

Pētījums par Latvijas iedzīvotāju mediju satura lietošanas paradumiem un sabiedrības vajadzībām

SABIEDRĪBAS APTAUJA UN
DZILĀS INTERVIJAS AR MEDIJU EKSPERTIEM

© “Latvijas Fakti”, 2020.g. oktobris

SATURS

- 1. Metodoloģiskā informācija**
- 2. Mediju lietošanas ieradumi**
- 3. Latvijas sabiedrisko mediju lietošana**
- 4. Uzticēšanās Latvijas sabiedriskajiem medijiem**
- 5. Latvijas sabiedriskā televīzija - priekšstati, satura vērtējums, ieteikumi**
- 6. Latvijas sabiedriskais radio - priekšstati, satura vērtējums, ieteikumi**
- 7. Latvijas sabiedrisko mediju vienotais portāls www.lsm.lv - priekšstati, satura vērtējums, ieteikumi**
- 8. Raidījumu atkārtojumi sabiedriskajā televīzijā un radio – attieksme, izmantošana**
- 9. Latvijas sabiedriskie mediji un medijpratība**

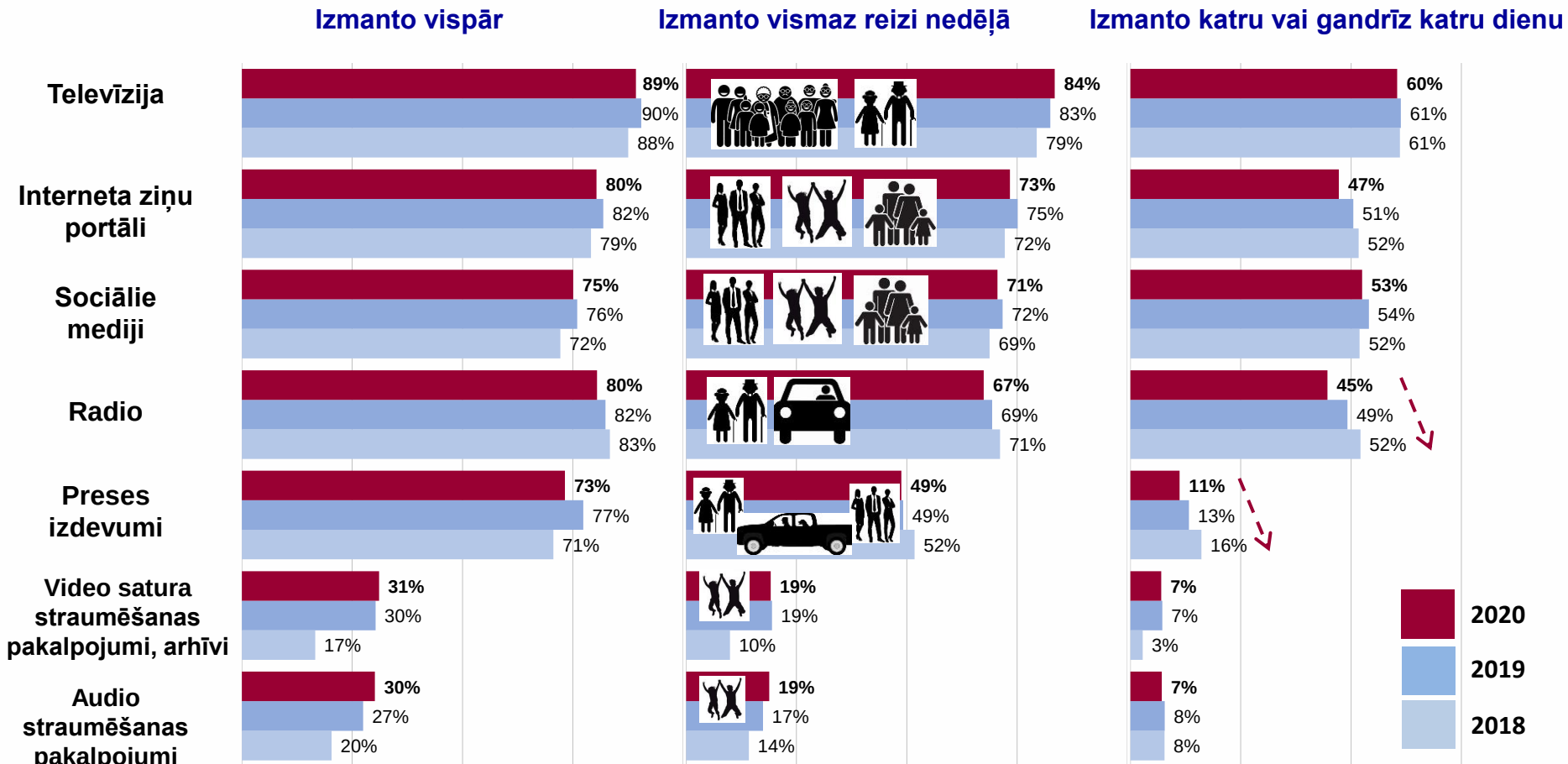
1. Metodoloģiskā informācija

PĒTĪJUMA PASŪTĪTĀJS	Nacionālā elektronisko plašsaziņas līdzekļu padome
PĒTĪJUMA VEICĒJS	Tirgus un sociālo pētījumu centrs "Latvijas Fakti"
MĒRĶA GRUPA	Latvijas pastāvīgie iedzīvotāji vecuma grupā no 16 gadiem un vecāki, tajā skaitā mazākumtautību Latvijas iedzīvotāji un jaunieši vecumā no 16 līdz 30 gadiem
IZLASE	Reprezentatīva sabiedrības izlase, kas veidota pēc daudzpakāpju nejaušās stratificētās atlases principa kombinēti ar kvotu elementiem. Aptaujā pēc stratificētās nejaušības principa tika iekļauti 1547 Latvijas pastāvīgie iedzīvotāji vecumā no 16 gadiem. Stratifikācijas pazīmes: <i>a) Ģeogrāfiskā (administratīvi teritoriālā);</i> <i>b) nacionālā.</i> Ģeogrāfiskais pārklājums: visi Latvijas reģioni (132 izlases punkti). Izlase aprēķināta, balstoties uz jaunākajiem statistikas datiem par Latvijas Republikas iedzīvotājiem.
APTAUJAS METODE	Aptauja tika veikta, izmantojot kombinētu datu ieguves metodi: 75% interviju iegūtas, izmantojot tiešās (personīgās) intervēšanas metodi respondentu dzīves vietās un 25%, izmantojot datorizētas telefonintervijas.
INTERVĒŠANAS LAIKS	05.10.2020. – 28.10.2020.

2. Mediju lietošanas ieradumi

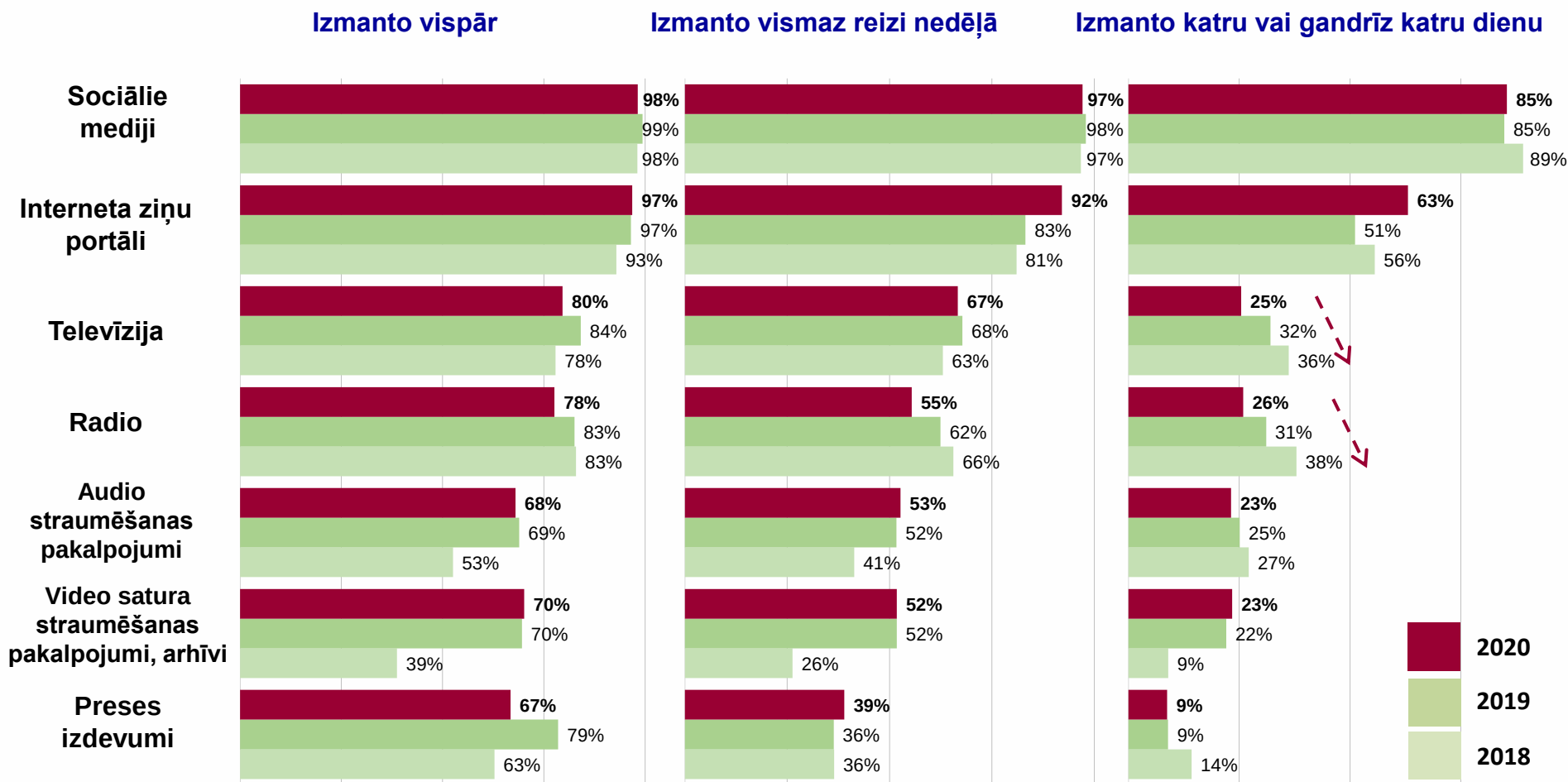
Mediju lietošanas biežums

Izlase: visi aptaujas dalībnieki

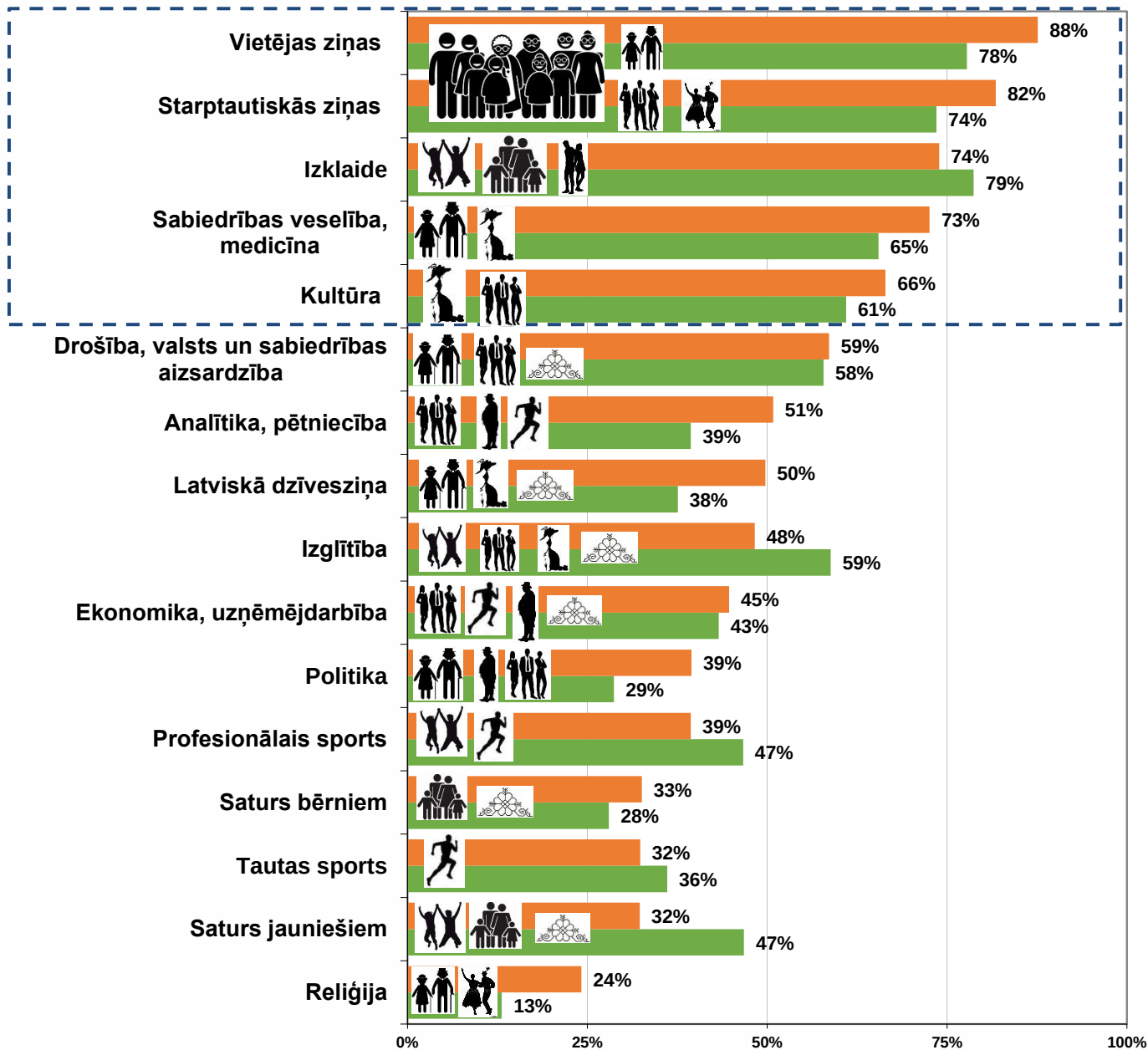


Mediju lietošanas biežums

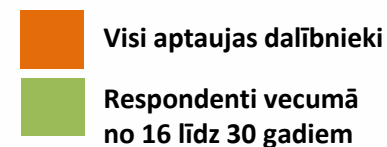
Izlase: respondenti vecumā no 16 līdz 30 gadiem



Jo gados jaunāka auditorija, jo novērojama lielāka interneta mediju un digitālo platformu lietošanas intensitāte. Respondentu vecumā no 16 līdz 30 gadiem auditorijā gandrīz visi aptaujātie vismaz reizi nedēļā lieto sociālos medijus (*Youtube, Facebook, Twitter* u.tml.) un ziņu portālus, vairākums aptaujāto vismaz reizi nedēļā lieto, gan audio (piem., *Spotify*), gan video (piem., *Netflix*) straumēšanas pakalpojumus. Jo gados vecāki ir respondenti, jo biežāk priekšroka tiek dota tradicionāliem informācijas kanāliem - televīzijai un radio.



Interesējošās tēmas, lietojot medijus



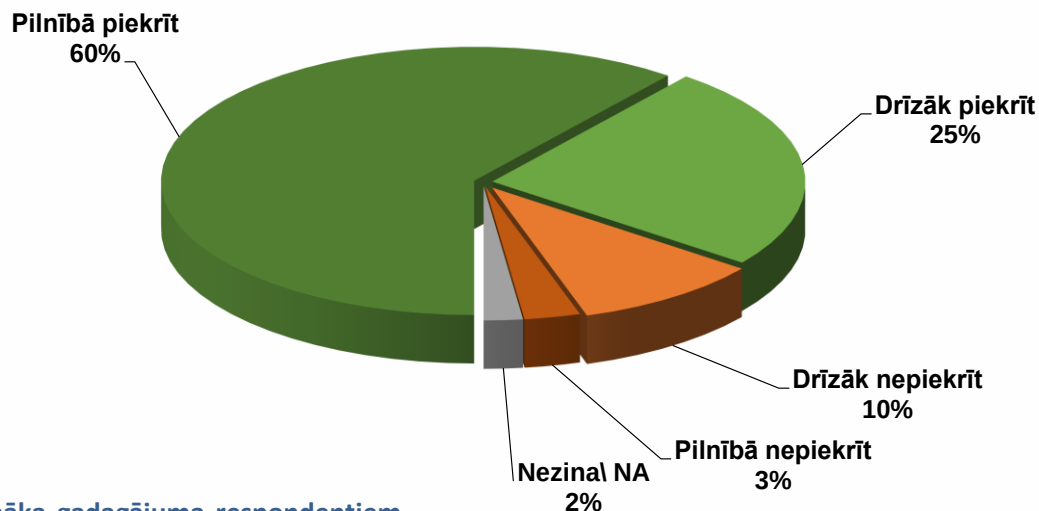
Jaunāka gadagājuma respondentiem vairāk interesē izklaide, izglītības saturs, profesionālais sports, bet mazāk pieprasīta ir politika, analītika, latviskā dzīvesziņa un reliģija.

Vecāka gadagājuma respondentiem vairāk interesē sabiedrības veselība, politika, valsts aizsardzība, latviskā dzīvesziņa un reliģija.

Cik lielā mērā Jūs piekrītat vai nepiekrītat sekojošam izteikumam?

Man ir svarīgi lietot mediju saturu dzimtajā valodā

(Bāze = respondenti, kuri lieto Latvijas sabiedriskos medijus; n=1262)



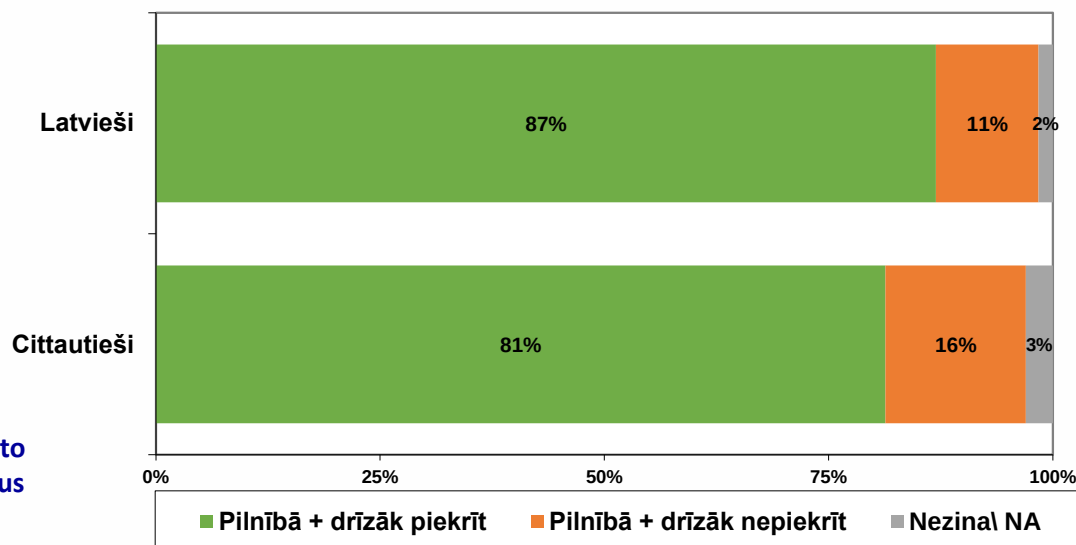
Jaunāka gadagājuma respondentiem valodas faktors mediju izvēlē spēlē mazsvarīgu lomu – katrs piektais respondents vecumā no 16-24 gadiem nepiekrīt apgalvojumam par to, ka viņam ir svarīgi lietot mediju dzimtajā valodā.

Izlase: respondenti, kuri lieto Latvijas sabiedriskos medijus

Mediju izvēle dzimtās valodas kontekstā

Aptaujātie mediju eksperti, neatkarīgi viens no otra, puda viedokli par nepieciešamību sabiedriskajiem medijiem veidot saturu krievu valodā tādējādi veicinot krievvalodīgo iedzīvotāju piederības sajūtu Latvijas valstij un iekļaušanos vienotā Latvijas sabiedrības kopienā.

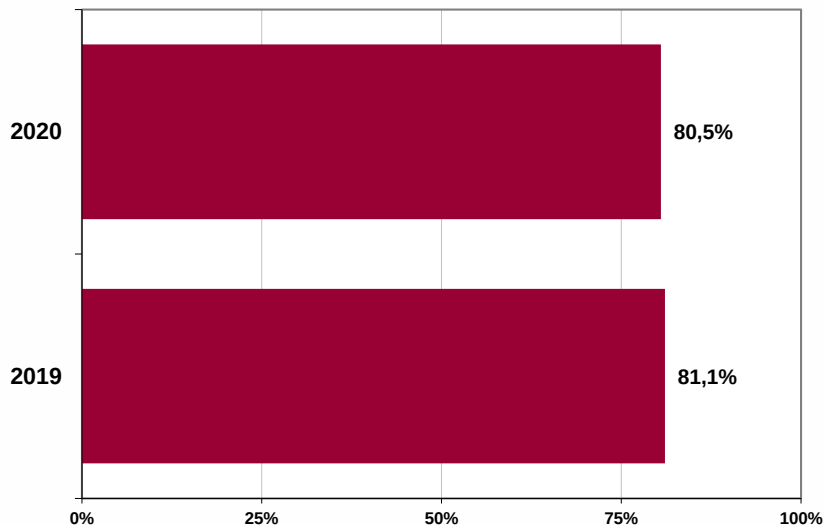
Man ir svarīgi lietot mediju saturu dzimtajā valodā



3. Latvijas sabiedrisko mediju lietošana

Latvijas sabiedrisko mediju lietošana

Lieto kādu no Latvijas sabiedriskajiem medijiem

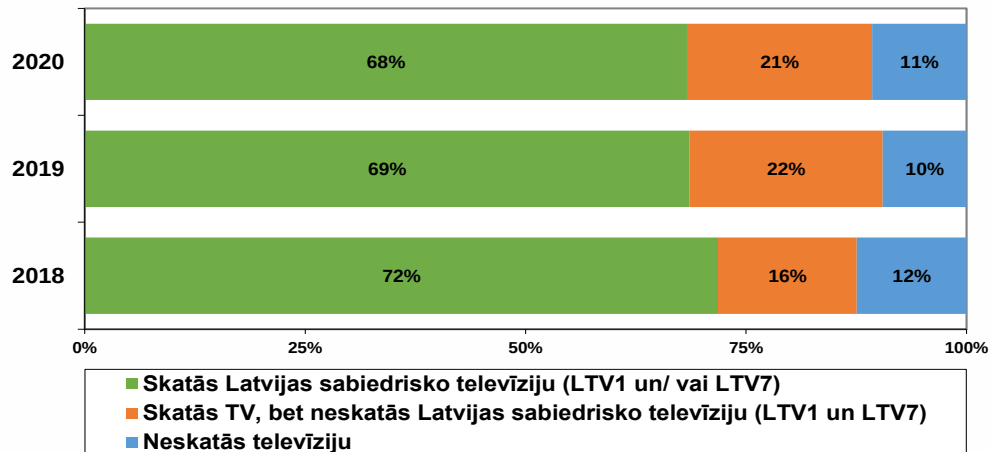


Izlase: visi aptaujas dalībnieki

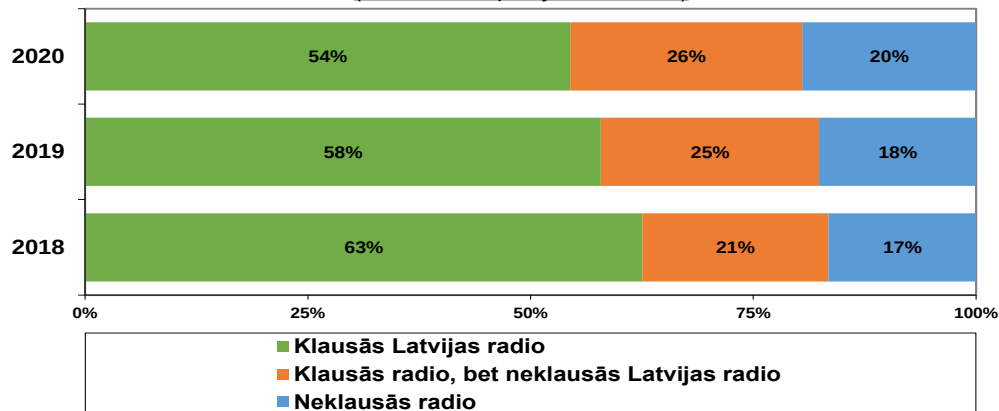
Salīdzinoši retāk Latvijas sabiedriskos medijus lietotāji pārstāvēti cittautiešu (63% lieto kādu sabiedrisko mediju, kamēr latvieši – 91%) un Latgalē (55%, kamēr Rīgā – 78%, Pierīgā – 86%, bet pārējos reģionos – virs 90%) dzīvojošo aptaujas dalībnieku auditorijās.

Jo jaunāki aptaujas dalībnieki – jo retāka sabiedrisko mediju lietotāju sastopamība, tomēr nevienā vecumu grupā tā nav mazāka par 70%.

Latvijas sabiedriskās televīzijas (LTV1 un LTV7) lietošana (Bāze = visi aptaujas dalībnieki)



Latvijas sabiedriskā radio (LR1, LR2, LR3, LR4, LR5, LR6 NABA, LR podkāsti) lietošana (Bāze = visi aptaujas dalībnieki)



Salīdzinoši lielāka sabiedriskā radio lietotāju pārstāvētība novērojama aptaujāto latviešu, vecāka gadagājuma respondentu un lauku teritoriju iedzīvotāju auditorijās.

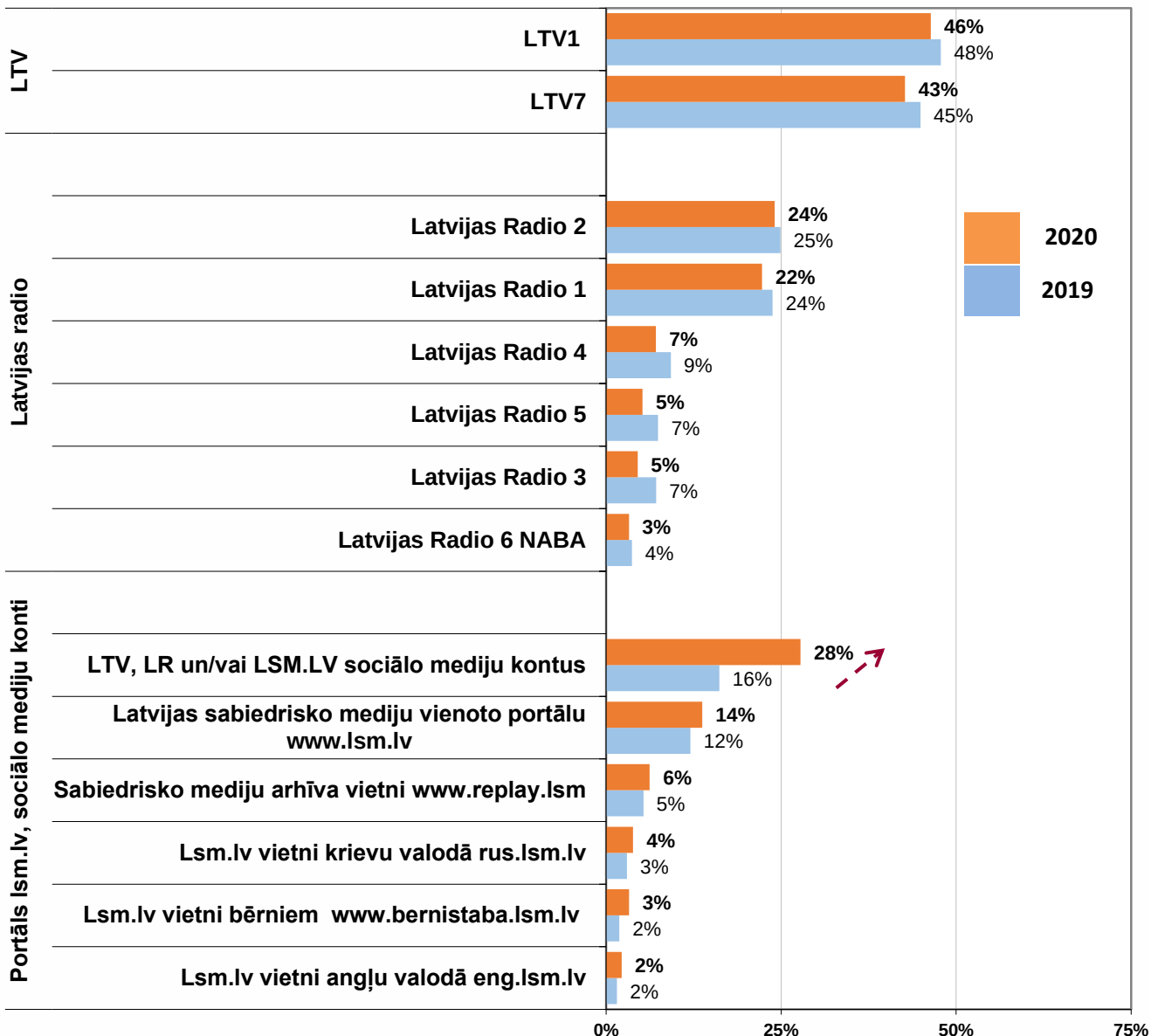
Latvijas sabiedrisko mediju lietošana

Izlase: visi aptaujas dalībnieki

■ Izmanto vispār ■ Izmanto vismaz reizi nedēļā ■ Izmanto katru vai gandrīz katru dienu

LTV	LTV1	62%	46%	27%
	LTV7	62%	43%	14%
Latvijas radio	Latvijas Radio 2	36%	24%	12%
	Latvijas Radio 1	35%	22%	13%
	Latvijas Radio 4	15%	7%	3%
	Latvijas Radio 5	13%	5%	1%
	Latvijas Radio 3	13%	5%	1%
	Latvijas Radio 6 NABA	12%	3%	0,4%
	Latvijas radio podkāsti	9%	2%	0,2%
Portāls lsm.lv, sociālo mediju konti	LTV, LR un/vai LSM.LV sociālo mediju kontus	38%	28%	15%
	Sabiedrisko mediju vienoto portālu www.lsm.lv	28%	14%	3%
	Sabiedrisko mediju arhīva vietni www.replay.lsm	19%	6%	1%
	Lsm.lv vietni krievu valodā rus.lsm.lv	9%	4%	0,1%
	Lsm.lv vietni bērniem www.bernistaba.lsm.lv	8%	3%	0,2%
	Lsm.lv vietni angļu valodā eng.lsm.lv	6%	2%	0,3%
Citi mediji	TV3	66%	55%	26%
	TV24	48%	29%	8%
	Re:TV	41%	20%	4%
	Sportacentrs	25%	13%	2%

Sekojošos medijus izmanto vismaz reizi nedēļā



Izlase: visi
aptaujas
dalībnieki



Latvijas
Radio



Latvijas sabiedrisko mediju lietošana

Izlase: respondenti vecumā no 16 līdz 30 gadiem

■ Izmanto vispār ■ Izmanto vismaz reizi nedēļā ■ Izmanto katru vai gandrīz katru dienu

LTV	LTV1	49%	24%	7%
	LTV7	47%	19%	3%
Latvijas radio	Latvijas Radio 1	22%	10%	2%
	Latvijas Radio 2	24%	9%	2%
	Latvijas Radio 5	17%	7%	0,3%
	Latvijas radio podkāsti	18%	5%	0,4%
	Latvijas Radio 6 NABA	15%	5%	
	Latvijas Radio 4	11%	3%	
	Latvijas Radio 3	12%	3%	
Portāls lsm.lv, sociālo mediju konti	LTV, LR un/vai LSM.LV sociālo mediju kontus	53%	37%	23%
	Sabiedrisko mediju vienoto portālu www.lsm.lv	42%	19%	4%
	Sabiedrisko mediju arhīva vietni www.replay.lsm	27%	7%	0,4%
	Lsm.lv vietni krievu valodā rus.lsm.lv	12%	6%	
	Lsm.lv vietni angļu valodā eng.lsm.lv	12%	6%	1%
	Lsm.lv vietni bērniem www.bernistaba.lsm.lv	10%	4%	
Citi mediji	TV3	64%	47%	17%
	Sportacentrs	29%	14%	3%
	TV24	39%	14%	3%
	Re:TV	34%	9%	1%

Latvijas sabiedrisko mediju regulāro lietotāju sociāli demogrāfiskais profils (I)

Vismaz reizi nedēļā ...

... skatās LTV1



... skatās LTV7



... apmeklē LTV, LR
un/vai LSM.LV sociālo
mediju kontus



Latvijas sabiedrisko mediju regulāro lietotāju sociāli demogrāfiskais profils (II)

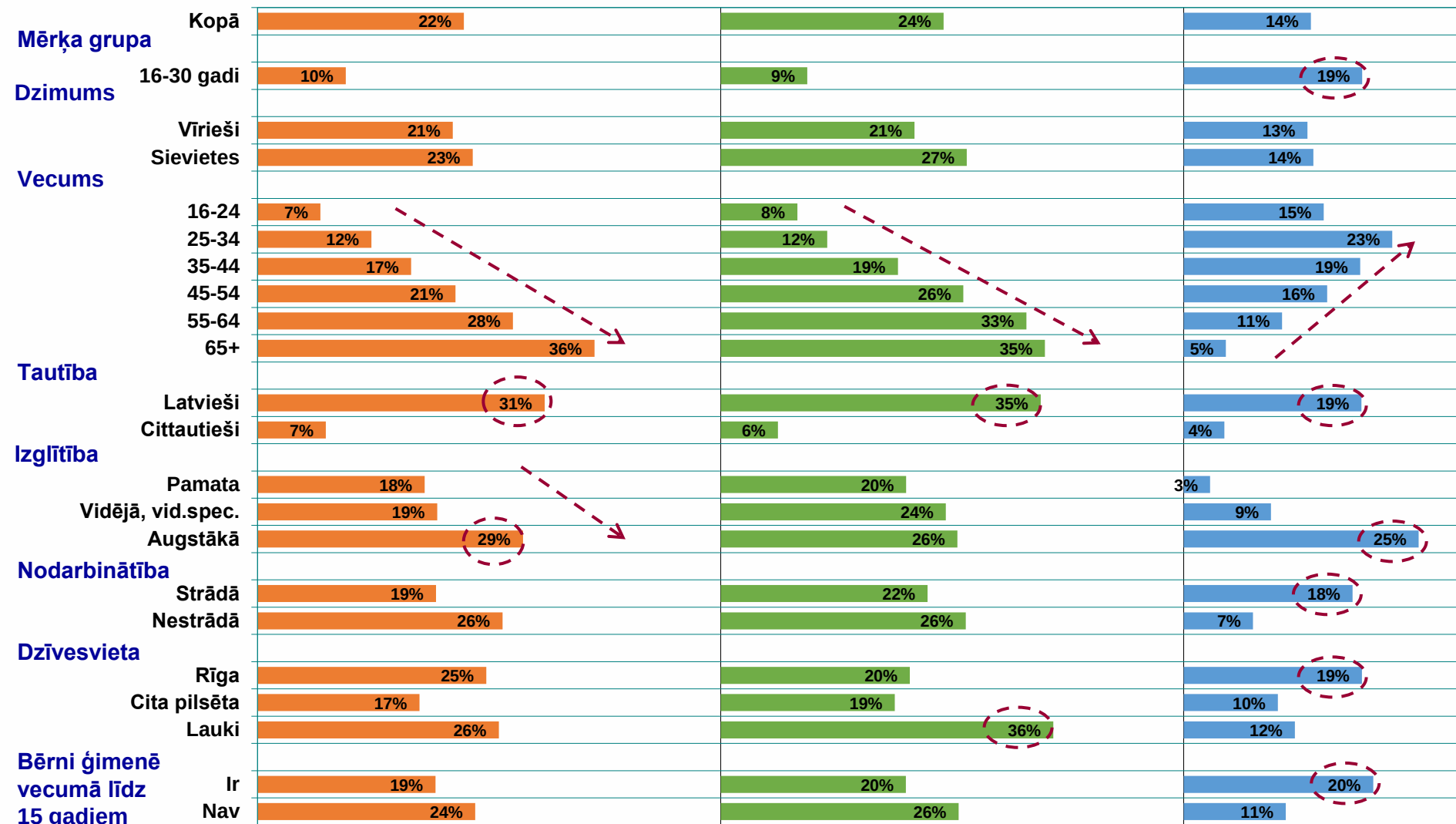
Vismaz reizi nedēļā ...

... apmeklē Latvijas
sabiedrisko mediju
vienoto portālu
www.lsm.lv

... klausās LR1

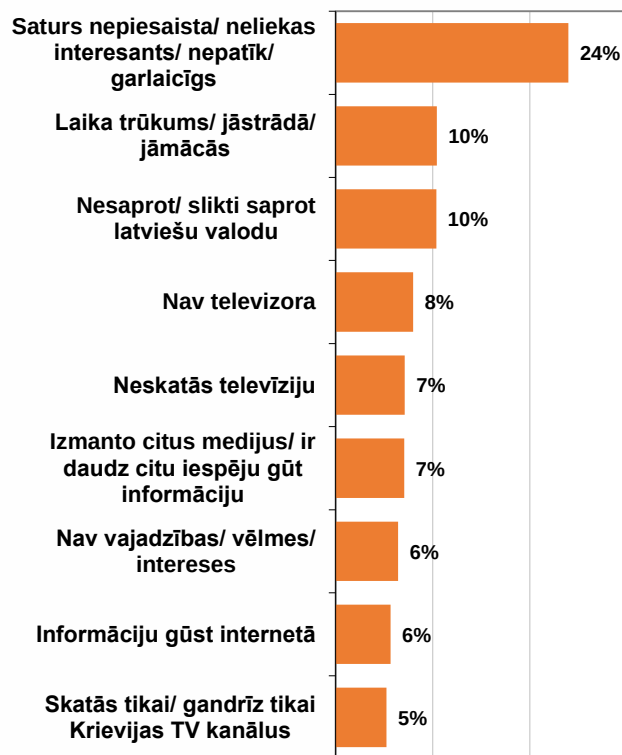


... klausās LR2

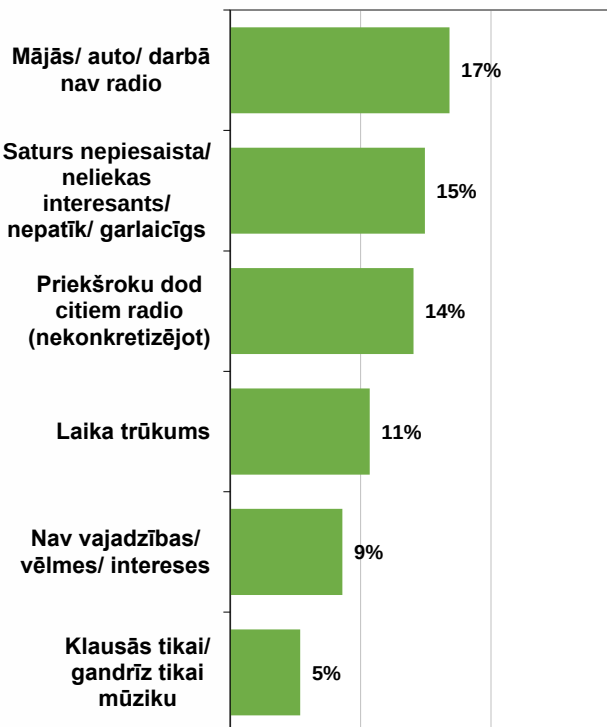


Iemesli, kāpēc netiek lietoti Latvijas sabiedriskie mediji

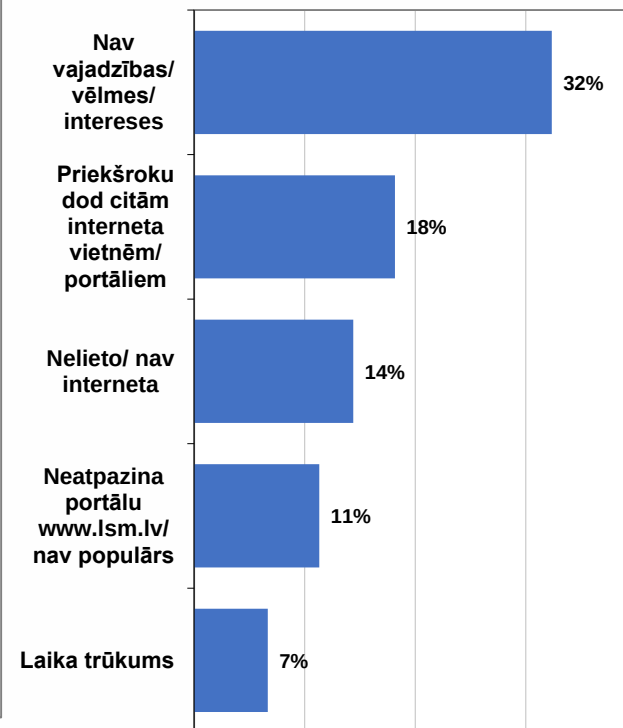
Kāpēc neskatāties LTV?



Kāpēc neklausāties Latvijas radio?



Kāpēc nelietojiet portālu LSM.lv?



Izlase: respondenti, kuri nelieto vai reti lieto attiecīgo sabiedrisko mediju

4. Uzticēšanās Latvijas sabiedriskajiem medijiem

Sakiet, lūdzu, cik lielā mērā Jūs uzticaties Latvijas sabiedriskajiem medijiem?

(Bāze (n) = respondenti, kuri lieto attiecīgo sabiedrisko mediju)

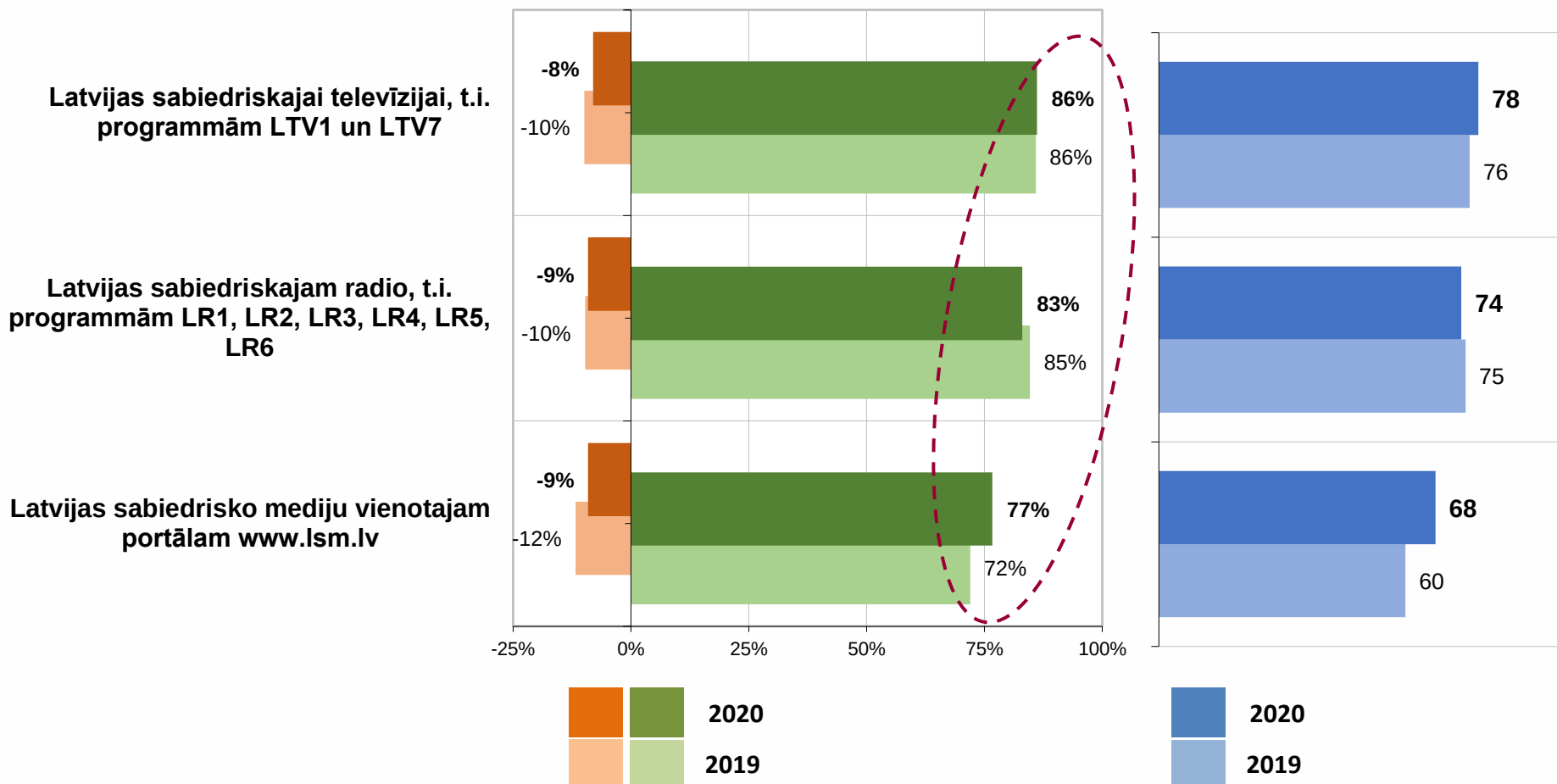
Neuzticas + drīzāk neuzticas

Uzticas + drīzāk uzticas

Latvijas sabiedrisko mediju uzticēšanās

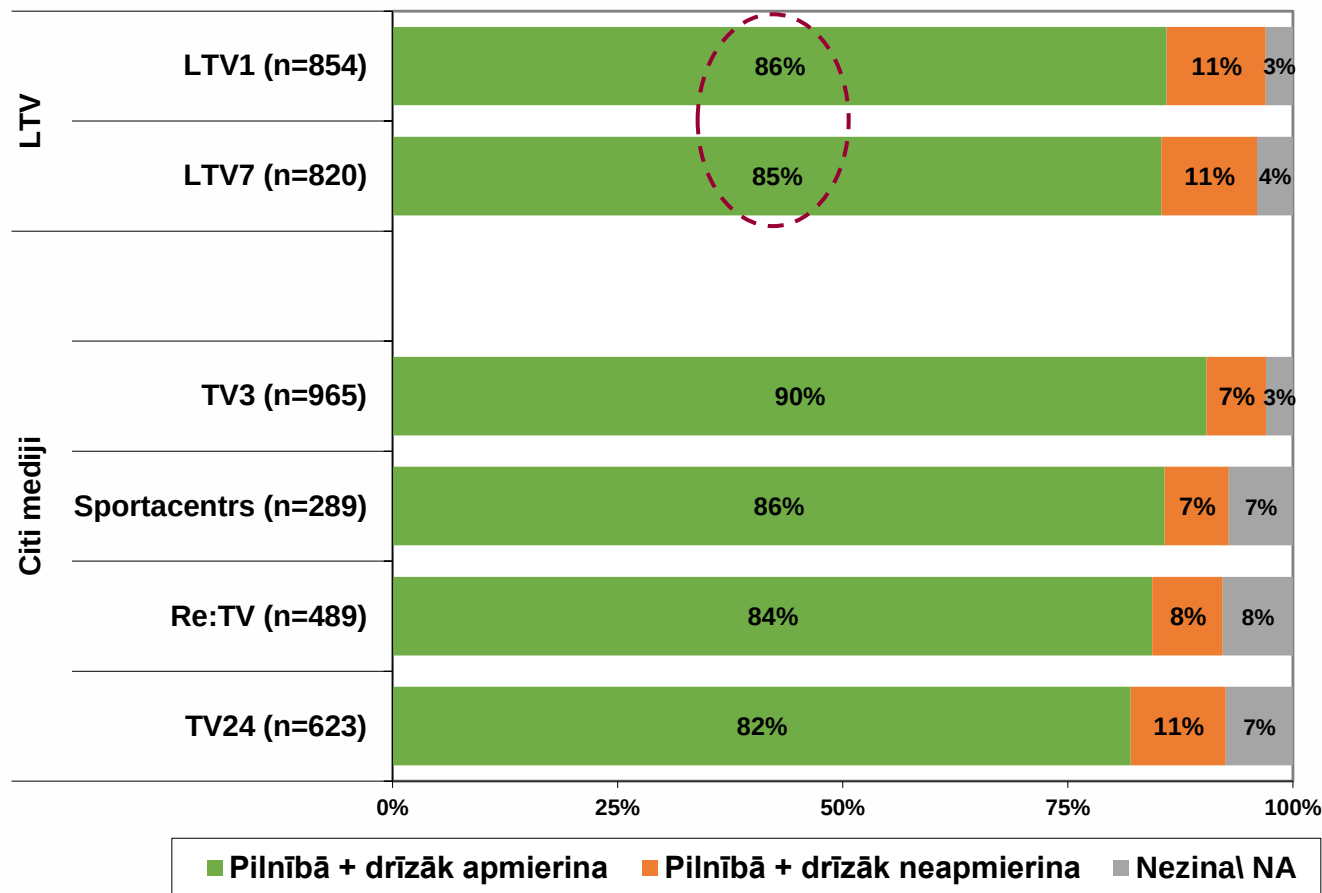
reitings

(skalā no -100 līdz 100)



5. Latvijas sabiedriskā televīzija – priekšstatī, satura vērtējums, ieteikumi

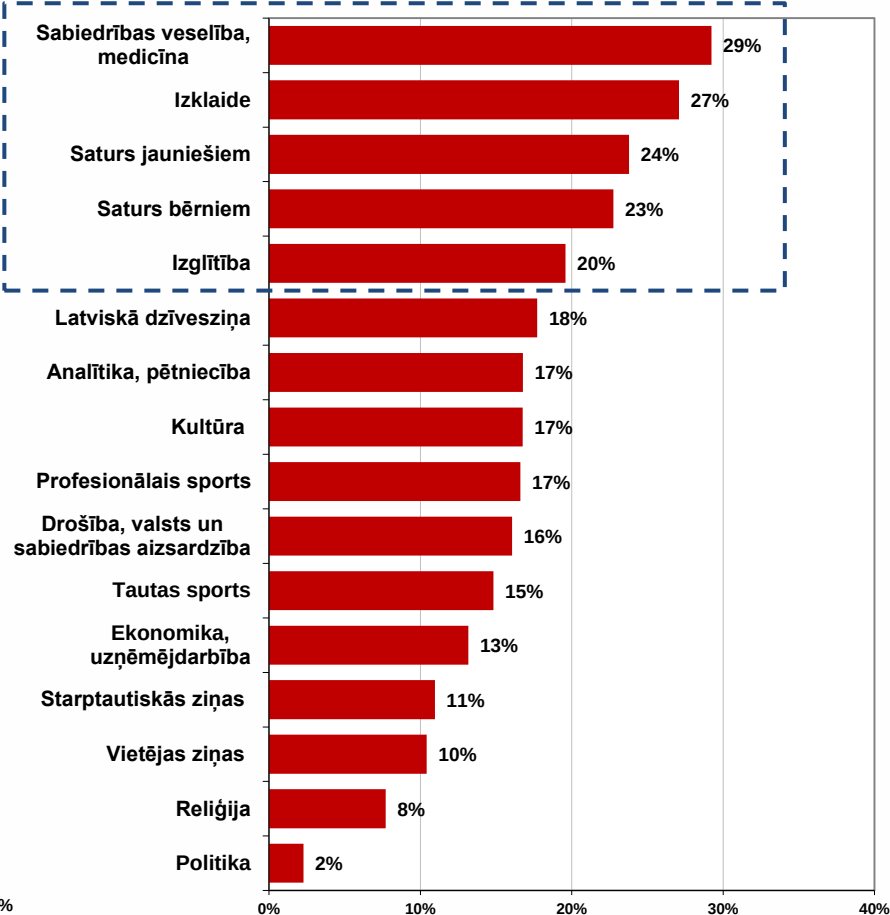
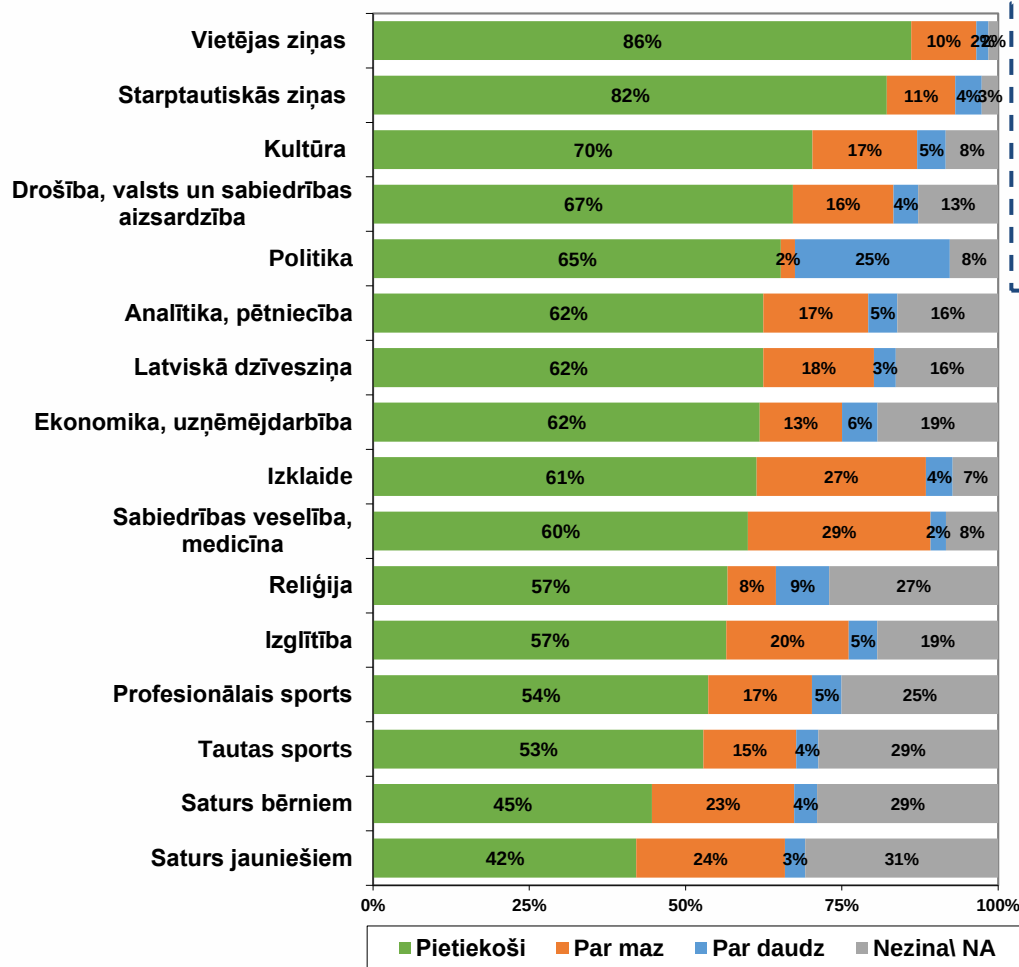
Cik lielā mērā Jūs esat apmierināts vai neapmierināts ar sekojošo Latvijas mediju piedāvātā satura kvalitāti kopumā?



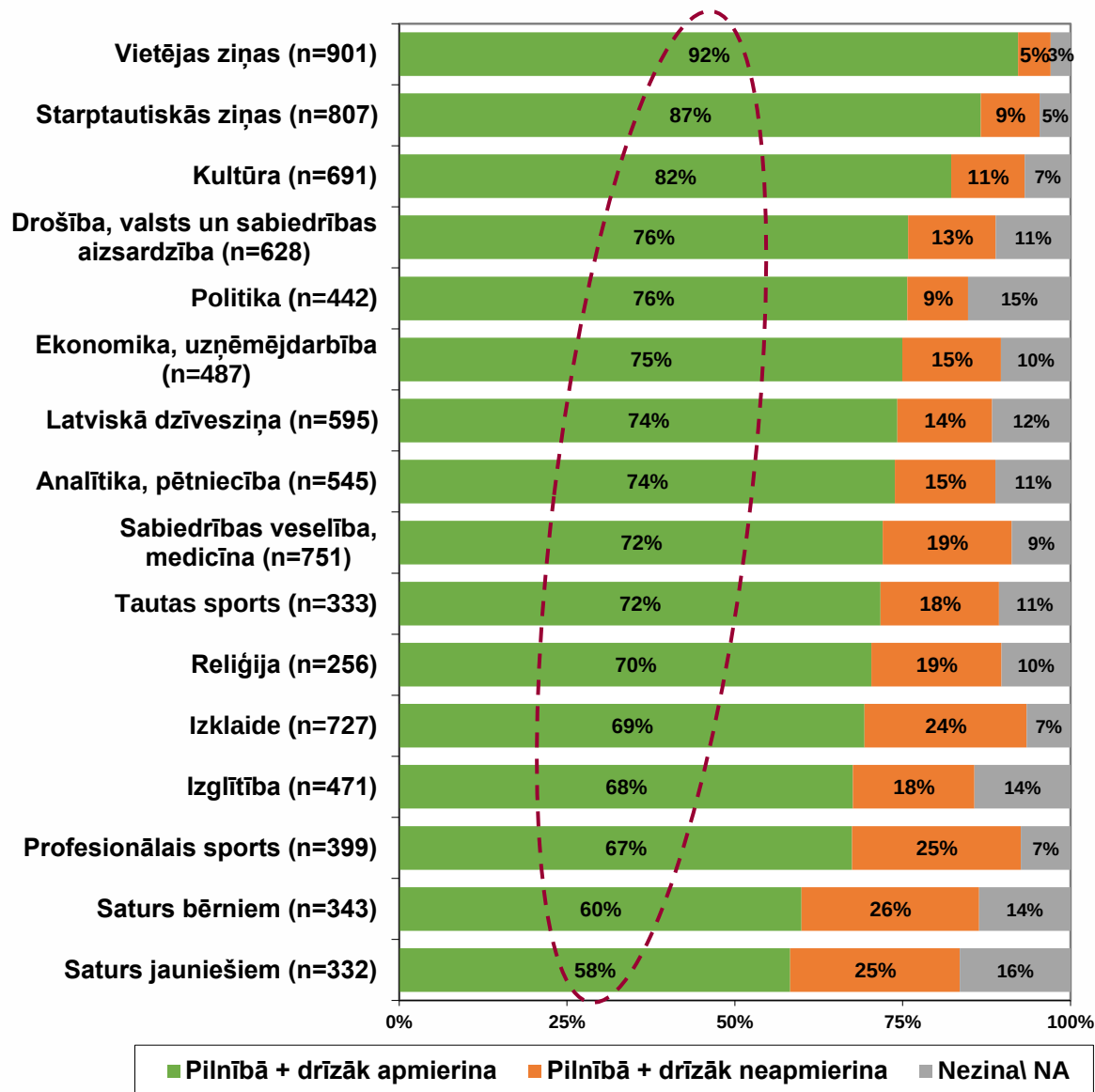
Izlase: respondenti, kuri attiecīgo mediju lieto vismaz dažas reizes mēnesī

Vai, Jūsaprāt, šīs tēmas Latvijas televīzijā ir atspoguļotas par maz, pietiekoši vai par daudz?

Pauda viedokli, ka attiecīgā tēma LATVIJAS TELEVĪZIJĀ ir pārstāvēta PĀRĀK MAZ



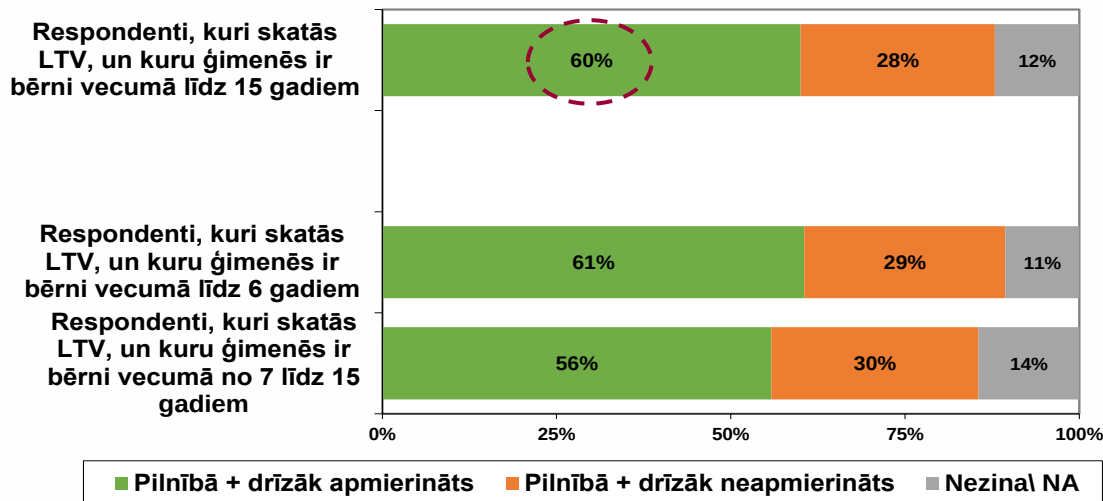
Cik apmierināts Jūs esat ar Latvijas sabiedriskās televīzijas satura piedāvājumu katrā no sekojošām jomām?



Izlase: respondenti, kuri skatās Latvijas televīziju un kurus interesē attiecīgā tēma

Cik apmierināts vai neapmierināts Jūs esat ar Latvijas televīzijas BĒRNU SATURA piedāvājumu ?

(Bāze = respondenti, kuri skatās LTV un kurus interesē bērnu saturs)



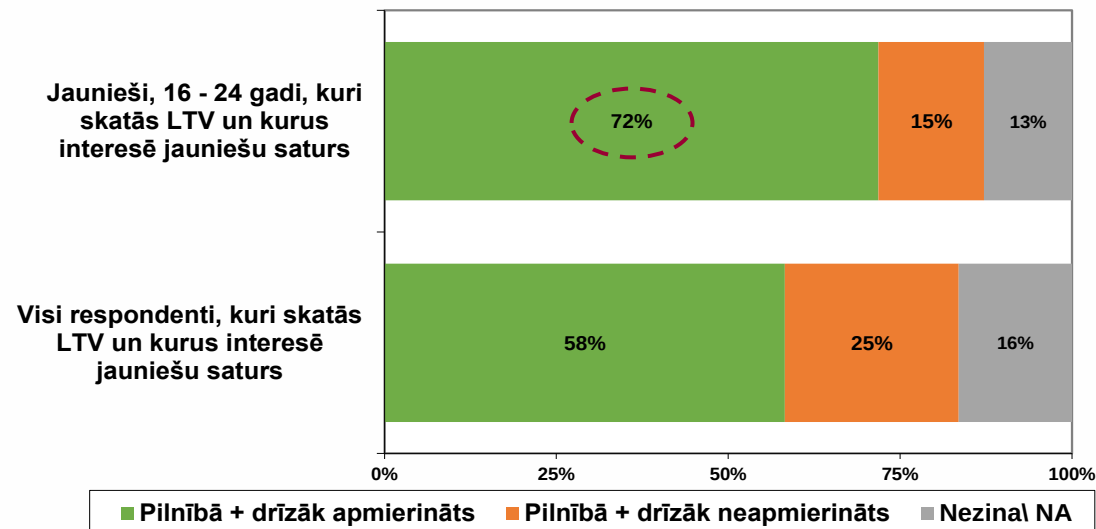
Bērnu un jauniešu saturs

Ekspertu ieteikumi:

- Jāmeklē jauni risinājumi, jaunas platformas, veidi kā uzrunāt un noturēt bērnus pēc 9-10 gadu vecuma un jauniešus, kuri bieži vien nelieto sabiedrisko radio un TV.
- Ir atbalstāma jauniešiem veltīta izglītojoša satura izvietošana viņu izmantotajās interneta platformās vai sociālajos tīklos (Facebook, YouTube, Instagram, TikTok) , piemēram, par Latvijas kultūru, vēsturi un tml.
- Iesaistīt jauniešus satura veidošanā, ļaut realizēt savas idejas. Jauniešus piesaista lietas, kur viņi redz sevi, draugus, pazīstamu vidi, klasesbiedrus, skolu.
- Bērnu auditorijai trūkst Latvijā radīta apkārtējo pasauli un procesu izzinoša un skaidrojoša satura

Cik apmierināts vai neapmierināts Jūs esat ar Latvijas televīzijas JAUNIEŠU SATURA piedāvājumu ?

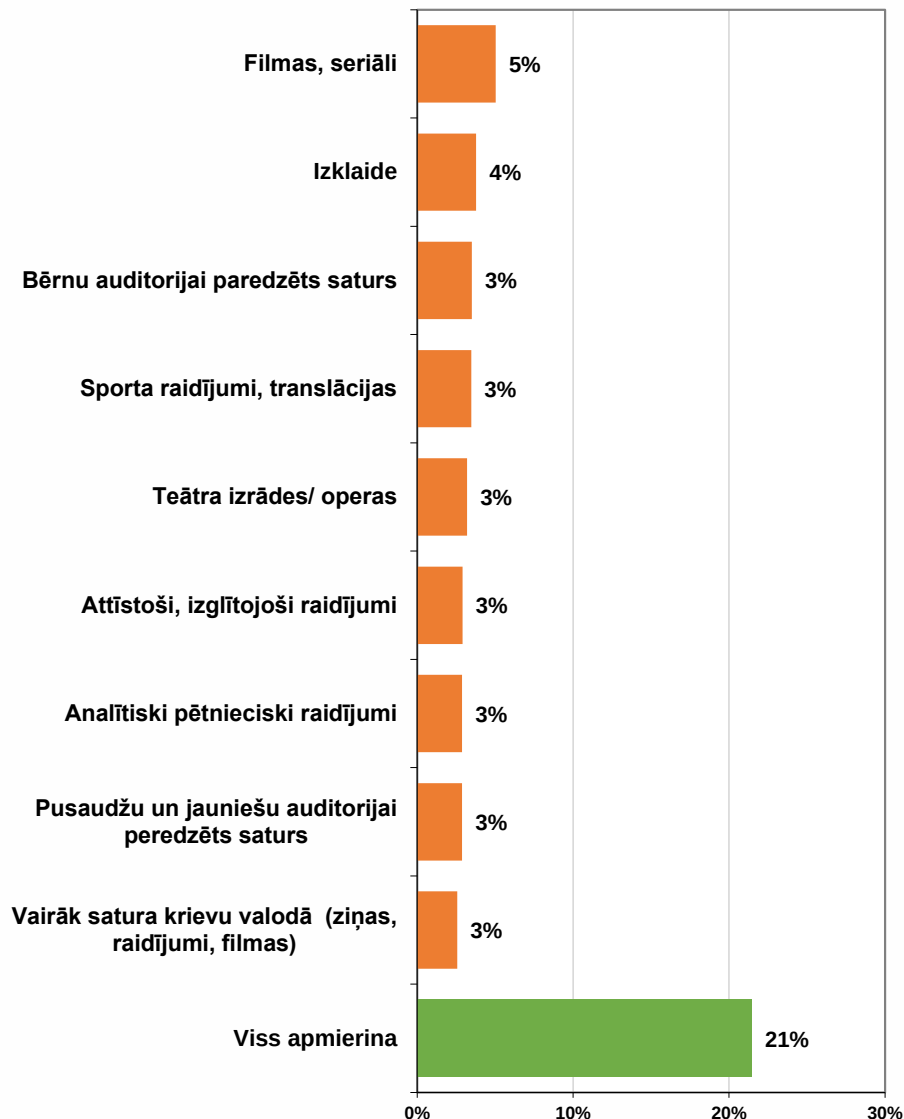
(Bāze = respondenti, kuri skatās LTV un kurus interesē jauniešu saturs)



Ieteikumi

Kāds saturs trūkst Latvijas televīzijā?

Biežāk minētās atbildes

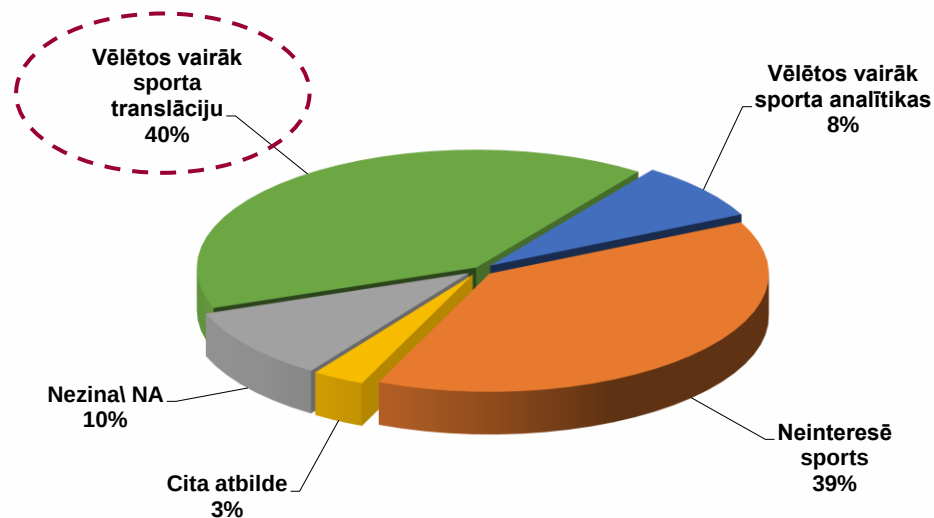


LATVIJAS TELEVĪZIJA

Pēc ekspertu domām, LTV trūkst labo padomu raidījumi, kas līdzētu rast ātrus risinājumus dzīves kvalitātes uzlabošanā, aptverot sabiedriski nozīmīgās tēmas, kā finanšu un medijpratība, izglītība, veselība utml. LTV trūkst integrēta veselīga dzīvesveida saturs.

Vēlamais sporta tēmas atspoguļojums LTV

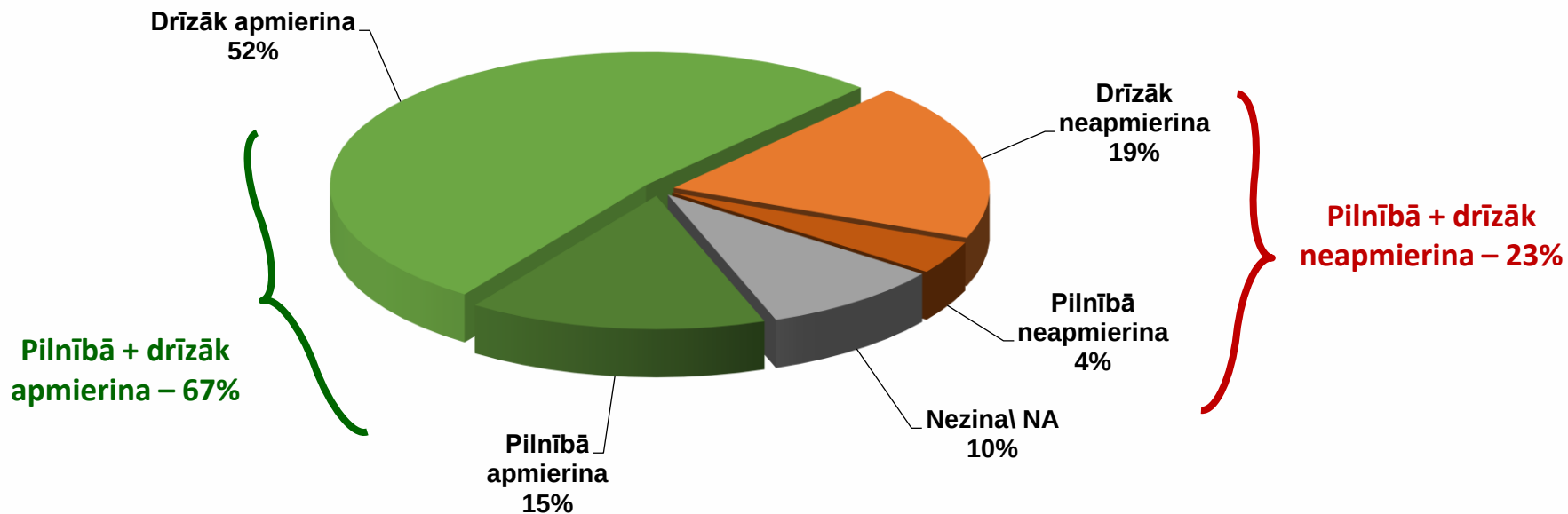
Runājot par sporta tēmas atspoguļojumu Latvijas televīzijā, kuram no sekojošajiem apgalvojumiem Jūs piekrītat vairāk ... ?



Izlase: respondenti, kuri skatās Latvijas televīziju

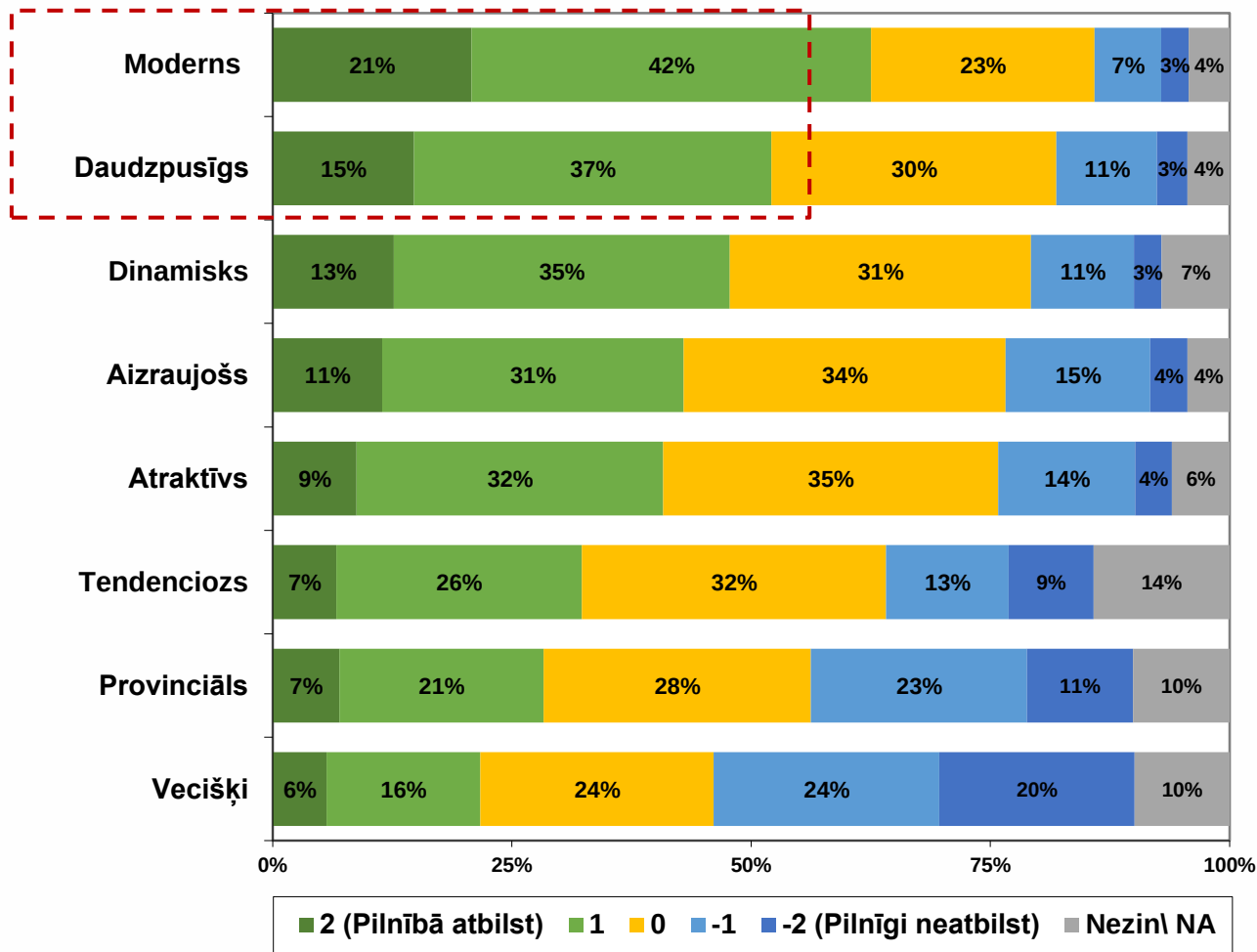
**Cik lielā mērā Jūs apmierina vai neapmierina VIEDOKĻU DAŽĀDĪBA
Latvijas televīzijas saturā?**

(Bāze = respondenti, kuri skatās Latvijas televīziju; n=955)

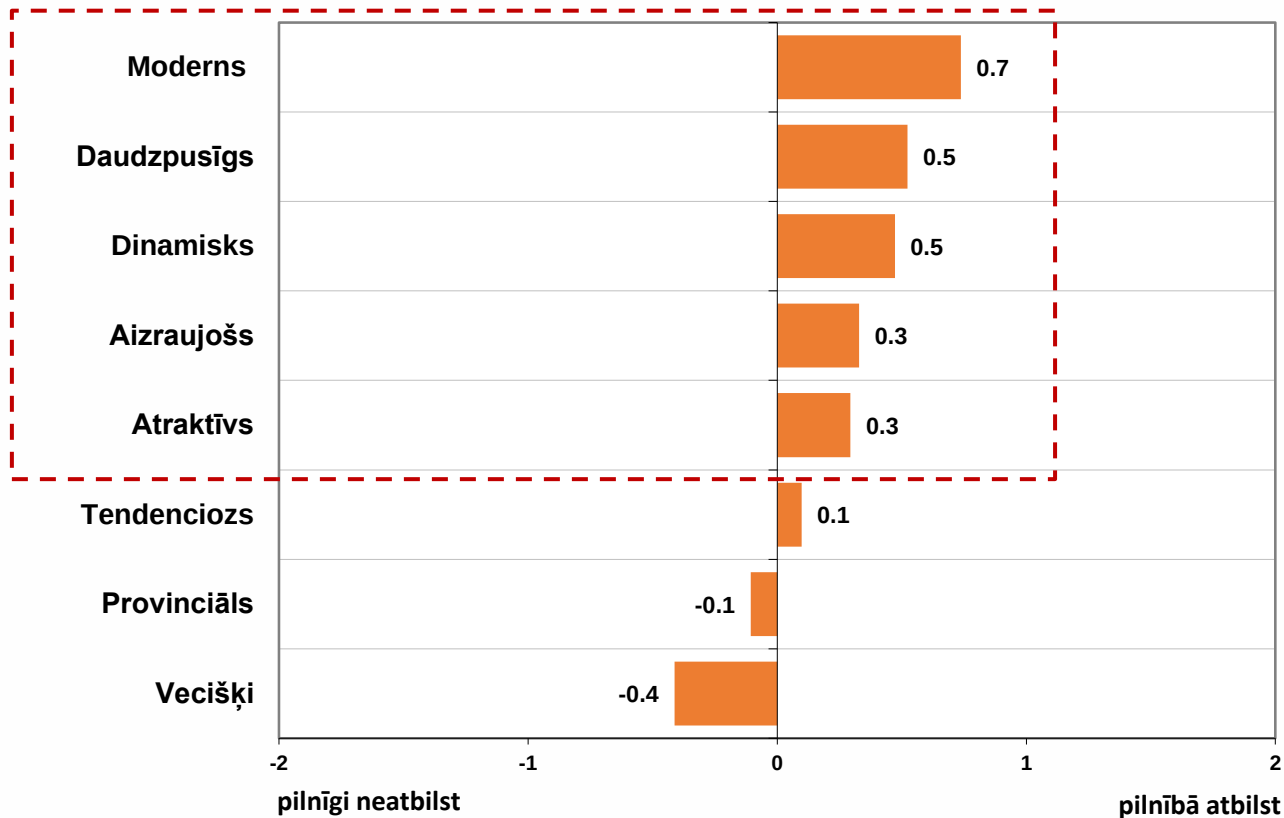


**Cik lielā mērā sekojošie raksturojumi, Jūsaprāt, atbilst vai neatbilst
LATVIJAS TELEVĪZIJAS raidījumiem, to pasniegšanas veidam?**

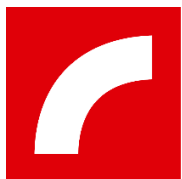
(Bāze = respondenti, kuri skatās Latvijas televīziju; n=955)



LATVIJAS TELEVĪZIJAS raksturojumi
Vidējais vērtējums 5 punktu skalā,
 kur -2 nozīmē "pilnīgi neatbilst", bet 2 - "pilnībā atbilst"
 (Bāze = respondenti, kuri skatās Latvijas televīziju; n=955)

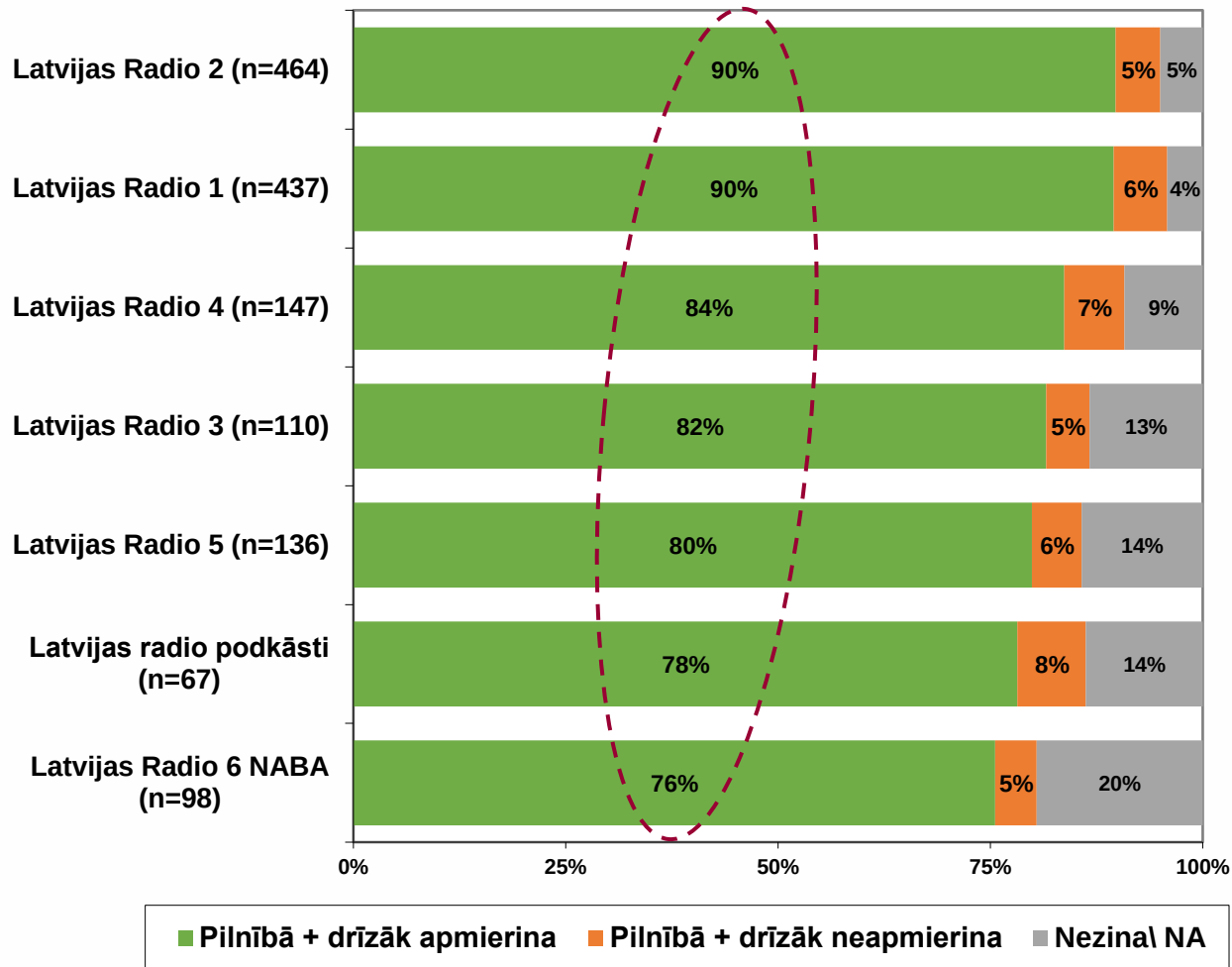


6. Latvijas sabiedriskais radio – priekšstatī, satura vērtējums, ieteikumi



**Latvijas
Radio**

**Cik lielā mērā Jūs esat apmierināts vai neapmierināts ar sekojošo
Latvijas radio kanālu piedāvātā satura kvalitāti ?**



Izlase: respondenti, kuri attiecīgo mediju lieto vismaz dažas reizes mēnesī

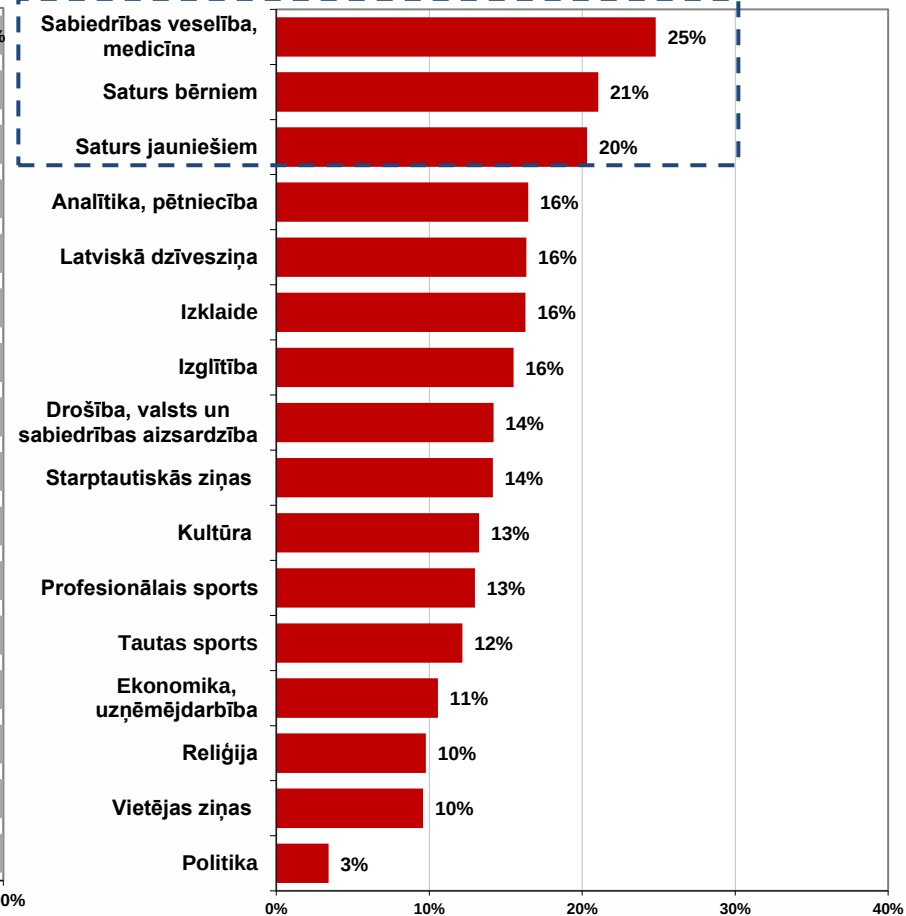
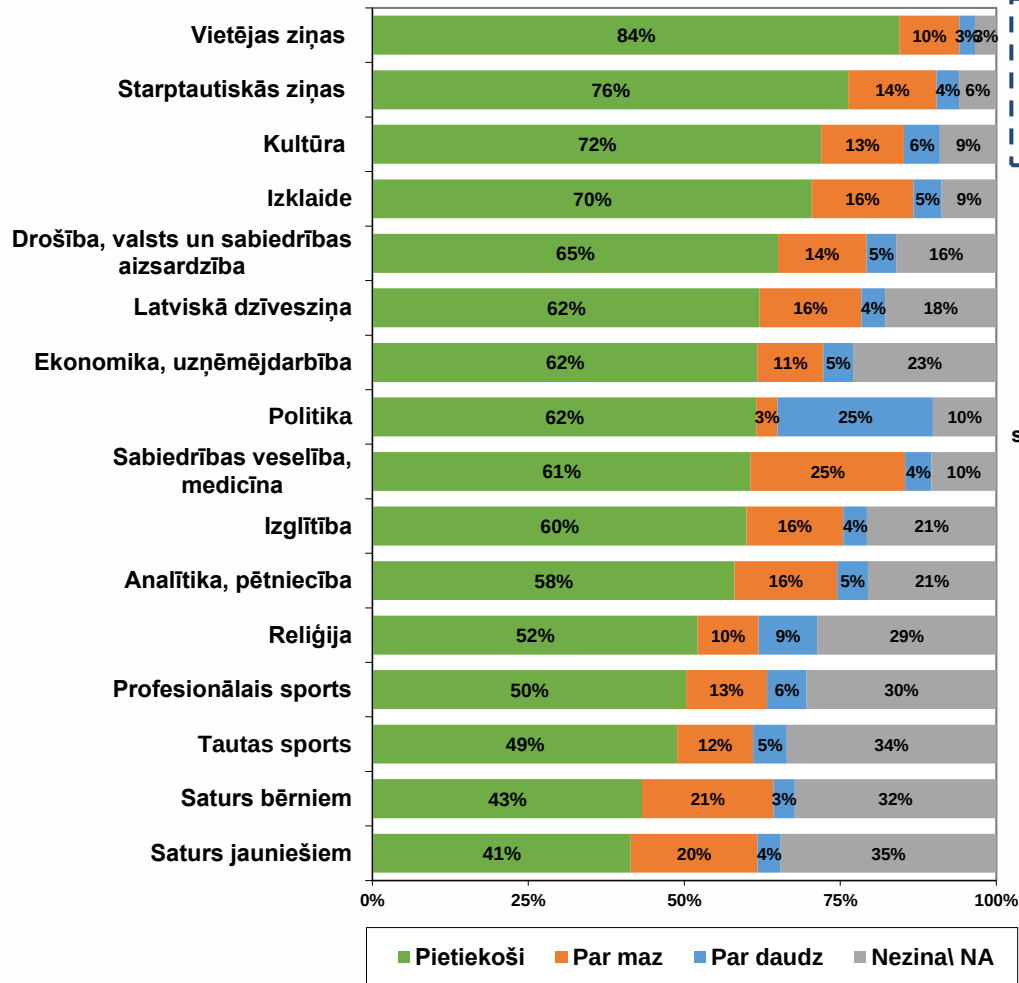


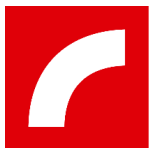
Latvijas
Radio

Izlase: respondenti, kuri klausās Latvijas radio vismaz reizi nedēļā

Vai, Jūsaprāt, šīs tēmas Latvijas radio ir atspoguļotas par maz,
pietiekoši vai par daudz?

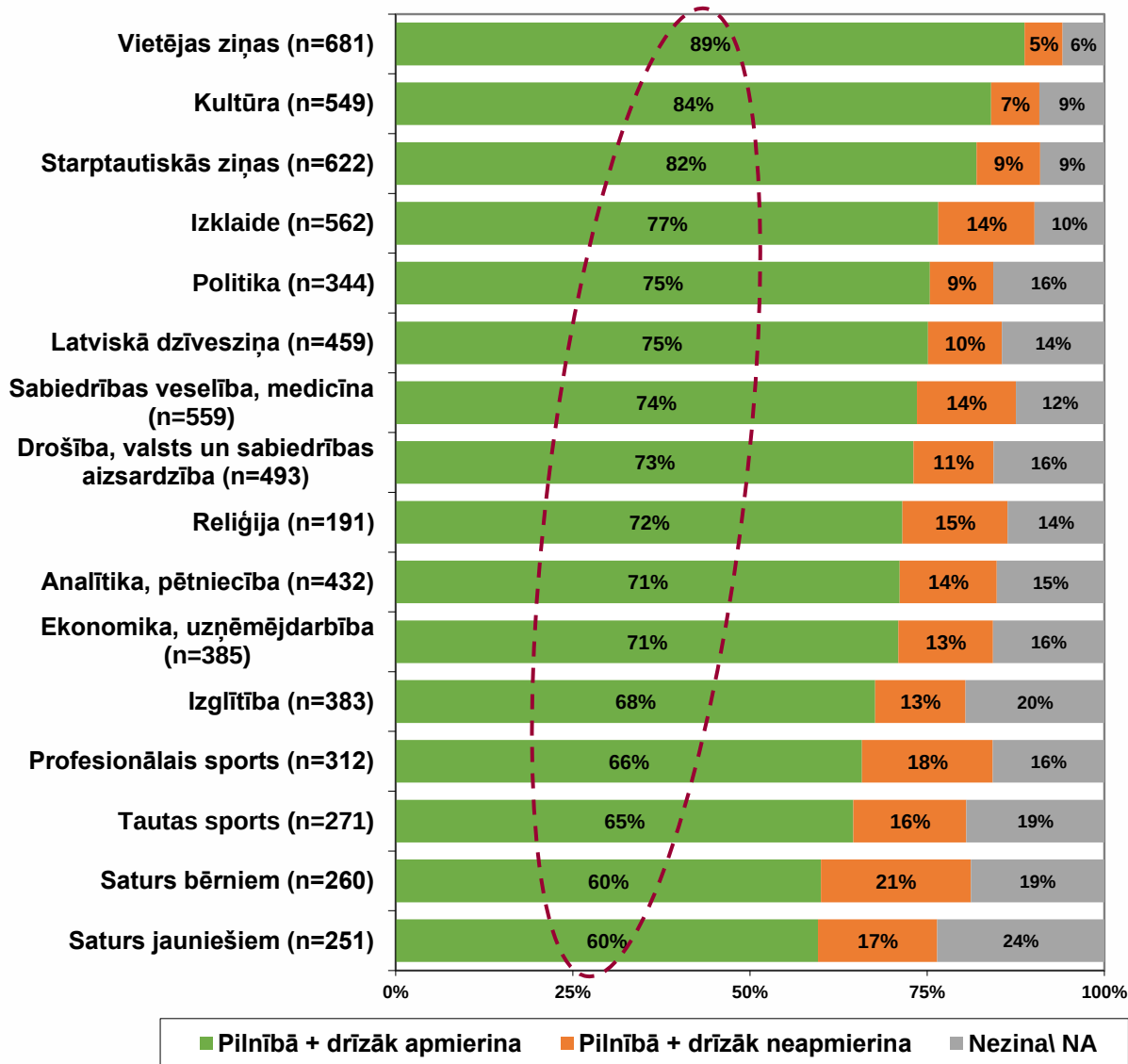
Pauda viedokli, ka
attiecīgā tēma LATVIJAS RADIO ir pārstāvēta PĀRĀK MAZ





Latvijas
Radio

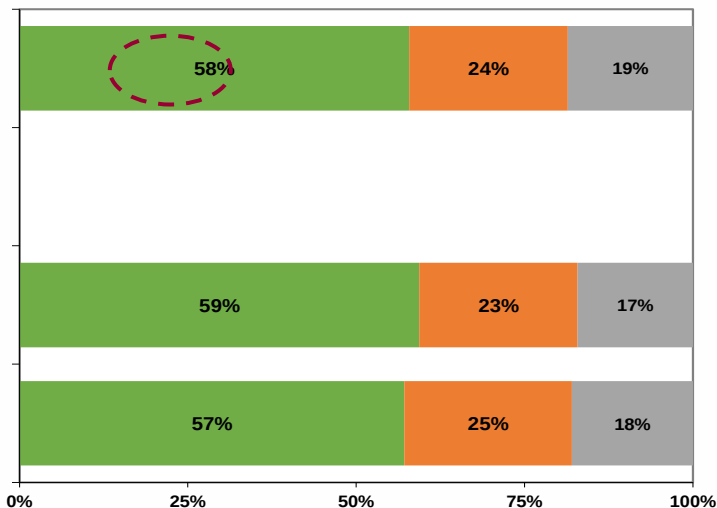
Cik apmierināts Jūs esat ar Latvijas sabiedriskā radio programmu un pārraižu
satura piedāvājumu katrā no sekojošām jomām?



Izlase: respondenti, kuri
klausās Latvijas radio un
kurus interesē attiecīgā
tēma

**Cik apmierināts vai neapmierināts Jūs esat ar Latvijas radio
BĒRNU SATURA piedāvājumu ?**
(Bāze = respondenti, kuri klausās Latvijas radio un kurus interesē bērnu
saturs)

Respondenti, kuri klausās
LR, un kuru ģimenēs ir bērni
vecumā līdz 15 gadiem



Respondenti, kuri klausās
LR, un kuru ģimenēs ir bērni
vecumā līdz 6 gadiem

Respondenti, kuri klausās
LR, un kuru ģimenēs ir bērni
vecumā no 7 līdz 15 gadiem

■ Pilnībā + drīzāk apmierināts ■ Pilnībā + drīzāk neapmierināts ■ Nezina\ NA

Eksperti iesaka bērnu un jauniešu saturu veidot digitālajā vidē un vairāk sadarbojoties ar ārpakalpojumiem. Tai pat laikā nodrošinot līdzvērtīgu saturu arī ārpus digitālajām platformām, piedāvājot to lineārajā apraidē.

Jādomā par to, kas ir tas unikālais, oriģinālais, ko mēs varam piedāvāt tieši šeit Latvijā, radot oriģinālu saturu. Nekonkurēt ar saturu, kas tiek piedāvāts angļu valodā, bet veidot to, ko nepiedāvā «*lielie spēlētāji lielajiem pasaules tirgiem*».

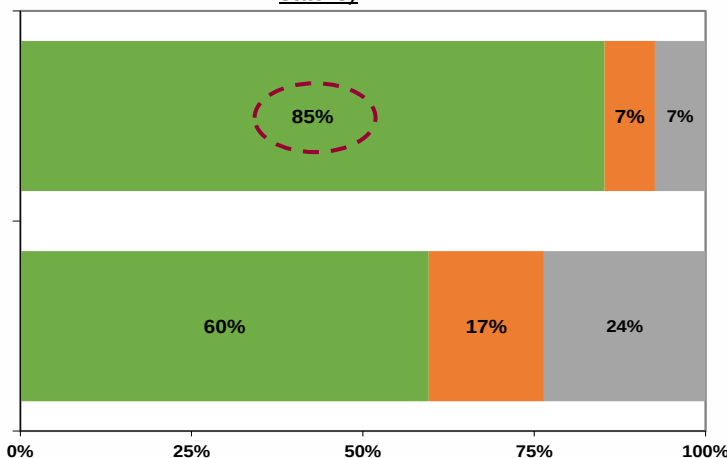
Satura veidošanā vairāk iesaistīt pašus bērnus un jauniešus, radīt saturu atbilstoši viņu interesēm un vajadzībām (*pašlaik raidījumi tomēr īsti nav veidoti ar mērķi, ka to klausīsies tikai bērni, bet tādā veidā tiek apkalpota arī vecākā paaudze, nav pareizi, jo beigu galā īsti neuzrunā mērķauditoriju; arī LR5 ir jauniešiem mērķēti raidījumi, kas kopumā tomēr ir tuvāki vidējai paaudzei, nevis jauniešiem*).



**Bērnu un jauniešu
saturs**

**Cik apmierināts vai neapmierināts Jūs esat ar Latvijas radio
JAUNIEŠU SATURA piedāvājumu ?**
(Bāze = respondenti, kuri klausās Latvijas radio un kurus interesē jauniešu
saturs)

Jaunieši, 16 - 24 gadi, kuri
klausās LR un kurus
interesē jauniešu saturs



Visi respondenti, kuri
klausās LR un kurus
interesē jauniešu saturs

■ Pilnībā + drīzāk apmierināts ■ Pilnībā + drīzāk neapmierināts ■ Nezina\ NA

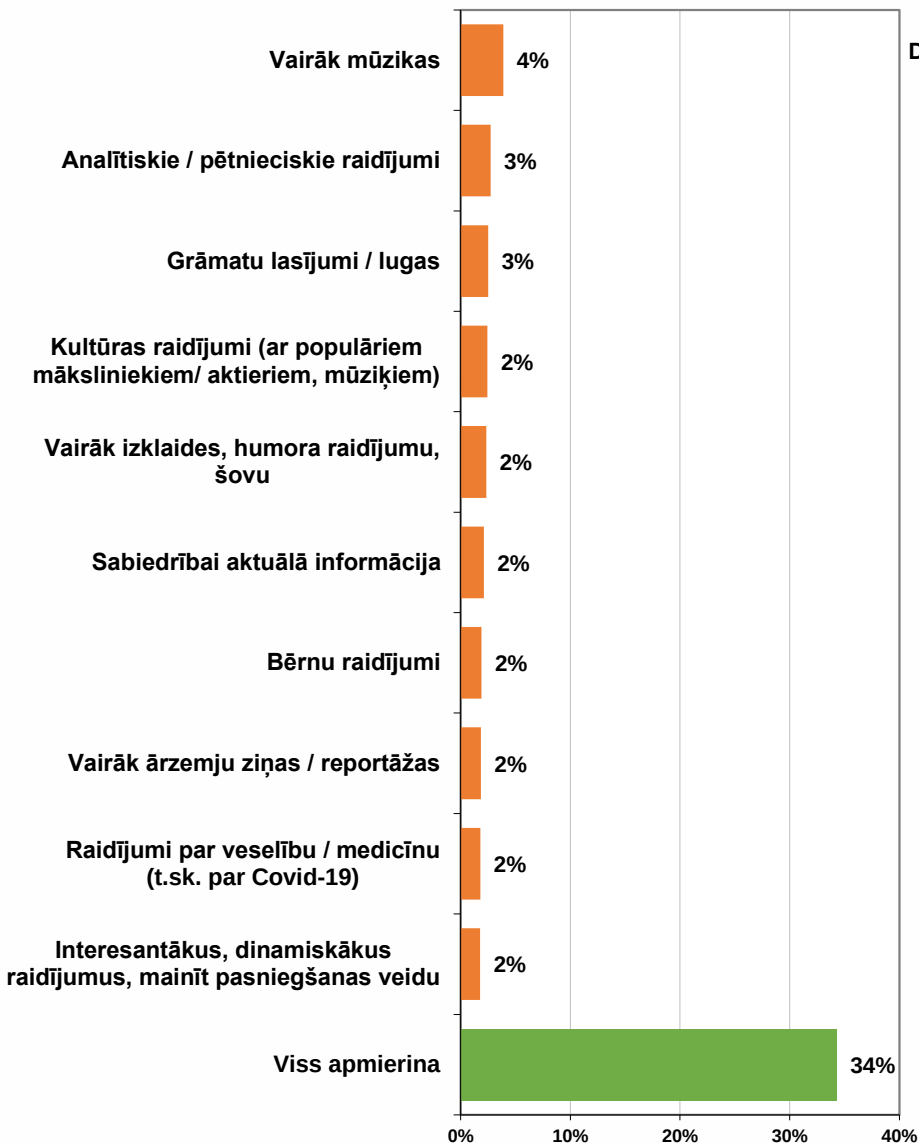


Latvijas
Radio

Ieteikumi

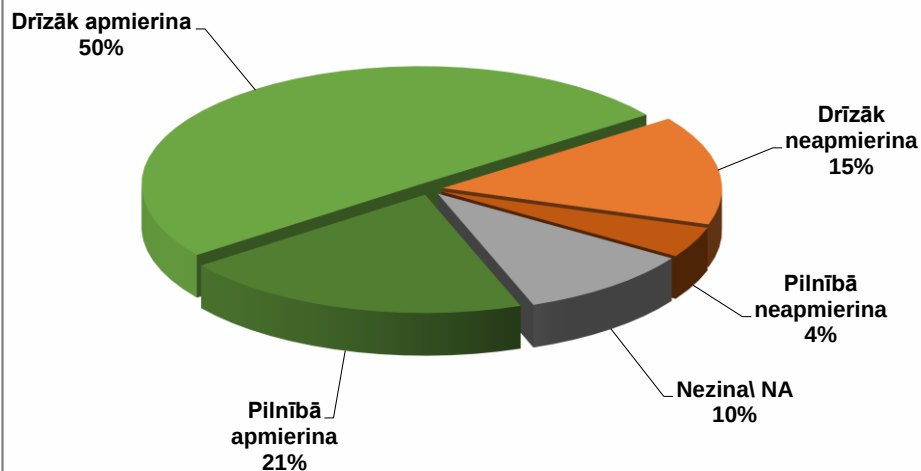
Kāds saturs trūkst Latvijas radio?

Biežāk minētās atbildes



Viedokļu dažādība Latvijas radio

Cik lielā mērā Jūs apmierina vai neapmierina VIEDOKĻU DAŽĀDĪBA Latvijas radio saturā?



Izlase: respondenti, kuri klausās Latvijas radio

Pēc ekspertu domām, LR, tāpat kā LTV, pārāk daudz pārstāvēts ministru un ierēdņu viedoklis («ir tikai valdības lēmumu, un politikas atspoguļojums»), tādējādi radot klausītājam priekšstatu par viedokļu dažādības trūkumu.

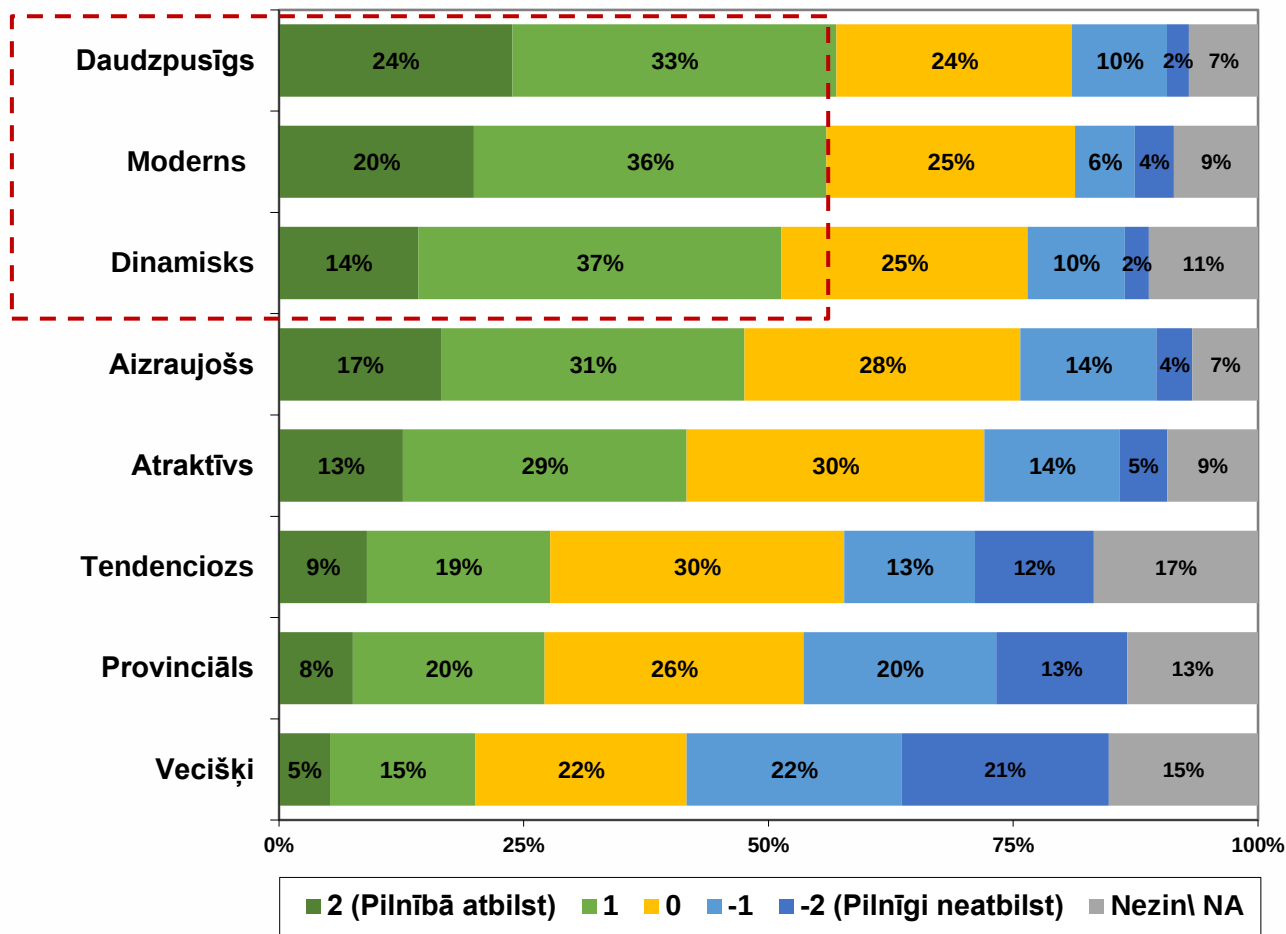
Trūkst starpdisciplināras pieejas, tēmas tiek skatītas šauri (piem., ekonomikas satura ietvaros ir finanšu tēma, bet nav nekā no uzņēmējdarbības), trūkst pievienotās vērtības – plašākas, padziļinātākas analīzes, kas rada priekšstatu par provinciālismu («Es īsti neredzu ekspertus nedz televīzijā, nedz radio, kuri varētu mums izskaidrot sarežģītus makroekonomikas procesus. Līdz ar to saturs par uzņēmējdarbību, par biznesu, un arī par starptautisko biznesu ir tāds provinciāls. Ir liels fokuss uz nacionālo dienas kārtību, bet trūkst tāda plašāka skatījuma uz globālākiem jautājumiem»).



Latvijas
Radio

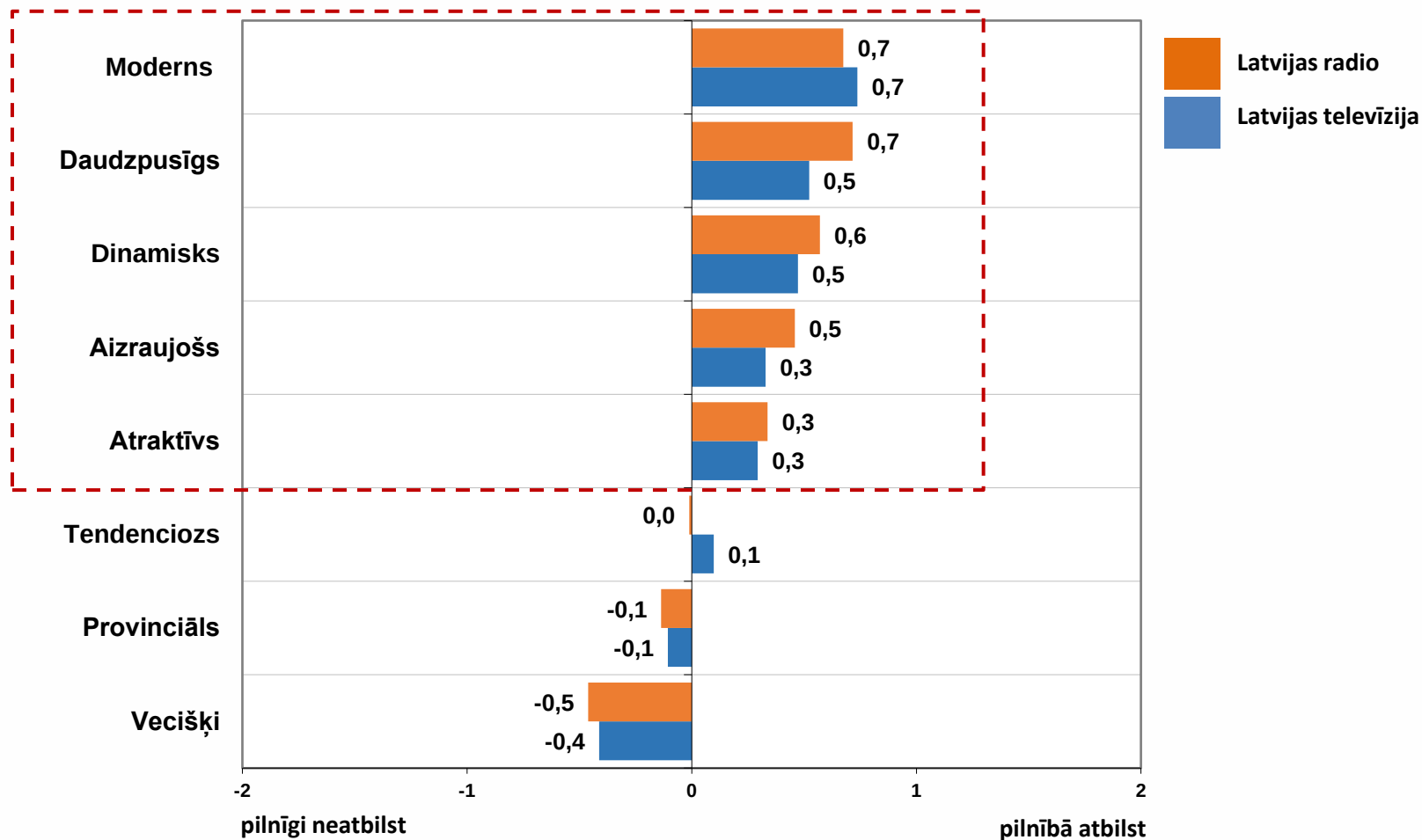
**Cik lielā mērā sekojošie raksturojumi, Jūsaprāt, atbilst vai neatbilst
LATVIJAS RADIO raidījumiem, to pasniegšanas veidam?**

(Bāze = respondenti, kuri klausās Latvijas radio; n=742)



Latvijas sabiedrisko mediju raksturojumi

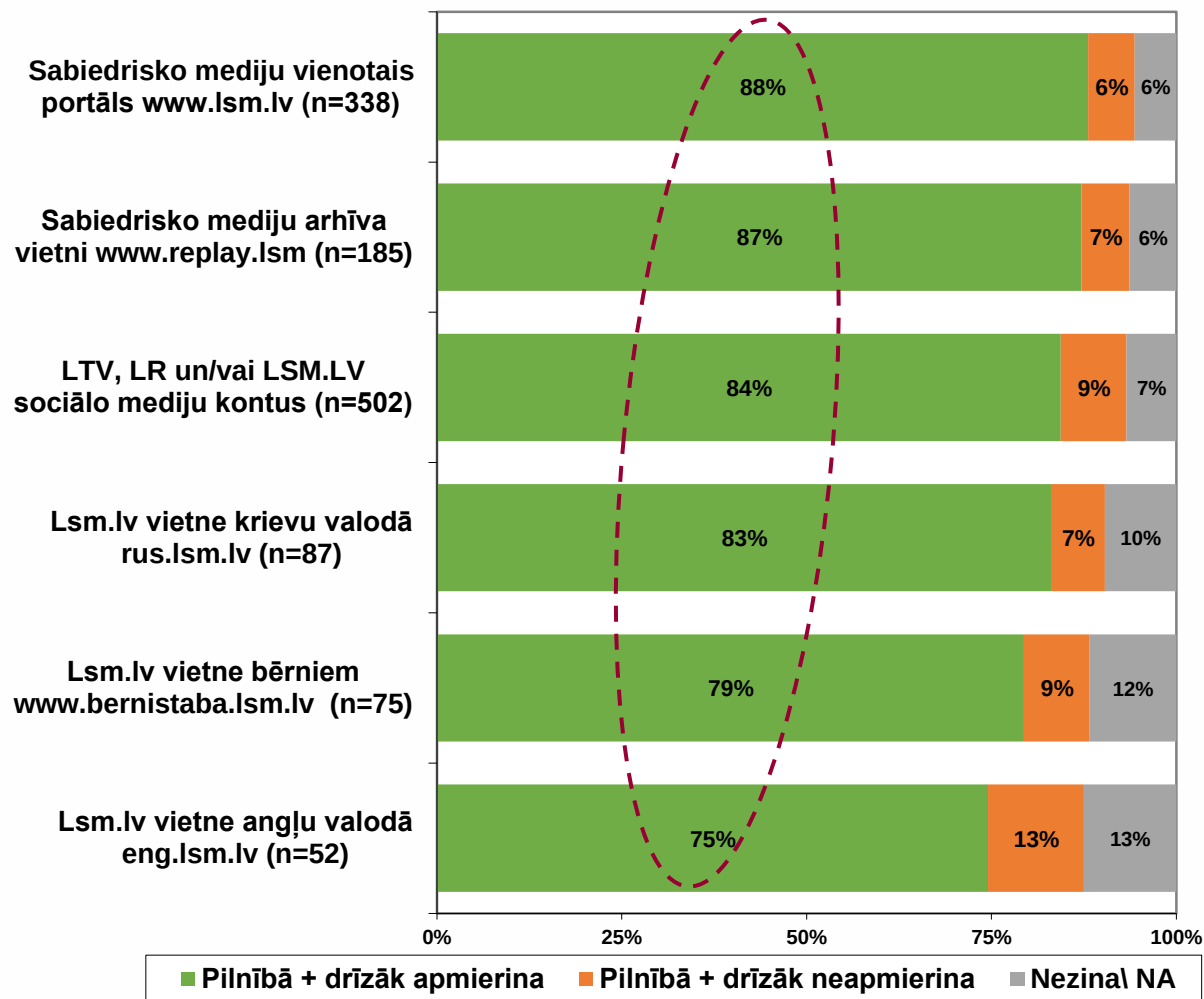
Vidējais vērtējums 5 punktu skalā,
kur -2 nozīmē "pilnīgi neatbilst", bet 2 - "pilnībā atbilst"



Izlase: Latvijas radio un Latvijas televīzijas lietotāji

7. Latvijas sabiedrisko mediju vienotais portāls www.lsm.lv - priekšstatī, satura vērtējums, ieteikumi

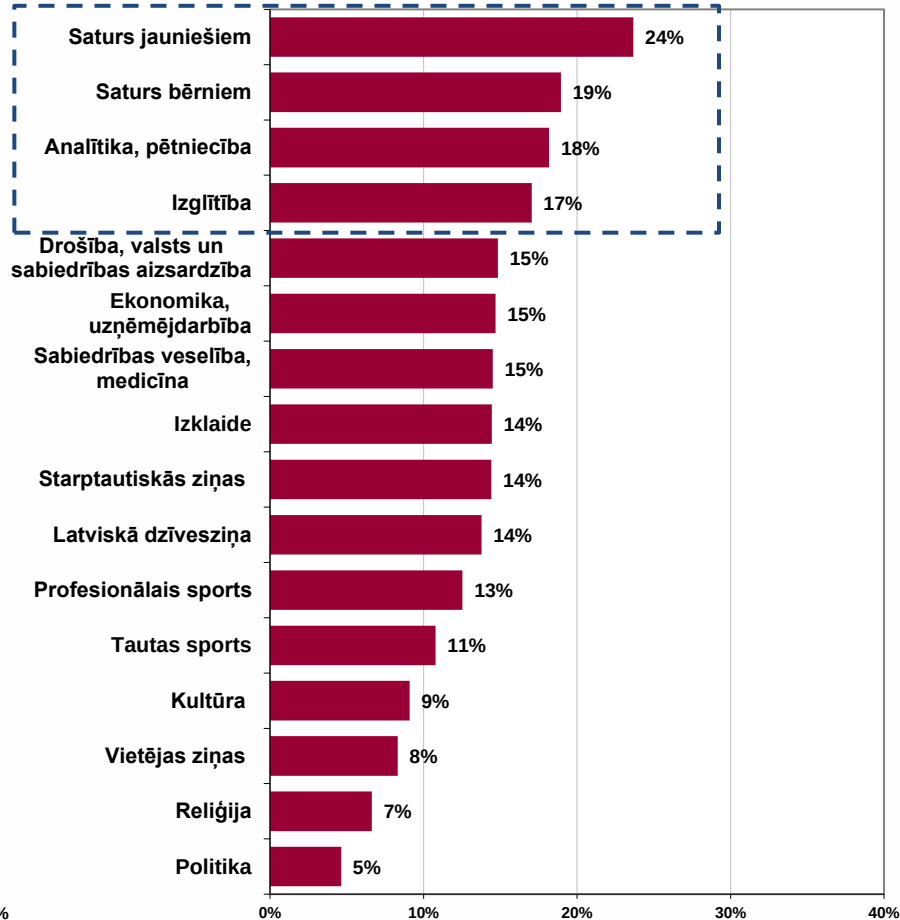
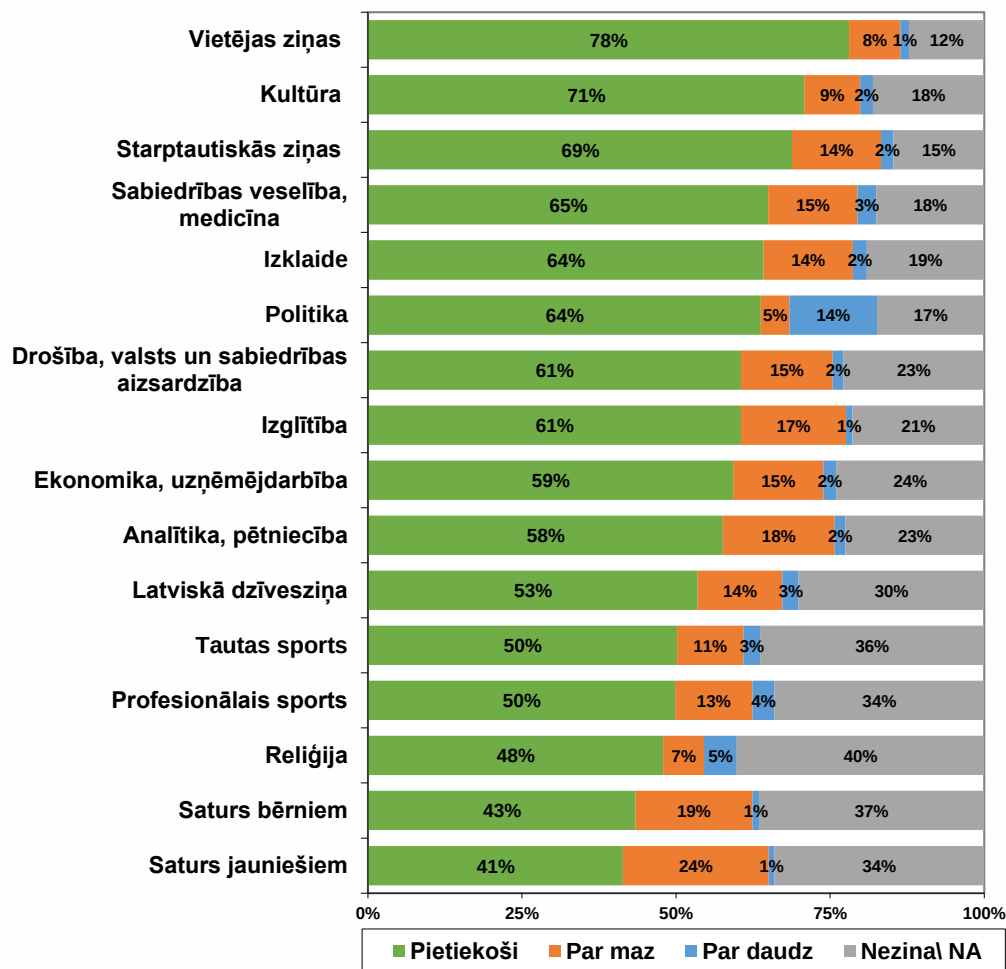
Cik lielā mērā Jūs esat apmierināts vai neapmierināts ar sekojošo mediju piedāvātā satura kvalitāti ?



Izlase: respondenti, kuri attiecīgo mediju lieto vismaz dažas reizes mēnesī

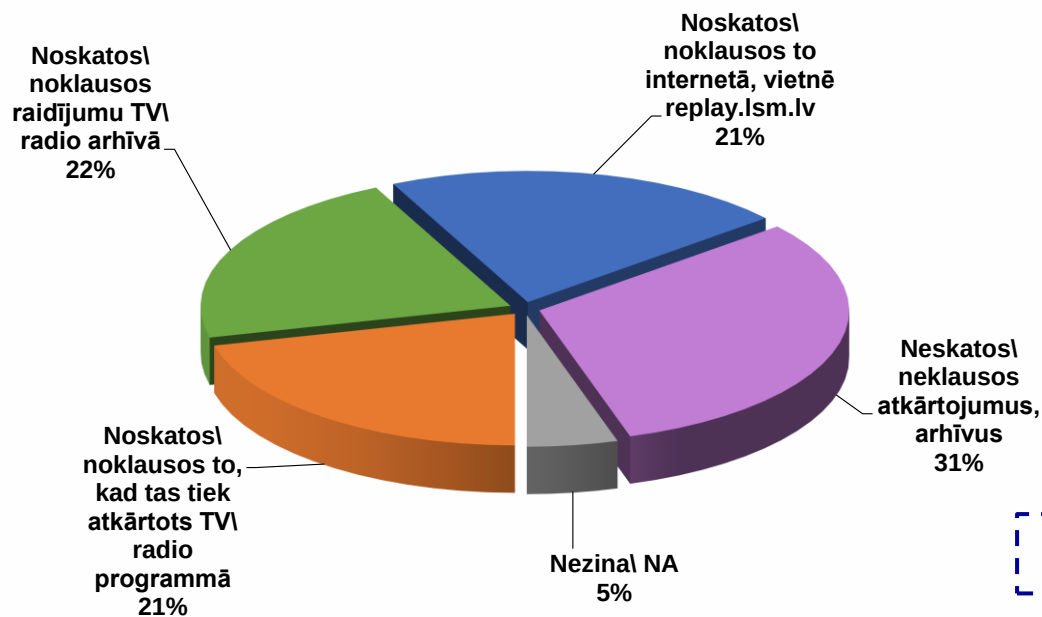
Vai, Jūsuprāt, šīs tēmas portālā www.lsm.lv ir atspoguļotas par maz, pietiekoši vai par daudz?

Pauda viedokli, ka attiecīgā tēma LATVIJAS TELEVĪZIJĀ ir pārstāvēta PĀRĀK MAZ

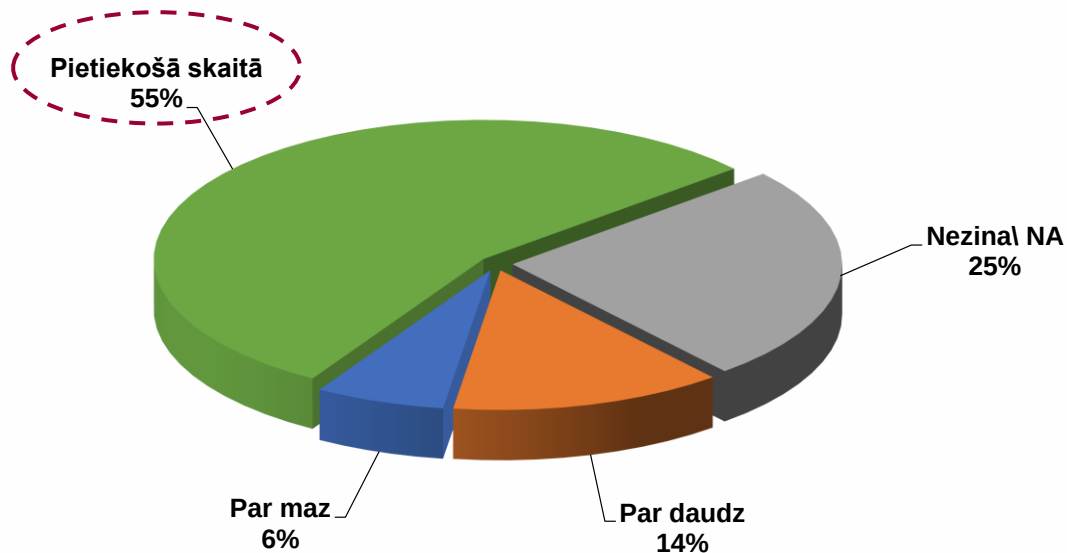


8. Raidījumu atkārtojumi sabiedriskajā televīzijā un radio – attieksme, izmantošana

Kā Jūs parasti rīkotos situācijā, ja neesat redzējis/ dzirdējis Jūs interesējošu raidījumu?



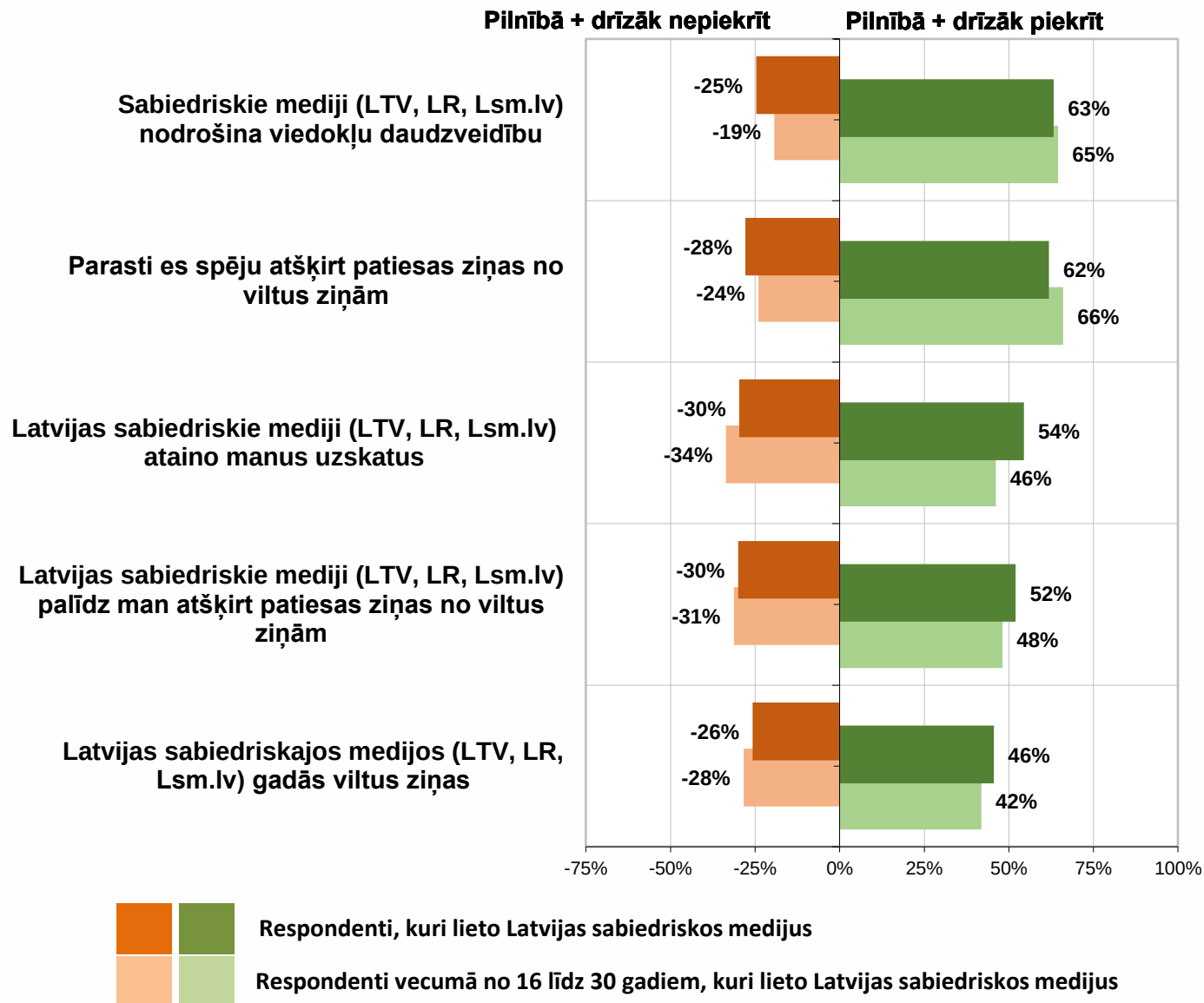
Vai, Jūsaprāt, raidījumu atkārtojumi Latvijas sabiedriskajā televīzijā un radio ir ...?



Izlase: respondenti, kuri lieto Latvijas sabiedriskos medijus

9. Latvijas sabiedriskie mediji un medijpratība

Cik lielā mērā Jūs piekrītat vai nepiekrītat sekojošiem izteikumiem?



10. Ekspertu ieteikumi sabiedrisko mediju satura pilnveidei

- ✓ Meklēt jaunus veidus, platformas, lai piesaistītu pēc iespējas plašāku auditoriju. Attīstīt digitālās platformas, pakalpojumus, piemēram, aplikācijas, kas nodrošinātu pakalpojumu piekļuvi viedtālrunos un podkāstus.
 - ✓ Operatīvāk reaģēt uz tādām sabiedriskām vajadzībām, nevis fokusēties uz nozaru tematikām. Izmantot starp-tematisku, starp-žanrisku pieeju, skatīt problēmas kopsakarībās nevis šauri kādas tēmas, nozares ietvaros. Temati ir jāatlasa pēc to aktualitātes sabiedrības dienaskārtībā nevis jāveido šauri specializēti nozaru raidījumi, kuri dažkārt ir sausi, neaktuāli, garlaicīgi.
 - ✓ Kļūt vairāk izglītojošiem un skaidrojošiem, būt inteligēntiem un drošiem informācijas sniedzējiem.
 - ✓ Medijiem vajadzētu aktivizēt sabiedrību, aicinot iedzīvotājus iesūtīt savus sižetus, kas tādējādi padarītu sabiedrisko mediju pieejamāku un ļautu tās locekļiem atpazīt sevi un sev svarīgu problemātiku. Latvijas sabiedriskajiem medijiem profesionāli jāvada, jāuzrauga šis process.
-
- ✓ Vēlams vairāk veidot autor-raidījumus, tie raisa diskusijas sabiedrībā.
 - ✓ Veicināt vietējā satura radīšanu krievu valodā.
 - ✓ Izstrādāt sabiedrisko mediju attīstības stratēģiju.
 - ✓ Izskaust pasūtījuma sižetus sabiedriskajos medijos.
 - ✓ Izskaust “ieredņu raidījumus” – praksi, ka saturu, galvenokārt, aizpilda amatpersonu, politiķu, ieredņu sacītais.
 - ✓ Par prioritāti uzskatīt raidījumu kvalitāti. Vienas konkrētas tēmas iknedēļas raidījumu bieži vien nevar regulāri aizpildīt ar augstas kvalitātes saturu. Nav nepieciešamības pēc iknedēļas raidījuma, ja to nevar piepildīt ar kvalitatīvu saturu.
 - ✓ Izklaidei (tai skaitā, šoviem un seriāliem) sabiedriskajā medijā noteikti ir jābūt. Izklaidei sabiedriskajos medijos jābūt mākslinieciski augstvērtīgai, ar pievienotu kultūrvēsturisku vērtību - izklaidējoši izglītojoši raidījumi, seriāli par Latvijas kultūrvēsturiskiem notikumiem.
 - ✓ Latvijas sabiedrisko mediju vienotajam portālam www.lsm.lv radīt savu, oriģinālu saturu, kas papildina TV un radio raidījumu ierakstus.

Paldies par uzmanību!