iestādēm ir reti pieejami, savukārt dati no starptautiskām organizācijām nav apstrādājami un tiem trūkst strukturēta formāta. Lieli salīdzinošie pētījumu projekti nav ikgadēji, un datu no mediju nozares iestādēm un neatkarīgām organizācijām ir maz. Sadarbības trūkums starp komunikācijas procesa dalībniekiem Eiropā rada ekonomisku un politisku faktoru ietekmētu mediju vidi, kas

kavē plurālismu un neatkarīgas žurnālistikas attīstību. Šī situācija atspoguļojas mediju politikā, kas ir nepietiekama un neefektīva, ļaujot dominējošiem dalībniekiem veidot noteikumus un ietekmēt Eiropas demokrātijas.

Mēs projektā *Mediadelcom* neapstājamies tikai ar zināšanu iegūšanu, mūsu mērķis ir sniegt arī kritisku pētījumu par to, kā tās izmantot mediju pārvaldībā. Mūsu meta analīzes metode pētnieku aprindām izvirza divus būtiskus jautājumus: kā dažādās Eiropas valstīs tiek izmantoti un pētīti dati un zināšanas, un kas gūtu labumu no mediju pārvaldības, kas ir balstīta uz zināšanām? Mēs, protams, arī neignorējam izaicinājumus, ko šī kritiskā situācija rada izsvērtas komunikācijas izpētei Centrāleiropas un Austrumeiropas valstīs. Mums visiem ir jāstrādā pie tālāk norādītā:

- Datu pieejamības un ticamības uzlabošana: Mums ir jānodrošina ticami dati skaidrā, ērti apstrādājamā formātā.
- Sadarbības veicināšana starp galvenajiem dalībniekiem: apvienosim mediju un žurnālistikas datus, lai izveidotu neatkarīgu mediju telpu Centrāleiropas un Austrumeiropas valstīs.
- Medijpratības līmeņa paaugstināšana: laiks novērst šīs prasmju nepilnības un palīdzēt (visiem) eiropiešiem attīstīt kritisko domāšanu, ētikas un datu aizsardzības prasmes.
- Mediju politikas stiprināšana: Darbs pie efektīvas politikas izstrādes, kas apvalda dominējošos spēlētājus un aizsargā Centrāleiropas un Austrumeiropas demokrātijas, ir sācies!





Uzdevumi darbam klasē

1.uzdevums. Izteiksmes un informācijas brīvība: gadījuma analīze

- 1. solis:** Izvēlieties gadījumu, kura problemātika saistīta ar vārda vai informācijas brīvību, piemēram, stratēģisko tiesvedību pret sabiedrības līdzdalības izpausmi vai gadījumu, kad trauksmes cēlēji ir zaudējuši darbu.
- 2. solis:** Veiciet analīzi, izmantojot aģentu pieeju. Nosakiet, kādi aģenti iesaistījušies lietā, piemēram, personas, organizācijas vai valsts iestādes, un nosakiet viņu darba kārtību. Kuras bija iesaistītās puses? Kā šī lieta nāca gaismā? Kādi ir dažādo dalībnieku diskursi?
- 3. solis:** Atrodiet līdzīgus gadījumus pirms 10 un 20 gadiem un analizējiet līdzības un atšķirības ar izvēlēto gadījumu.
- 4. solis:** Apkopojiet secinājumus referātā vai prezentējiet tos nodarbībā.

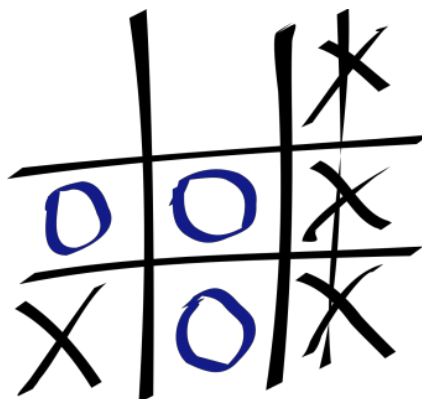
2.uzdevums. Ar žurnālistiku saistītas tēmas potenciāla novērtēšana.

- 1. solis:** Izvēlieties tēmu, kas ir saistīta ar kādu žurnālistikas attīstības risku pēdējo 5 līdz 10 gadu laikā, piemēram, žurnālistu darba apstākļi, draudi žurnālistiem (fiziski, garīgi, emocionāli vai ekonomiski).

2. **solis:** Izpētiet un identificējiet dalībniekus (piemēram, akadēmiskās institūcijas, bezpeļņas un profesionālās organizācijas vai valdības struktūras), kas ir apkopojušas informāciju un veidojušas zināšanas par izvēlēto tēmu. Vai šī tēma ir pievērsusi uzmanību un ir sistemātiski analizēta ikgadējos vai periodiskajos ziņojumos? Vai šajā jomā ir ievērojams zinātnisko pētījumu un publikāciju apjoms? Cik daudz šī tēma tiek aplūkota ikdienas ziņās un apspriesta profesionālajās publikācijās un forumos?
3. **solis:** Novērtējiet tēmas aktualitāti jūsu valstī. Apsveriet, vai tēma tiek apspriesta, vai arī par to ir maz informācijas un zināšanu. Apziniet robus zināšanās un/vai aprakstiet, kā dažādi tēmas aspekti tiek apspriesti un kādas pieejas šajā nolūkā tiek izmantotas.
4. **solis:** Apkopojiet secinājumus referātā vai prezentējiet tos nodarbībā.

3.uzdevums. Ieinteresēto pušu sadarbības modeļi ar mediju lietojumu vai medijpratību saistītos jautājumos.

1. **solis:** Nosakiet dažādas ieinteresētās personas (piemēram, akadēmiskie pētnieki, profesionāļi, bezpeļņas organizācijas, valsts iestādes, politikas veidotāji), kas strādā pie jums interesējošā jautājuma.
2. **solis:** Analizējiet šo ieinteresēto pušu sadarbības un tīklu veidošanas praksi. Kāds ir sadarbības biežums un apjoms (piemēram, kopīgi projekti, politikas brīfingi vai mediju pasākumi)? Kādi faktori var veicināt vai kavēt viņu sadarbību? Kāda ir viņu sadarbības ietekme?
3. **solis:** Nosakiet, kādas ir ieinteresēto pušu iespējas saistītībā ar jūsu izvēlēto problēmu.
4. **solis:** Apkopojiet secinājumus referātā vai prezentējiet tos nodarbībā.





Un tālāk?

Kad esat iepazinušies ar *Mediadelcom* projektu un tā mērķiem, izaicinājumiem un fokusu, cerams, ka jums ir radusies skaidrāka izpratne par to, kāpēc šis pētījums ir nepieciešams un kādi ir tā ieguvumi. Būtiskākais ir izsvērtas komunikācijas risku un iespēju apzināšana projektā iesaistītajās valstīs, mediju vides izpēte katrā valstī un starpvalstu salīdzinājumā, kā arī diagnostikas instrumenta izstrādi. Turklāt rezultāti ir svarīgi Eiropas politikas veidotājiem, sniedzot viņiem kvalitatīvas zināšanas mediju pārvaldības uzlabošanai. Tas ir ļoti svarīgi, lai veicinātu Eiropas sabiedrību saliedētību un stabilitāti.

Bet pats galvenais, cerams, ka šī e-grāmata ir sniegusi jums interesantu un noderīgu informāciju.

Mēs ceram, ka jūs dosities līdz mūsu ceļojumā.

Šajā e-grāmatā ir sniegts pārskats par līdz šim paveikto projekta ietvaros, taču ir vēl daudz ko pētīt. Katra valsts ir sagatavojusi ziņojumu, kurā iekļauta informācija un izaicinājumi, ar kuriem tā saskaras. Tos var apskatīt Tartu Universitātes repozitorijā.⁴

Tiek gatavota arī grāmata *Monitoring mediascapes*, kas būs veltīta salīdzinājumam, lai varētu redzēt, kas kopīgs projektā iekļautajām valstīm attiecībā uz šeit iekļauto galveno domēnu monitoringu.

Kurām valstīm ir labāka prakse kādā no jomām? Vēlamies jūs brīdināt nepaļauties tikai uz valstu salīdzinājumiem, lai noteiktu atsevišķas valsts mediju vides vispārējo stāvokli vai tā uzraudzības iespējas. Datu vākšana dažādās valstīs atšķiras, dažos gadījumos diezgan būtiski, un nelielas izmaiņas valstī, piemēram, neliela nobīde uz leju vienā jomā, var arī nebūt acīmredzama salīdzinājumā, un tomēr norādīt uz risku un problēmu lauku. Tāpēc atsevišķu valstu ziņojumi sniedz svarīgu informāciju.

⁴ <https://dspace.ut.ee/handle/10062/89278>

Profesors Daniels Hallins (*Daniel Hallin*) valstu gadījumu analīzi komentēja šādi: *“Šie pētījumi ir vērsti uz to, lai mēģinātu vispārīgi izklāstīt visus ar medijiem saistītos faktoros, kas ietekmē mūsu spēju īstenot izsvērtu demokrātiju. Domāju, ka visus tos virza pieņēmums, ka eksistē noteiktas un ļoti svarīgas vērtību kopas: žurnālistikas autonomija, caurredzamība, plurālisms. Tas ir pārlicinoši visaptverošs pētījums par to, kā mediju institūcijas un mediju prakse ietekmē visas caurredzamības, autonomijas un atvērtības vērtības.”*⁵

Mēs ceram arī turpmāk jūs iepazīstināt ar mūsu pētījuma rezultātiem!



⁵ Mediadelcom podcast #29. Cf. <https://www.mediadelcom.eu/podcast/>

Autori



Pēters Berglezs ir Orebro universitātes (Zviedrija) mediju un komunikācijas profesors. Viņa pētījumu lokā ir žurnālistikas studijas, vides komunikācija, un sadarbības komunikācija.



Tobiass Eberveins ir Klāgenfurtes universitātes (Austrija) Mediju un komunikācijas salīdzinošo studiju institūta direktora vietnieks un pētnieku grupas vadītājs. Viņa pētījumu centrā ir mediju ētika un atbildība, mediju struktūras un mediju pārvaldība, žurnālistika, mediju inovācijas un mediju transformācija.



Halliki Harro-Loita ir žurnālistikas profesore Tartu universitātē (Igaunija) un Mediadelcom projekta vadītāja. Viņas pētījumi saistīti ar žurnālistikas diskursu analīzi, žurnālistikas kultūru salīdzinošo analīzi, žurnālistikas un komunikācijas ētiku, regulējumu, mediju politiku un diskursa analīzi.



Iveta Jansova ir docente un Mediju un žurnālistikas departamenta vadītājas vietniece Masaryk universitātē Brno (Čehijā). Viņa nodarbojas ar fanu un auditorijas pētniecību, viņu interesē marginalizēto grupu identitāšu reprezentācija medijos.



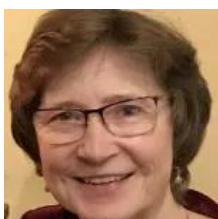
Anna Kandila ir pētniece Hellenic Foundation for European and Foreign Policy (ELIAMEP) (Grieķija). Viņas pētījumu lokā ir mediji un politiskā komunikācija, viņa pēta arī politisko līdzdalību un institūcijas Eiropas Savienībā.



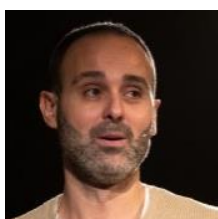
Ragne Kõuts-Klemma ir žurnālistikas socioloģijas asociētā profesore Tartu universitātē, kur viņa vada arī Sociālo pētījumu institūtu. Viņas ekspertīze ietver komunikācijas teorijas un mediju analīzes socioloģiskās metodes. Viņu interesē arī krievu kopienas integrācija, mediju lietojuma paradumu maiņa un sociālās pārmaiņas.



Markus Kroitlers ir žurnālists un pētnieks Ēriha Brosta Starptautiskās žurnālistikas institūtā Dortmundes universitātē (Vācija). Viņa pētījumu lokā ir starptautiskā un transnacionālā žurnālistika, mediju atbildība.



Eppa Lauka, PhD, ir žurnālistikas profesore Vytautas Magnus universitātē Kauņā, Lietuvā un viesprofesore Tartu universitātē. Viņas pētījumi saistīti ar mediju demokratizāciju un transformāciju, žurnālistikas pārmaiņām un profesionalizāciju.



Ieguvis doktora grādu žurnālistikā Rey Juan Carlos Madrides Universitātē Spānijā (2012), **Martins Ollers Alonso** pašlaik rezidē Milānas Universitātē. Lai gan viņš strādā Eiropā, Martins Ollers Alonso iesaistīts Latīņamerikas akadēmiskajā vidē, galvenokārt piedaloties žurnālistikas pētījumos Ekvadorā un Kubā.



Marts Otss ir Jončēpingas Biznesa skolas asociētais profesors (Zviedrija). Viņa pamatintereses ir saistītas ar lēmumu pieņemšanu un organizāciju komunikāciju, to vidū mediju un mediju zīmolu mārketingu, Zviedrijas un starptautisko mediju politiku.



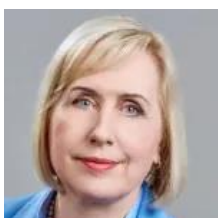
Zrinka Peruško ir Zagrebas (Horvātija) universitātes mediju socioloģijas profesore, viņa strādā Politikas zinātnes fakultātes Mediju un komunikācijas departamentā. Peruško iesaistīta pētījumos, kas, izmantojot salīdzinošos pieeju, analizē mediju sistēmu transformāciju, kultūras un auditorijas izmaiņas.



Evangelija Psichogioplu docente Peloponēsas universitātē (Greikijā) un pētniece Hellenic Foundation for European and Foreign Policy (ELIAMEP). Viņas pētījumi saistīti ar ES normatīvajiem aktiem, pamattiesībām, tiesisko dialogu, digitālajiem medijiem un digitālajām tehnoloģijām ES.



Liliya Raičeva ir mediju komunikācijas profesore St. Kliment Ohridski Sofijas universitātē (Bulgārija) un agrāk strādājusi nacionālajā mediju regulācijas institūcijā (CEM). Viņas pētījumu lokā ir mediju ekosistēmas attīstība, ekrāna valoda, politiskā komunikācija, mediju lietojums un medijpratība.



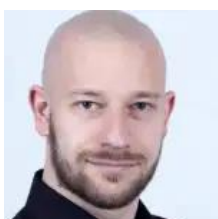
Anda Rožukalne profesore un vadošā pētniece Rīgas Stradiņa universitātes Komunikācijas fakultātē (Latvija). Viņas ekspertīze jomas ietver pētījumus par žurnālistiku, mediju sistēmām, mediju regulāciju un pašregulāciju, mediju auditorijām.



Sergio Splendore ir Milānas Universitātes asociētais profesors. Viņš ir eksperts tādās jomās kā uzticēšanās medijiem un žurnālistikas epistemoloģija. Kopš 2015. gada viņš piedalās starptautiskajā Worlds of Journalism Study pētījumā.



Alnis Stakle ir Rīgas Stradiņa universitātes Komunikācijas fakultātes docents un bakalaura studiju programmu “Multimediju komunikācija” un “Fotogrāfija” vadītājs. Šobrīd viņš savos pētījumos un pasniedzēja darbā fokusējas uz fotogrāfijas, vizuālās komunikācijas un medijpratības jomām.



Filips Trbojevičs ir Zagrebas Universitātes politikas zinātnes doktorants. Viņa pētnieciskās intereses ir mediju sistēmas un demokrātiskās transformācija, kā arī kvalitatīvā un kvantitatīvā pētniecības metodoloģija.



Dina Vozaba ir Zagrebas Universitātes Mediju un Komunikācijas katedras docente. Viņas pētnieciskās intereses fokusējas uz medijiem un demokrātiju, politisko komunikāciju, mediju sistēmām, kā arī mediju pētniecību postsociālistiskajā Eiropā un mediju auditoriju izpēti.



Lenka Vaškova Cisarova ir docente un vadada Mediju studiju un žurnālistikas departamentu Masaryk universitātē, Brno, Čehijas republikā. Viņas studiju kursi un pētniecība ietver žurnālistikas profesionālo darbu, vietējos medijus, mediju īpašniekus un mediju tirgus izmaiņas.