

**Anotācija pētījumam: “Latvijas sabiedrisko mediju visaptverošs sabiedriskā labuma izvērtējums par 2023.-2025. gadu”, iepirkuma identifikācijas Nr. SEPLP 2025/1**

Pētījuma mērķis, uzdevumi un galvenie rezultāti latviešu valodā	Pētījuma mērķis, uzdevumi un galvenie rezultāti angļu valodā
<p><u>Pētījuma mērķis:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Veikt visaptverošu sabiedriskā medija VSIA “Latvijas Sabiedriskais medijs” (līdz 2025. gada 1. janvārim VSIA “Latvijas Televīzija” un VSIA “Latvijas Radio”) sabiedriskā labuma izvērtējumu par 2023.-2025. gadu saskaņā ar SEPLP apstiprināto Latvijas sabiedrisko mediju sabiedriskā labuma izvērtēšanas metodoloģiju.</li> <li>2. Veikt izvērtējumu par sabiedriskā labuma kategorijām – “Sabiedrība”, “Demokrātija”, “Kultūra”, “Zināšanas”, “Radošums” un caurviju rādītājiem – “Kvalitāte”, “Sasniedzamība”, “Ietekme”, “Ieguldīto līdzekļu atdeve” un izstrādāt ieteikumus sabiedrisko mediju sabiedriskā pasūtījuma pilnveidošanai nākotnē</li> </ol>	<p><u>Objective of the research:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. To conduct a comprehensive assessment of the public value of the public service media entity VSIA “Latvian Public Media” (until 1 January 2025 – VSIA “Latvian Television” and VSIA “Latvian Radio”) for the period 2023–2025, in accordance with the public value assessment methodology for Latvian public service media approved by the National Electronic Mass Media Council (NEPLP).</li> <li>2. To conduct an assessment of the public value categories – “Society”, “Democracy”, “Culture”, “Knowledge”, and “Creativity” – as well as cross-cutting indicators – “Quality”, “Accessibility”, “Impact”, and “Return on Investment”, and to develop recommendations for the future improvement of the public service media remit.</li> </ol>
<p><u>Pētījuma uzdevumi:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Izvērtēt ikgadējo sabiedriskā labuma iedzīvotāju aptaujas rezultātus.</li> <li>2. Veikt pētījumu par sabiedriskā medija programmu un pakalpojumu – “Latvijas Televīzija”, “Latvijas Radio” un vienotā interneta portāla LSM.lv – sabiedrisko labumu, izmantojot ekspertu fokusa grupu diskusijas metodi. Organizēt fokusa grupu diskusijas par katru sabiedriskā labuma kategoriju grupu – “Sabiedrība un Demokrātija”, “Kultūra”, “Zināšanas un Radošums”, kā arī visās diskusijās aplūkot caurviju rādītājus – “Sasniedzamība”, “Kvalitāte”, “Ietekme”, “Ieguldīto līdzekļu atdeve”.</li> <li>3. Veikt pieejamo mārketinga kompāniju un sabiedrisko mediju apkopoto sekundāro datu analīzi, tai skaitā par auditorijas sasniegšanu un iesaisti, sabiedriskā pasūtījuma</li> </ol>	<p><u>Research tasks:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. To evaluate the results of the annual public value survey of residents.</li> <li>2. To conduct a research on the public value of the public service media’s programmes and services – “Latvian Television”, “Latvian Radio”, and the unified online portal LSM.lv – using the expert focus group discussion method. To organise focus group discussions for each group of public value categories – “Society and Democracy”, “Culture”, and “Knowledge and Creativity”, while also examining the cross-cutting indicators – “Accessibility”, “Quality”, “Impact”, and “Return on Investment” in all discussions.</li> <li>3. To carry out an analysis of available secondary data compiled by marketing companies and public service media, including data on audience reach and</li> </ol>

<p>izpildi, kā arī kvalitātes vadību (lēmumi un atzinumi par sūdzībām).</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>4. Sagatavot izvērtējuma gala ziņojumu.</li> <li>5. Prezentēt galvenos rezultātus un secinājumus.</li> <li>6. Apkopot un analizēt pētījuma rezultātus un prezentēt tos Pasūtītājam.</li> </ol> <p><u>Galvenie rezultāti:</u></p> <p>LSM lielā mērā izpilda sabiedriskā labuma kategoriju “Sabiedrība”, “Demokrātija”, “Kultūra”, “Zināšanas”, “Radošums” izvirzītos mērķus.</p> <p>Kategoriju “Sabiedrība” un “Demokrātija” mērķu sasniegšanai turpmāk nepieciešams pilnveidot viedokļu dažādības atspoguļošanu un paplašināt piesaistīto ekspertu loku. Nepieciešams turpināt attīstīt analītiskā un pētnieciskā satura piedāvājumu. Svarīgi nevairīties no neērtām, t.s. ‘tabu’ tēmām, nevilcināties ar šo tēmu atspoguļošanu. Sabiedrībā jāturpina stiprināt izpratne par demokrātiju, tai skaitā sabiedriskā medija nozīmi un darbību.</p> <p>Kategoriju “Zināšanas” un “Radošums” mērķu sasniegšanai jāturpina attīstīt tēmu un apakštēmu daudzveidību konkrētajā zināšanu jomā, atspoguļot un analizēt jaunākās tendences (globāli, lokāli) un skaidrot, ko šīs tendences nozīmē iedzīvotājiem, kā tās ietekmē iedzīvotāju ikdienu. Svarīgi vēstīt par sarežģītām tēmām viegli saprotamā veidā. Vairāk pievērsties finanšu, tiesību un tehnoloģiju pratības attīstīšanai sabiedrībā.</p> <p>Kategorijas “Kultūra” mērķu sasniegšanā ieteicams palielināt izglītojošā un analītiskā kultūras satura īpatsvaru piedāvājumā, kā arī plašāk parādīt kultūras daudzveidību, piem., vairāk pievērsties starpdisciplinārām tēmām, alternatīviem kultūras notikumiem u.tml.</p> <p>Informējot par kultūras norisēm reģionos, iekļaut arī kritisko fokusu, analizēt problēmas. Ieteicams piedāvāt Lietuvas un Igaunijas kultūras ziņas, lai mērķtiecīgi attīstītu Baltijas kultūrtelpas vienotības sajūtu.</p> <p>Pēdējo gadu laikā samazinājusies radio un televīzijas auditorija, ne tikai LSM, bet tirgū kopumā. Tikmēr iesaiste jeb skatīšanās un klausīšanās laiks LR un LTV ir stabils vai pieaugošs. LSM portāla auditorija ir stabila vai</p>	<p>engagement, the fulfilment of the public service remit, as well as quality management (decisions and opinions regarding complaints).</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>4. To prepare the final evaluation report.</li> <li>5. To present the main results and conclusions.</li> <li>6. To compile and analyse the study results and present them to the Client.</li> </ol> <p><u>Main results:</u></p> <p>The Latvian Public Service Media largely achieves the objectives set for the public value categories of “Society”, “Democracy”, “Culture”, “Knowledge”, and “Creativity”.</p> <p>Achieving the objectives of the “Society” and “Democracy” categories will require further improvement in the representation of diverse viewpoints and an expansion of the range of engaged experts. It is necessary to continue developing the offering of analytical and investigative content. It is important not to avoid uncomfortable or so-called “taboo” topics, nor to delay their coverage. Efforts should continue to strengthen public understanding of democracy, including the role and functioning of public service media.</p> <p>Achieving the objectives of the “Knowledge” and “Creativity” categories requires continued development of diversity in topics and subtopics within specific areas of knowledge, as well as the reflection and analysis of the latest trends (both global and local) and explaining what these trends mean for the public and how they affect daily life. It is important to communicate complex issues in a clear and accessible manner. Greater attention should be devoted to strengthening financial, legal, and technological literacy within society.</p> <p>Achieving the objectives of the “Culture” category would benefit from an increased share of educational and analytical cultural content within the overall offering, as well as a broader representation of cultural diversity, for example by placing greater emphasis on interdisciplinary topics and alternative cultural events. When reporting on cultural developments in the regions, a critical perspective should also be included, with attention paid to analysing existing challenges. It is recommended to incorporate cultural news</p>
---	--

<p>atsevišķos segmentos pieaugoša (piem., LSM+ auditorija, jauniešu auditorija vecumā 15-24 gadi), leteicams turpināt attīstīt multiplatformu stratēģiju, fokusējoties gan uz funkcionalitāti (interesējošā satura atrašana, pamanīšana un ērta pārlūkošana), gan satura dažādību daudzveidīgajai un fragmentētajai auditorijai.</p>	<p>from Lithuania and Estonia in order to purposefully foster a sense of a unified Baltic cultural space.</p> <p>In recent years, radio and television audiences have declined, not only for Latvian Public Service Media but across the market as a whole. At the same time, engagement measured in listening and viewing time for Latvian Radio (LR) and Latvian Television (LTV) has remained stable or is increasing. The audience of the LSM online portal is stable or growing in certain segments (e.g., LSM+ and the youth audience aged 15–24). It is recommended to continue developing a multiplatform strategy, focusing both on functionality (ease of finding, discovering, and navigating relevant content) and on ensuring content diversity for a diverse and fragmented audience.</p>
<p><b>Galvenās pētījumā aplūkotās tēmas</b></p>	<p>Visaptverošs Latvijas Sabiedriskā medija (LSM) sabiedriskā labuma izvērtējums par 2023. – 2025. gadu kategorijās “Sabiedrība”, “Demokrātija”, “Kultūra”, “Zināšanas”, “Radošums”, kā arī caurviju rādītājos “Sasniedzamība”, “Kvalitāte”, “Ietekme”, “Ieguldīto līdzekļu atdeve”.</p>
<p><b>Pētījuma pasūtītājs</b></p>	<p>Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu padome (SEPLP), reģistrācijas Nr. 40900037388, adrese: Meistaru iela 10 – 502, Rīga, LV-1050</p>
<p><b>Pētījuma īstenotājs</b></p>	<p>SIA „TNS LATVIA”, reģistrācijas Nr.40003162446, juridiskā adrese: Kronvalda bulvāris 3-2, Rīga, LV-1010</p>
<p><b>Pētījuma īstenošanas gads</b></p>	<p>2026. gads</p>
<p><b>Pētījuma finansēšanas summa un finansēšanas avots</b></p>	<p>Kopējā summa ir 25640,00 euro (divdesmit pieci tūkstoši seši simti četrdesmit euro, 00 centi), neieskaitot pievienotās vērtības nodokli</p> <p>Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu padome (SEPLP)</p>
<p><b>Pētījuma klasifikācija*</b></p>	<p>Padziļinātas ekspertīzes pētījumi</p>
<p><b>Politikas joma, nozare**</b></p>	<p>Pilsoniskās sabiedrības un demokrātijas politika (Informācijas sabiedrības attīstība; Masu informācijas (plašsaziņas) līdzekļu politika)</p>

<b>Pētījuma ģeogrāfiskais aptvērums</b>	Latvija
<b>Pētījuma mērķa grupa/-as</b>	Nav attiecināms
<b>Pētījumā izmantotās metodes pēc informācijas ieguves veida:</b>	
1) tiesību aktu vai politikas plānošanas dokumentu analīze	Nav izmantots
2) statistikas datu analīze	Izmantots
3) esošo pētījumu datu sekundārā analīze	Izmantots
4) padziļināto/ekspertu interviju veikšana un analīze	Nav izmantots
5) fokusa grupu diskusiju veikšana un analīze	Izmantots
6) gadījumu izpēte	Nav izmantots
7) kvantitatīvās aptaujas veikšana un datu analīze	Nav izmantots
8) citas metodes (norādīt, kādas)	Publiski pieejamo lēmumu un atzinumu analīze no tādām mediju pašregulācijas un to darbību uzraugošajām institūcijām kā Latvijas Mediju ētikas padome, Latvijas Televīzijas un Latvijas Radio ētikas komisijas un Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu padome (SEPLP) Ombuds
<b>Kvantitatīvās pētījuma metodes (ja attiecināms):</b>	Nav izmantots
1) aptaujas izlases metode	
2) aptaujāto/anketēto respondentu/vienību skaits	
<b>Kvalitatīvās pētījuma metodes (ja attiecināms):</b>	
1) padziļināto/ekspertu interviju skaits (ja attiecināms)	
2) fokusa grupu diskusiju skaits (ja attiecināms)	9 (deviņas) fokusa grupu diskusijas ar ekspertiem

<b>Izmantotās analīzes grupas (griezumi)</b>	Latvijas plānošanas reģioni, vecums, dzimums, tautība, valoda ģimenē, izglītība, nodarbošanās, ienākumu līmenis (personīgie, uz 1 cilvēku ģimenē), patērētā digitālā satura veidi u.c.
<b>Pētījuma pasūtītāja kontaktinformācija</b>	Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu padome (SEPLP)  Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu padomes priekšsēdētāja Sanita Upleja-Jegermane, e-pasts: <a href="mailto:sanita.upleja-jegermane@seplp.lv">sanita.upleja-jegermane@seplp.lv</a> .
<b>Pētījuma autori*** (autortiesību subjekti)</b>	SIA „TNS Latvia”  Projekta vadītājs – Agnese Krecele Eksperts – Ingrīda Libora

**Piezīmes:**

1. \* Pētījuma klasifikācijas grupa atbilstoši Ministru kabineta 2013. gada 3. janvāra noteikumu Nr.1 "Kārtība, kādā publiska persona pasūta pētījumus" II nodaļai.
3. \*\* Politikas joma un nozare atbilstoši Ministru kabineta 2009. gada 7.aprīļa noteikumiem Nr.300 "Ministru kabineta kārtības rullis" 3.pielikumam.
4. \*\*\* Atbilstoši pētījuma īstenotāja sniegtajai informācijai.