



Projekts
"Atklātība politisko partiju finansēšanā"

Nellija Ločmele

Slēptās reklāmas monitorings presē

Rīga

2001.gads

Slēptās reklāmas monitorings presē

Lai pārliecinātos par žurnālistikas profesionālo pamatprincipu ievērošanu pirmsvēlēšanu periodā un atklātu iespējamās slēptās reklāmas gadījumus presē, Sabiedrības par atklātību - *Delna* un *Sorosa fonda Latvija* kopīgā projektā “Par atklātību partiju finansēšanā” ietvaros no 10.februāra līdz 10.martam tika analizēts divpadsmit laikrakstu saturs. Projekta mērķis ir sagatavoties izvērstākam pētījumam pirms 8.Saeimas vēlēšanām, jo politiskās kultūras un demokrātijas kvalitāte ir atkarīga arī no preses patiesas neatkarības un godprātīgas attieksmes pret auditoriju, ņemot vērā Latvijas sabiedrības uzticēšanos masu medijiem un to, ka prese ir būtisks informācijas avots pilsoņiem viņu politisko lēmumu pieņemšanā. Žurnālistikas mērķis kalpot lasītājiem tiek nodots, ja kādu atklāti nedeklarētu iemeslu dēļ medijs iesaistās politiskajā cīņā, cenšoties palīdzēt vai kaitēt politiskajām grupām to cīņā par varu.

Pētījumā tika iekļauti populārākie nacionālie un reģionālie laikraksti, kas tiek izdoti latviešu un krievu valodā – sešas nacionālās avīzes *Lauku Avīze*, *Diena*, *Neatkarīgā Rīta Avīze*, *Rīgas Balss*, *Panorama Latvijai* (kr.val.) un *Čas* (kr.val.), kā arī seši vietējie laikraksti no visiem Latvijas novadiem – *Liesma*, *Rēzeknes Vēstis*, *Million* (kr.val), *Zemgales Ziņas*, *Kurzemes Vārds* un *Ventas Balss*.

Projekta darba grupa vienojās par divām būtiskākajām pazīmēm, kas norāda uz iespējamo slēptās reklāmas klātbūtni masu medijos:

- **publicēto materiālu vienpusīgums vai nekritiskums** (piemēram, ziņu materiālā trūkst būtiskas informācijas vai iesaistītās puses viedokļa, nav kritiskas attieksmes pret avotiem, parādās žurnālista nostāja, izskan tieši aicinājumi balsot par vai pret konkrētu politisko spēku vai kandidātu, viedokļu rakstu publicēšanā atklājas vienpusīgums),
- **materiāls popularizē vai nomelno kandidātu/sarakstu** (piemēram, partijas vai politiķi parādās izteikti pozitīvā vai negatīvā gaismā, tiek publicēta informācija par kandidātu sadzīvi u.c. ar politiku nesaistītām darbībām, reklāmas materiāls tiek pasniegts kā redakcijas raksts).

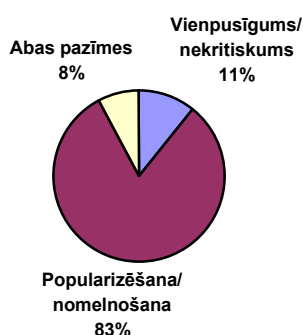
Projekta darba grupa respektē redakciju tiesības uz viedokli, tādēļ pētījuma ietvaros netika analizēti preses izdevuma žurnālistu komentāri.

Darba grupa arī apzinās, ka nosaukto kritēriju piemērošana neļauj neapšaubāmi konstatēt apmaksātu slēpto reklāmu medijos, bet gan norāda uz būtisku žurnālistikas

profesionālo un ētikas principu pārkāpšanu, kas var būt gan uzpirkšanas, gan preses neprofesionālisma rezultāts. Konstatēto pārkāpumu iemesli vislabāk zināmi pašiem redakciju darbiniekiem un arī trūkumus novērst var tikai mediji paši. Tādēļ projekta veicēji cer, ka pētījuma rezultāti mudinās presi uz kritisku pašanalīzi, skaidru un godprātīgu principu ievērošanu savā darbā, bet sabiedrības izpratnes un prasīguma pieaugums liks medijiem auditorijas uzticību neiztirgot slēptos darījumos ar politiķiem.

Pētījuma rezultātā 12 laikrakstos kopumā tika konstatēti 232 materiāli, kuros viena vai vairākas no darba grupas formulētajām pazīmēm signalizē par žurnālistikas profesionālo principu pārkāpumu un iespējamu slēpto reklāmu. Lielākā daļa no šiem materiāliem ir kandidātu vai sarakstu popularizējoši vai nomelnojoši (189 publikācijas), vienpusīgums vai nekritiskums konstatēts 25 materiālos, bet 18 gadījumos vienā materiālā konstatētas abas minētās pazīmes.

Žurnālistikas principu pārkāpumi avīzēs

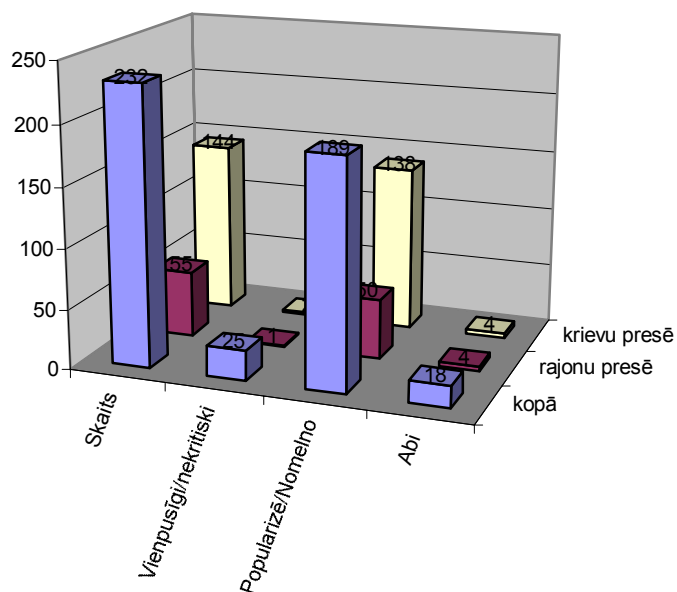


Nacionālajā presē pārkāpumi konstatēti četrreiz biežāk nekā vietējos laikrakstos (šeit atklāti 24% no gadījumu kopskaita), bet visbiežāk tie parādās krievu valodā iznākošajās avīzēs (62% no kopskaita).

Pārkāpumu skaits un veids

	Pārkāpumu kopskaits	Vienpusīgums/ nekritiskums	Popularizēšana/ nomelnošana	Abas pazīmes
Kopā	232	25	189	18
.. tajā skaitā 6 vietējās avīzēs	55	1	50	4
.. tajā skaitā 3 krievu izdevumos	144	2	138	4

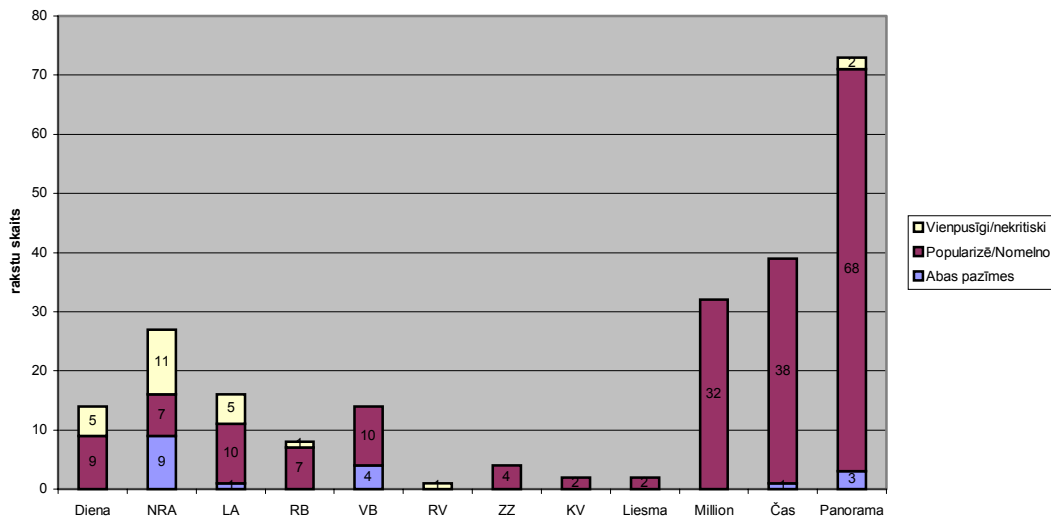
Žurnālistikas pamatprincipu pārkāpumi



Jāpiebilst, ka vietējo laikrakstu stratēģija priekšvēlēšanu notikumu atspoguļošanā ir ļoti atšķirīga – lasītājiem tiek piedāvāta gan iespēja vispusīgi un kvalitatīvi iepazīties ar partiju piedāvājumu, gan diemžēl arī vienpusīga orientācija (piemēram, *Ventas Balss*) un izteikts žurnālistu darba trūkums (piemēram, *Rēzeknes Vēstis* ar vēlēšanām saistīto materiālu vairums ir lasītāju un deputāta kandidātu vēstules, nevis redakcijas patstāvīgi veiktā analīze).

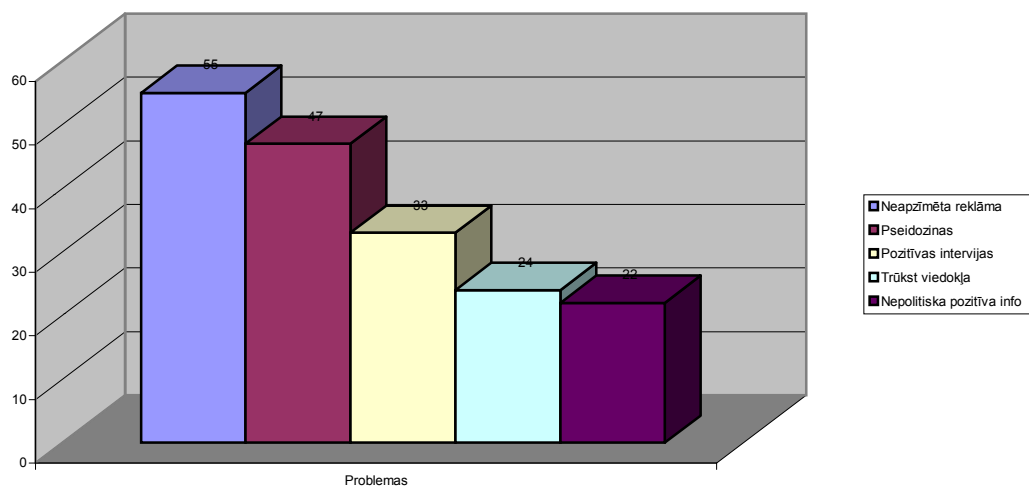
Kopumā konstatēto pārkāpumu skaits un veids katrā no 12 laikrakstiem ir sekojošs:

Pārkāpumu skaits avīzēs



Pētījumā iezīmējas piecas visbiežāk sastopamās problēmas, kas novērotas 78% no rakstiem, kuros atklāti pārkāpumi.

Visbiežāk sastaptās problēmas



- Atklāta kandidātu vai sarakstu reklamēšana, kura tomēr nav apzīmēta kā politiskā reklāma. Konstatēti 55 šādi gadījumi četros laikrakstos – visās krievu valodā iznākošajās avīzēs un *Rīgas Balsī*. Šis ir visplašāk izplatītais pārkāpuma veids krievu presē, visbiežāk tie konstatēti *Panorama Latvii* - 32. Materiāli satur pozitīvu informāciju un parasti tiem nav norādīts autors, dažkārt tie tieši aicina balsot par konkrēto sarakstu un kandidātu. Aizdomas,

ka tā tiešām ir politiskā reklāma, nereti skaidri apstiprina fakts, ka līdzīga veida materiālus laikraksti dažkārt apzīmē kā politisko reklāmu. *Rīgas Balsī* vairāki reklāmas materiāli vizuāli kopē redakcijas sagatavotos rakstus, bet norāde par politisko reklāmu ir publicēta mazākā šriftā un tādēļ grūti pamanāma.

- Informatīvi materiāli, kam nav ziņu vērtības, bet kas nodrošina pozitīvu publicitāti kandidātiem vai arī nomelno tos. Šis ir visplašāk izplatītais pārkāpuma veids, jo sastopams deviņos laikrakstos - kopumā 47 gadījumos. Visbiežāk šādi materiāli sastopami laikrakstos *Čas*, *Panorama Latvii*, *Neatkarīgā Rīta Avīze* un *Ventas Balss*. Kā šādu materiālu paraugus var minēt **A)** informāciju par pašu kandidātu rīkotajām akcijām (piemēram, dažu Rīgas mēra kandidātu piedalīšanos pašu rīkotajās kartingu sacensībās, par ko ar fotogrāfijām vēstīja vairāki nacionālie laikraksti), **B)** ar lieliem fotoattēliem pavadītas ziņas par partiju reklāmas kampaņām (*Čas*, *Panorama Latvii*, *Zemgales Ziņas*), **C)** informāciju par partiju programmu prezentācijām, tikšanās ar vēlētājiem vai citām priekšvēlēšanu aktivitātēm (piemēram, *Lauku Avīze* informē par Tautas partijas kandidātu Edmundu Krastiņu, kurš, neraugoties uz kājas traumu, gatavs pilnvērtīgi turpināt piedalīties priekšvēlēšanu kampaņā, *Ventas Balss* regulāri informē par mēra Aivara Lemberga un viņa partijas aktivitātēm), **D)** īpašu koncentrēšanos uz atsevišķu politisko spēku analīzi, neveicot vispusīgu un neitrālu pētījumu (*NRA* pastiprināti interesējas tieši par TP trūkumiem), **E)** krievu laikrakstos sastopamos materiālus ar kandidātu apsveikumiem sievietēm 8.martā u.c.
- Pozitīvas intervijas, kas iepazīstina ar deputāta kandidātiem, uzdodot patīkamus jautājumus un ļaujot netraucēti izklāstīt savus nodomus vai iepazīstinot ar politiķa dzīves gājumu. Kopumā konstatēti 33 gadījumi astoņos laikrakstos, visbiežāk – *Panorama Latvii*, kur lielākoties tiek intervēti apvienības *Par cilvēka tiesībām vienotā Latvijā* kandidāti. Piemēram, intervijās sastopami šādi žurnālistu izteikumi: “Pat grūti iedomāties, ka varētu darīt vēl vairāk...”, “Tikai aklais un kurlais var neredzēt milzīgos pēdējo gadu ieguldījumus pilsētas infrastruktūras sakārtošanā...” (*Ventas Balss* intervijā ar A.Lembergu), “Droši vien ir patīkami apzināties, ka nesat cilvēkiem labumu.”

(*Čas* intervija ar *PCTVL* kandidātu Sergeju Dolgopolovu). Dažkārt ar priekšvēlēšanu tematiku saistītās intervijās nav skaidrs, kādēļ laikraksts devis izteikšanās iespēju konkrētajam kandidātam (piemēram, *Diena* lielāko partiju Rīgas mēru interviju sērijā iekļāvusi Demokrātiskās partijas līderi Andri Ameriku, *Zemgales Ziņas* par nākotnes iecerēm intervē mazietekmīgu partiju pārstāvjus)

- Vienpusīgums informatīvajos materiālos, neuzklausot kādas iesaistītās puses viedokli vai dodot plašākas izteikšanās iespējas kādai no pusēm. Visticamāk, ka šie pārkāpumi saistīti ar nepietiekamu žurnālistikas kvalitāti nevis uzpirkšanu. Šie pārkāpumi konstatēti piecos nacionālajos laikrakstos, kopumā 24 gadījumi, un puse no tiem – *Neatkarīgajā Rīta Avīzē*, kas priekšvēlēšanu situācijas aprakstos regulāri dod vārdu tikai dažām iesaistītajām pusēm.
- Ar politiskajām norisēm nesaistīta deputāta kandidātu pozitīva publicitāte, piemēram, informācija vai fotogrāfijas, kas ataino viņu brīvā laika aktivitātes, profesionālo darbību ārpus politikas, iepazīstina ar ģimeni, uzklausā viņu viedokli par dažādām ar politiku nesaistītām lietām utt. Šāda veida materiāli konstatēti piecos laikrakstos, kopumā 22, bet visvairāk avīzē *Čas* – 10.

Pētījumā konstatēti arī daži citi pārkāpumi, kas sastopami tikai vienā laikrakstā vai arī atkārtojas vairākos laikrakstos, taču nav tik plaši izplatīti. Piemēram, vienpusība viedokļu rakstu publicēšanā vērojama vairākos reģionālajos laikrakstos.

Šajā pašvaldību vēlēšanu kampaņā presē ļoti reti parādījās arī kādu partiju vai kandidātu kompromitējoši materiāli – kā piemēru nacionālajā presē var minēt vienīgi *Dienas* un *NRA* publikācijas par *Latvijas ceļa* kandidāta Jura Visocka sievasmātes mājas notekūdeņu noplūdi, par ko presi bija informējuši kaimiņi un kas pēc faktu pārbaudes neguva apstiprinājumu.

Kā īpašs žurnālista neitralitātes pārkāpums jāmin fakts, ka *Panorama Latvii* žurnālists Sergejs Zaļetajevs, kurš kandidēja uz Rīgas domi *PCTVL* sarakstā, turpināja regulāri publicēties laikrakstā, turklāt parakstoties kā deputāta kandidāts. *Panorama Latvii* priekšvēlēšanu materiālos vērojamā vienpusība par labu *PCTVL* dažkārt pārvērtās tiešos aicinājumos balsot par šo sarakstu un pat ziņu materiālos, kuros tika

izklāstīta vispārējā balsošanas kārtība, kā paraugs vienmēr tika minēts vai publicēts *PCTVL* saraksts.

Visbiežāk izplatītie pārkāpumi

	Neapzīmēta reklāma	“Pseidoziņas”	Pozitīvas intervijas	Viedokļa trūkums	Nepolitiska pozitīva publicitāte
Diena		3	2	5	2
NRA		9	1	12	3
LA		3	3	5	5
RB	6			1	
VB		7	2		
RV					
ZZ		2	2		
KV					
Liesma		1			
Million	16	1	1		2
Čas	1	11	9		10
Panorama	32	10	13	1	
Kopā	55	47	33	24	22

.. t.sk. 6 vietējās avīzēs	16	11	5	0	2
.. t.sk. 3 krievu izdevumos	49	22	23	1	12

Visos rakstos, kuros konstatēti žurnālistikas profesionālo principu pārkāpumi, pozitīvu vai negatīvu publicitāti guvuši kandidāti, kas pārstāv 15 reģistrētu politisko partiju sarakstus. Dažkārt vienā rakstā pozitīvi un negatīvi minēts (vai tieši otrādi – kādam vārds nav ticis dots) vairāk nekā viens politiskais spēks, tāpēc kopumā konstatēti 254 šādi gadījumi. Vairums no tiem – 218 ir snieguši pozitīvu publicitāti. Visbiežāk šajos rakstos minēti piecu partiju kandidāti. *PCTVL* kopā 72 publikācijās (gandrīz visas krievu presē un pozitīvas, 59 no tām *Panorama Latvii*). Seko apvienība *TB/LNNK*, kas minēta 31 publikācijā (pārliciecinotā vairākumā pozitīvi, no tām 10

krievu presē) un ar nelielu atstarpi arī *Latvijas ceļš* (kopā 28, no tām 18 pozitīvi un gandrīz trešdaļa krievu presē), Tautas partija (kopā 27, no tā 16 pozitīvi) un *Latvijai un Ventspilij* (kopā 26, no tām 22 pozitīvi, 13 publikācijas *Ventas balsī* un 8 krievu presē).

Izsekojot partiju publicitātei atsevišķos laikrakstos, redzams, ka visvairāk aizdomas rosinošu partiju publicitātes gadījumu bijis krievu valodā iznākošajos laikrakstos un *NRA*. *Panorama Latvii* pārsvarā rūpējusies par *PCTVL* publicitāti (59 gadījumi no 79), avīzē *Čas* visbiežāk pozitīvi materiāli parādījušies par *PCTVL* un A.Lembergu (pa 8 gadījumiem no 42 rakstu kopskaita), kā arī TB/LNNK (7). Trešajā vietā *NRA* ar 37 materiāliem, kas visbiežāk bijuši vērsti pret TP (9) vai arī pozitīvi un negatīvi skāruši LC (9). *Million* publikācijas parasti popularizējušas Daugavpils mēru Alekseju Vidavski un viņa komandu (19).

