

Rīgā, 2014.gada 3.februārī (ar papildinājumiem 21.februārī)

PROVIDUS tikšanās ar NEPLP pārstāvjiem: priekšlikumu apkopojums

2013.gada pašvaldību vēlēšanas: kas bija labi?

Galvenie secinājumi pēc 2013.gada pašvaldību vēlēšanu 6 televīziju (LTV1, LTV7, LNT, TV3, PBK, TV5) vakara ziņu izlaidumu, kā arī priekšvēlēšanu diskusiju raidījumu analīzes:

- 1) Atšķirībā no 2010., 2011.gada priekšvēlēšanu monitoringiem, kopumā televīziju ziņās/politisko diskusiju raidījumos pirms 2013.gada vēlēšanām bija maz galēji neprofesionālu sižetu (sižetu, kas radītu aizdomas, ka tie ir reklāmas materiāli, par kuru apmaksas faktu auditorija nav informētas);
- 2) Visas sešas televīzijas atspoguļoja līdzīgu tēmu loku, tēmas arī līdzīgi prioritizējot (piemēram, uzmanības centrā bija stāsti par Liepājas Metalurgu, plūdiem) – tas netraucēja televīzijas veidot arī tēmu ziņā unikālus pašvaldību vēlēšanām veltītus sižetus;
- 3) Saeimas lēmums daļu sabiedriskā pasūtījuma atveltīt arī komerciālajiem medijiem priekšvēlēšanu raidījumu veidošanai vērtējams kā veiksmīgs: tas palielināja konkurenci, formātu daudzveidību, papildus auditoriju, vienlaikus saglabājot arī kvalitāti un NEPLP kontroli pār kvalitāti;
- 4) Apsveicama iniciatīva: NEPLP izstrādātās priekšvēlēšanu vadlīnijas medijiem, palīdzot medijiem saprast, kā īstenot likumā noteikto pienākumu faktus un notikumus atspoguļot godīgi, objektīvi, veicinot viedokļu apmaiņu un atbilstoši žurnālistikas un ētikas pamatprincipiem.
- 5) Laba, uz televīziju darbu pašrefleksiju orientēta NEPLP iniciatīva: lūgt no priekšvēlēšanu raidījumu sabiedriskā pasūtījuma nodrošinātājiem veikt neatkarīgu šo raidījuma kvalitātes izvērtējumu.

2013.gada pašvaldību vēlēšanas: kas bija problemātiski?

Galvenie secinājumi pēc 2013.gada pašvaldību vēlēšanu 6 televīziju (LTV1, LTV7, LNT, TV3, PBK, TV5) vakara ziņu izlaidumu, kā arī priekšvēlēšanu diskusiju raidījumu analīzes:

- 1) 2013.gada pašvaldību vēlēšanās bija pietiekami daudz diskusiju latviešu valodā, taču pietrūka – krievu valodā;
- 2) Diskusiju formāti ne vienmēr ļāva diskusiju dalībniekiem pietiekami tiem sagatavoties, lai būtu iespējama patiesa diskusija nevis “šovs”;

Daži ekspertu viedokļi no Ivetas Kažokas gatavotā pārskata Saeimas Valsts pārvaldes un pašvaldības komisijai:

„Labāk, lai formāts ir iepriekš zināms – tad cilvēks var sagatavoties un būt drošs, ka diskusija būs par būtību. Kaut kā muļķīgi uzdot jautājumus par zooloģiskajiem dārziem vai piena cenu... Diskusijai jābūt pietiekami atraktīvai, taču no šoviem ir jāizvairās!” (Ilze Straustiņa)

„Parādīt, ka kāds ir sevišķi stulbs – tas nav racionāli. Svarīgi saprast auditorijas vajadzības, skatīties nākotnē, izprast racionalitāti nevis uzdot popsīgus jautājumus. Varbūt derētu formātu konkurss.” (Inta Brikše)

- 3) Vietējo (katras pašvaldības līmeņa) diskusiju kvalitāte;
- 4) Apmaldīšanās tipiskajās problēmsituācijās (skat.zemāk).

Kā uzlabot NEPLP vadlīnijas: kādām problēmsituācijām vajadzīgs padoms?

PROVIDUS 2005., 2006., 2010., 2011., 2013.gada vēlēšanu monitoringi uzrāda virkni problēmsituāciju mediju darbā it sevišķi pirms vēlēšanām, kuras atkārtojas no vēlēšanām uz vēlēšanām un kurām NEPLP “Vadlīnijas Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likuma piemērošanai, veidojot ziņu un informatīvi dokumentālos raidījumus it īpaši pirmsvēlēšanu laikā” varētu ieteikt risinājumus:

1. Objektivitāte, vispusīguma, viedokļu apmaiņas veicināšanai:

1.1. Dažādu politisko spēku klātbūtne ziņās, citos raidījumos:

- 1.1.1. **Amatpersona vai kandidāts?** Grūtības nošķirt vēlēšanu kandidātus, kad viņi uzstājas kā amatpersonas (ministrs, Rīgas domes komisijas vadītājs, pilsētas mērs, Saeimas spīkers) no viņu partejiskām priekšvēlēšanu aktivitātēm. Nevar un nevajag aizliegt politiķiem parādīties kā amatpersonām pirmsvēlēšanu laikā, bet šīs parādīšanās tad katru reizi jāizsver – to nedrīkst būt neattaisnojami daudz (salīdzinājumā ar attiecīgā medija iepriekšējo atspoguļojumu, sabiedrisko interesi, kā arī godīgas vēlēšanu konkurences apsvērumiem);
- 1.1.2. **Pozīcija/opozīcija/ārpus vēlēto institūciju pārstāvji: labs līdzsvars?** Grūtības sabalansēt pozīcijas/opozīcijas/ārpus vēlēto institūcijas (Saeimas, EP, pašvaldību) pārstāvju klātbūtni ziņu sižetos: nav vajadzīga/iespējama strikta proporcionalitāte, bet nevar arī vispār pirms vēlēšanām izslēgt nozīmīgus politiskus spēkus no atspoguļojuma kādā raidījumu ciklā (piemēram, raidījumi tikai par kādas pašvaldības iecerēm tikai ar pozīcijas deputātu klātbūtni; raidījumi par ES problemātiku, parādot tikai jau ievēlētos deputātus);
- 1.1.3. **Jaunās politiskās iniciatīvas.** Kā atspoguļot jaunās partiju, politisko amatpersonu iniciatīvas (priekšlikums Saeimā, jauna objekta atklāšana, jauna spēle, u.tml.) pirms vēlēšanām? Nevar automātiski ignorēt labas iniciatīvas, bet jāvērtē samērīgums starp dažādām partijām visa priekšvēlēšanu laikā, kā arī attiecīgajās situācijās auditorijai

jāatklāj priekšvēlēšanu konteksts (piemēram, jāpastāsta par apstākļiem, kādēļ attiecīgā iniciatīva notiek tieši pirmsvēlēšanu laikā).

1.1.4. **Eiropas Parlamenta deputātu** sponsorēto raidījumu/ziņu problemātiskums pirms EP vēlēšanām.

1.2. Politisko notikumu komentēšana:

1.2.1. **Partijas pārstāvji: komentētāji.** Būtu vajadzīgs padoms, kā izvēlēties kādas partijas skatījuma partejisko komentētāju priekšvēlēšanu laikā. Auditorijai kolorītākais pārstāvis nav pats reprezentatīvākais partijas viedokļa paudējs (piemēram, Kārlis Šadurskis un krievu mediji);

1.2.2. **Partiju pārstāvji kā eksperti.** Joprojām problemātiski: atpazīstami partiju biedri, aktīvisti neitrālu ekspertu lomā pirmsvēlēšanu laikā. Atsevišķos gadījumos tas ir iespējams, bet ar nosacījumiem;

1.2.3. **Neitrāli eksperti un interešu konflikti.** Nevar automātiski pieņemt, ka ar partijām šķietami nesaistītiem komentētājiem nav interešu konfliktu attiecībā uz attiecīgo partiju, notikumu (piemēram, iespējams, ka kādi partijas politiķi ir komentētāja komerciālie klienti). Jānoskaidro (kaut vai mutiski prasot ekspertam apliecinājumu). Ja ir interešu konflikts, bet viedoklis sabiedriski nozīmīgs, tad sižetā auditorija jāinformē.

1.2.4. **Vox populi** (it sevišķi uz ielas). Veikšanas principi (kā atlasīt patiešām nejaušus cilvēkus), atrunas par to, ka tā nav reprezentatīva aptauja!

1.3. Objektivitāte:

1.3.1. **Sabiedrisko domu aptauju publiskošana īsi pirms vēlēšanām.** Kā pārlicināties, ka aptaujas rezultātiem var ticēt? Kā parādīt aptaujas rezultātus kā tendenci, nepārspīlējot "nedrošus" kāpumus vai kritumus? Kāda informācija (par jautājuma formulējumu, statistisko kļūdu, veikšanas metodi) obligāti nododama auditorijai?)

1.3.2. **Žurnālistu pašu interešu konflikti:** būtu vajadzīgs ieteikt mehānismu, kā tos izvērtēt.

1.3.3. **Sensacionālisma, melnā PR, anonīmo avotu problēmas īpašais jūtīgums** īsi pirms vēlēšanām: dubults vērīgums publiskojot šāda veida informāciju, kā arī nepieciešamās atrunas;

1.3.4. **Pretviedoklis.** Derētu precizēt vadlīnijās, ka situācijās, kad nav izdevies iegūt kāda skandālā iesaistītā politiķi viedokli, auditorijai jāatklāj, cik un kādi mēģinājumi ir bijuši.

1.4. Sistēmisks konsultēšanās risinājums katrā medijā atsevišķi:

1.4.1. Lūgt katru mediju izveidot savu iekšējo konsultēšanās mehānismu attiecībā uz sarežģītu redakcionālu lēmumu pieņemšanu pirmsvēlēšanu laikā.

2. *Vadlīnijas būtu papildināmas ar īpašu sadaļu par priekšvēlēšanu diskusijām:*

2.1. **Diskusiju formāti:** kā nodrošināt kvalitāti un pārlicināšanos par to, ka partijām ir labs vēlēšanu piedāvājums? Iepriekš izsludināti diskusiju formāti un tēmas?

- 2.2. **Diskusiju dalībnieki:** kas izvēlas? Medijs (kā izvairīties no “nereprezentatīva kolorītuma” faktora?) vai pašas partijas (kā neļaut uz visām diskusijām sūtīt tikai līderi)?
- 2.3. Ko darīt ar diskusijas ietvaros izskanējušiem, bet neatspēkotiem jauniem, smagiem **pārmetumiem kādam no kandidātiem?**
- 2.4. Priekšvēlēšanu diskusijas un **sabiedriski jūtīgas tēmas:** kā nenostiprināt stereotipus par dažādām sabiedrības grupām?

Papildinājums pēc Ivetas Kažokas sarunas ar NEPLP 21.februārī

Kādi jautājumi pagaidām **nav atrisināti** ar izmaiņu piedāvājumu NEPLP vadlīnijās?

1) Eiropas Savienības nauda Latvijas medijos priekšvēlēšanu kontekstā

Nepieciešama dziļāka izpēte, lai saprastu, vai un kā labāk rīkoties situācijās, kad raidlaiku piedāvā apmaksāt: a) Eiropas Parlamenta deputāts; b) Eiropas Parlamenta politiskā grupa; c) Eiropas līmeņa politiskā partija vai nodibinājums; d) Eiropas Komisija vai Eiropas Parlaments kā institūcijas (un to vietējās nodaļas); e) Kāda NVO vai valsts institūcija Eiropas Savienības finansēta projekta ietvaros.

Kas šim nolūkam vajadzīgs? Jāapzina katras iezīmētās situācijas specifika, un jāatrod katrai piemērotākais risinājums. Šos risinājumus vajadzētu iekļaut kā papildinājumu vadlīnijās.

2) Sponsorētie raidījumi

Arī ārpus vēlēšanu un ES naudas konteksta, būtu nepieciešams vispārējs pētījums par sponsorēto raidījumu problemātiku Latvijas medijos: a) cik tā ir bieži izplatīta parādība, b) kādas tai parasti ir izpausmes, c) kādi ir saskarsmes modeļi starp sponsoru un redakciju (vai tiešām neietekmē saturu); d) vai pašreizējā sponsorēšanas prakse atbilst Latvijas normatīvajam regulējumam; e) kā šī problēma tiek risināta citās valstīs?

Kas šim nolūkam vajadzīgs? Nepieciešams veikt šo padziļināto pētījumu un, balsoties uz tā secinājumiem, NEPLP varētu piedāvāt atbildīgajām institūcijām, kā arī medijiem sponsorēšanas problēmas risinājuma variantus.

3) Nekorektie paņēmieni

Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likums nosaka pienākumu medijiem ievērot vispārpieņemtos žurnālistikas un ētikas principus. Realitātē vairākas mediju darba metodes, t.sk. sabiedriskajos medijos dažkārt aiziet ārpus šo principu robežām, izmantojot metodes, kas būtu attaisnojamas tikai īpašās izņēmuma situācijās: piemēram, salīdzinoši bieži tiek strādāts ar slēpto kameru, tāpat dažkārt žurnālists uzdodas par citu personu (t.sk. valsts institūcijas pārstāvi), atskaņo slēpti ierakstītu privātu sarunu audioierakstus.

Kas šim nolūkam vajadzīgs? Būtu nepieciešama izpēte par šādu metožu izmantošanu Latvijas medijos, kā arī šādu praksi regulējošiem ētikas standartiem citās valstīs, tai sekotu diskusija ar Latvijas mediju pārstāvjiem par konkrētām problēmsituācijām. Šis darbs varētu rezultēties ar papildinājumiem NEPLP vadlīnijām.

4) NEPLP veiktais mediju pirmsvēlēšanu monitoringa

NEPLP ir labas iespējas palielināt priekšvēlēšanu monitoringa efektivitāti un pievienoto vērtību:

1) NEPLP mājaslapā izveidojot labu mehānismu, kā auditorija var ziņot par iespējamiem priekšvēlēšanu pārkāpumiem (par piemēru ņemot, piemēram, šādu Valsts Kancelejas iniciatīvu: <http://www.mazaksslogs.gov.lv/slogs/sakums/>);

2) publicējot internetā (daļēji vai pilnībā) NEPLP pasūtītos LETAs priekšvēlēšanu monitoringus tā, lai:

a) mediji redz, ka to darba kvalitāte tiek uzraudzīta un acīmredzami nekvalitatīvi materiāli tiks pamanīti (līdz ar to radot motivāciju šos kvalitatīvos materiālus nemaz nepieļaut), kā arī

b) mediju analītiķiem (t.sk. studentiem) un plašākai sabiedrībai ir savlaicīga informācija par mediju darbu pirms vēlēšanām. Šādi gan paši mediji, gan plašāka sabiedrība izglītotos par to, kādi ir minimālie standarti mediju darbam pirms vēlēšanām.

Kas šim nolūkam vajadzīgs? Prāta vētra par to, kā var uzlabot NEPLP priekšvēlēšanu monitoringa „publisko daļu” – proti, kādā veidā NEPLP varētu labāk dalīties ar sabiedrību par savā rīcībā esošo informāciju, kā arī saņemt jēgpilnākas norādes no sabiedrības par problemātiskākajiem mediju atspoguļojuma gadījumiem, kas savādāk paliktu nepamanīti. Pēc tam: atbilstoši pilnveidojumi mājaslapā.



Priekšlikumi apkopoti projekta „PROVIDUS – valsts partneris politikas plānošanas un veidošanas procesā” ietvaros. Projektu finansiāli atbalsta Islande, Lihtenšteina un Norvēģija NVO darbības atbalsta programmas ietvaros. NVO darbības atbalsta programma tiek finansēta ar Eiropas Ekonomikas zonas finanšu instrumenta un Latvijas valsts finansiālu atbalstu.

www.sif.lv
www.eeaqrants.org
www.eeaqrants.lv