

Nacionālajai elektronisko plašsaziņas līdzekļu padomei

ZIŅOJUMS

Par “Elektronisko plašsaziņas līdzekļu nozares attīstības nacionālā stratēģija 2018.-2022.gadam” izpildes gaitu

Jānis Siksnis

Baltijas Mediju izcilības centra projektu vadītājs

Rīga, 2020.gada novembris

IEVADS

Ziņojuma mērķis ir izvērtēt, cik veiksmīgi ir īstenoti Nacionālās elektronisko plašsaziņas līdzekļu padomes (turpmāk – NEPLP) pieņemtajā plānošanas dokumentā “Elektronisko plašsaziņas līdzekļu nozares attīstības nacionālā stratēģija 2018.-2022.gadam” (turpmāk – Stratēģija) iekļautie uzdevumi laikā no dokumenta pieņemšanas 2018.gada aprīlī līdz 2020.gada augustam, kā arī sniegt rekomendācijas par vēlamām izmaiņām un papildinājumiem Stratēģijā, lai turpmākajos gados tā pēc iespējas efektīvāk atbilstu aktuālajai situācijai elektronisko plašsaziņas līdzekļu nozarē.

Kopš 2018.gada mediju vidē ir turpinājušās straujas pārmaiņas, radot vēl nebijušus izaicinājumus praktiski visiem nozares dalībniekiem, kā arī atbildīgajiem lēmumu pieņēmējiem. Auditorija, it īpaši gados jaunākās vecuma grupās, arvien mazāk lieto tradicionālos medijus, tai skaitā lineārās radio un TV programmas, kas ir bijusi tradicionālā NEPLP atbildības sfēra. Tā vietā turpina pieaugt satura patēriņš internetā un sociālajos medijos. Tas veicina izklaidējoša satura dominanci, mazāk uzmanības un resursu atstājot kvalitatīvas žurnālistikas – ziņu, analītikas un pētniecības – veidošanai. Situāciju vēl vairāk sarežģī politiskos un komerciālos nolūkos veidotas dezinformācijas izplatība.

Tās visas ir globālas problēmas, kas prasa, lai demokrātisku valstu institūcijas uzņemtos arvien lielāku atbildību par uzticamas informatīvās telpas stiprināšanu, kā būtisku nacionālās drošības elementu. NEPLP ir viena no institūcijām, kam jāattīsta un jāaizsargā kvalitatīva informatīvā vide Latvijā. Vienlaikus, jāņem vērā, ka arī pati NEPLP atrodas nopietnu pārmaiņu priekšā. Noslēgumam tuvojas likumdevēju darbs pie jauna likuma par sabiedrisko mediju pārvaldību, kas cita starpā paredz sadalīt iestādi, izveidojot atsevišķu sabiedrisko mediju padomi un nozares regulatoru. Tam būtu jāuzlabo esošo NEPLP funkciju efektivitāte, kas līdz šim daudzkārt bijusi nepietiekama gan pastāvošā interešu konflikta (NEPLP ir atbildīgs gan par sabiedrisko, gan komercmediju attīstību), gan nepietiekamu resursu dēļ.

STRATĒGIJAS IZPILDE

Stratēģijas struktūra

Stratēģija visnotaļ detalizēti izklāsta Latvijas mediju vides un, konkrēti, elektronisko plašsaziņas līdzekļu nozares situāciju, kāda tā bija dokumenta pieņemšanas brīdī 2018.gadā, pastāvošās problēmas un sasniedzamos mērķus situācijas uzlabošanai.

Tomēr mulsina esošā Stratēģijas struktūra, izdalot divu veidu prioritātes - četrus Padomes prioritāros virzienus un tām atbilstošos mērķus (35.punkts) un trīs nozares prioritāros virzienus un tiem atbilstošos mērķus (36.punkts). Liela daļa no tiem pārklājas, piemēram, Padomes prioritārais virziens “Konkurētspējīga, ilgtspējīga elektronisko mediju uzņēmējdarbības vide” būtībā runā par to pašu, par ko nozares prioritārais virziens “Dinamiski,

uz attīstību un inovācijām vērsti mediji”. Tāpat nav lielu atšķirību starp Padomes prioritāro virzienu “Medijpratības un mediju ētikas attīstība” un nozares prioritāro virzienu “Atbildīgi mediji, zinoša, iesaistīta un ieinteresēta auditorija”. Arī attiecībā uz mērķiem sabiedrisko mediju attīstībā, tie minēti gan Padomes prioritārajā virzienā “Vienotā sabiedriskā medija attīstība/iziešana no reklāmas tirgus”, gan nozares prioritātē “Daudzveidīgs, kvalitatīvs nacionālais mediju saturs Latvijas iedzīvotājam un latviešiem pasaulē”.

Abu veidu prioritāro virzienu mērķi un rādītāji ir iekļauti Stratēģijas Ieviešanas plānā, tomēr, tā kā nav skaidrs, pēc kurām prioritātēm – Padomes vai nozares – ieviešanas plāns veidots, ir grūti orientēties Stratēģijas izvirzītajos mērķos un attiecīgi vērtēt to izpildi. Ieviešanas plānā, piemēram, vispār nav pieminēta sabiedrisko mediju izešana no reklāmas tirgus, kas Stratēģijā minēta pie prioritārā virziena Nr.1.

Nemot vērā sarežģīto Stratēģijas struktūru, šajā ziņojumā tiks apskatīti Stratēģijā iekļauto uzdevumu izpilde pēc būtības, izdalot trīs mediju nozarē svarīgākos virzienus, kas atrodas NEPLP atbildībā – sabiedrisko mediju pārvaldība, mediju nozares attīstība un regulēšana, informatīvās telpas stiprināšana un medijpratības veicināšana. Pie katras atbildības jomas tiks minēti attiecīgie Stratēģijā iekļautie uzdevumi, apkopots nozīmīgākais NEPLP veikums uzdevumu izpildē, un izteikti secinājumi un rekomendācijas turpmākajai rīcībai.

Ziņojuma rakstīšanā tika izmantoti NEPLP mājaslapā www.neplpadome.lv atrodamie materiāli, kā arī intervijas ar NEPLP locekļiem P.Grīvu, J.Eglīti, I.Kalderausku, I.Āboliņu, A.I.Druvieti un NEPLP Monitoringa departamenta vadītāju D.Ciemiņu.

1. SABIEDRISKO MEDIJU PĀRVALDĪBA

NEPLP pārstāvji publiski vairākkārt uzsvēruši, ka spēcīgi, neatkarīgi sabiedriskie mediji ir drošas informatīvās telpas stūrakmens. Stratēģijā sabiedrisko mediju attīstībai izvirzīti šādi uzdevumi:

Padomes prioritārie virzieni “Vienotā sabiedriskā medija attīstība/iziešana no reklāmas tirgus”:

Uzdevumi:

- Attīstīt vienota sabiedriskā medija modeli saskaņā ar Nacionālo attīstības plānu, koncentrējot resursus sabiedriskā medija attīstībai un uzturēšanai;
- Sekmēt sabiedriskā medija darbību digitālajā vidē, t.sk. digitālās ziņu satura platformas attīstību uz LSM.LV bāzes;
- Radīt priekšnoteikumus sabiedrisko mediju izešanai no reklāmas tirgus, ņemot vērā finanšu un budžeta kompensējošo pasākumu pieejamību;

Nozares prioritārais virziens “Daudzveidīgs, kvalitatīvs nacionālais mediju saturs Latvijas iedzīvotājam un latviešiem pasaulē”:

Uzdevumi:

- Pilnveidot sabiedriskā pasūtījuma plānošanu un izvērtēšanu daudzplatformu vidē;
- Radīt priekšnoteikumus sabiedrisko mediju iziešanai no reklāmas tirgus, ņemot vērā finanšu un budžeta kompensējošo pasākumu pieejamību;
- Attīstīt sabiedriskā labuma sagaidāmā rezultāta izvērtēšanas (*ex ante*) praksi jaunajos pakalpojumu veidos un faktiski sasniegto rezultātu (*ex post*) izvērtējuma veikšanu esošajos sabiedrisko mediju darbības virzienos;
- Apzināt VSIA “Latvijas televīzija” un VSIA “Latvijas Radio” audiovizuālo un audio arhīvu mantojumu un veicināt kultūras un vēstures programmu saglabāšanu.

Papildus tam, citās prioritātēs nosprausti rādītāji par sasniedzamo sabiedrības uzticēšanās līmeni sabiedriskās TV un radio programmām.

1.1. Vienota sabiedriskā medija veidošana

NEPLP locekļi ir aktīvi piedalījušies Kultūras ministrijas Mediju politikas nodaļas un atbildīgo Saeimas komisiju darbā, kā arī publiskās diskusijās par jauna sabiedrisko mediju (turpmāk – SM) pārvaldības likuma izstrādi, kas ietver arī jautājumu par Latvijas Radio (turpmāk – LR) un Latvijas Televīzijas (turpmāk – LTV) apvienošanu. Tomēr pašā NEPLP šis darbs vairs nenotiek kā skaidri definēts virziens, jo procesu būtībā ir pārņēmusi Saeima, minētā likuma veidošanas ietvaros. Tas paredz izveidot atsevišķu sabiedrisko mediju padomi, kam attiecīgi būs jālemj par vienota sabiedriskā medija modeļa izvēli. Līdz ar to gala lēmums par šiem jautājumiem ir politiķu rokās. Sākotnēji līdz 2019.gada nogalei solītais Sabiedrisko mediju likums joprojām nav pieņemts, kas lielā mērā aizkavējies Covid-19 krīzes dēļ, un ir grūti prognozēt, kad tas varētu notikt. NEPLP locekļi turpina piedalīties likumdevēju darbā, kā arī uztur jautājumu publiskajā dienaskārtībā, piemēram, aicinot valsts ekonomikas stimulēšanas ietvaros sākt vienotā sabiedriskā medija ēkas būvniecību. Līdz 2020.gada beigām NEPLP uzticēts izstrādāt šāda projekta sākotnējās aplēses.

1.2. Sabiedrisko mediju darbs digitālajā vidē

NEPLP ir apstiprinājusi LTV un LR digitālās stratēģijas 2020.-2022.gadam, kas detalizēti izklāsta sabiedrisko mediju plānus pielāgoties satura patēriņa izmaiņām digitālajās platformās. Tomēr ir jāturpina darbs, lai šis uzdevums veicinātu mērķi par vienota sabiedriskā medija modeļa izstrādi, vai vienkārši ciešāku abu mediju sadarbību, jo LR un LTV digitālās stratēģijas tika izstrādātas atsevišķi, bez savstarpējas saskaņošanas, un atsevišķos gadījumos pat savstarpēji pretrunīgas. Lai panāktu vienotu nostāju abiem medijiem svarīgu jautājumu risināšanā, piemēram, jaunas multimedijas mazākumtautību satura platformas izveidošanā, NEPLP pastāvīgi jāpieliek papildu pūles, lai LTV un LR digitālajās stratēģijās iekļautu abpusēji saskaņotas aktivitātes attiecīgā projekta īstenošanā.

1.3. Sabiedrisko mediju iziešana no reklāmas tirgus

Pēc NEPLP iniciatīvas, Saeima 2018.gada jūnijā pieņēma grozījumus Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likumā (turpmāk – EPLL), kas noteica, ka LTV un LR izies no reklāmas tirgus ar 2021.gada 1.janvāri. Tika panākts arī valdības lēmums par papildu finansējuma

piešķiršanu sabiedriskajiem medijiem 2020.gadā, ņemot vērā, ka jau vismaz gadu pirms izešanas no reklāmas tirgus sāks samazināties reklāmas ieņēmumu plūsma. Tomēr arī tikai mazāk nekā pusgadu līdz 2021.gada 1.janvārim, sabiedriskajiem medijiem joprojām nav skaidrības, vai tie saņems visu nepieciešamo papildu finansējumu turpmākajiem gadiem, kas gan kompensēs zudušos ienākumus no reklāmas, gan nodrošinās turpmāku attīstību. Pēc NEPLP aprēķiniem, tam ik gadu nepieciešami 8,3 miljoni eiro, un, neiešķirot šo naudu, LTV un LR nāktos ievērojami samazināt oriģinālsatura apjomu. Par to, vai šis finansējums patiešām tiks piešķirts, Ministru kabinets un Saeima lems tikai 2020.gada oktobrī un novembrī.

1.4.Sabiedriskā labuma plānošanas un izvērtēšanas mehānisma izveide

Ir pieņemtas "Latvijas sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu sabiedriskā pasūtījuma plāna sastādīšanas vadlīnijas 2019.–2021.gadam", kā arī katru gadu, atbilstoši vadlīnijām, tiek noteikti konkrēti uzdevumi LR un LTV valdēm. Vadlīnijas definē plašāku sabiedriskā labuma jēdzienu un ietvaru, savukārt ikgadējie uzdevumi tiek izstrādāti atbilstoši konkrētā gada aktuālajai situācijai un gaidāmajiem noteikumiem.

Būtisks sabiedriskā pasūtījuma izpildes vērtēšanas elements ir auditorijas novērtējums. 2019.gada nogalē NEPLP organizēja kvantitatīvo pētījumu "Kādu sabiedrisko labumu LTV, LR un LSM.LV sniedz iedzīvotājiem?". Pētījums parāda sabiedrisko mediju lietotāju profilu, viņu mediju lietošanas paradumus, kā arī sniedz vērtējumu par to, cik kvalitatīvs, viņuprāt, ir konkrētu žanru LTV, LR un vienotā interneta portāla LSM.LV saturs un kādas ir auditorijas rekomendācijas satura veidošanai turpmāk. Arī paši sabiedriskie mediji veic savas auditorijas aptaujas, kas noder efektīvākai sabiedriskā pasūtījuma plānošanai un izpildei, bet tās tiek organizētas katra atsevišķi, pēc atšķirīgas metodoloģijas.

Kā nākamais solis sabiedriskā labuma vērtēšanas mehānisma izveidē ir NEPLP lēmums veikt auditorijas un ekspertu pētījumu, kas sniegtu atbildi uz to, cik veiksmīga uzskatāma sabiedriskā pasūtījuma izpilde ne tikai sabiedriskajos, bet arī komercmedijos. Papildus auditorijas aptaujai, plānots piesaistīt arī ekspertus, kuri sniegs kvalitatīvu vērtējumu par jau saražoto saturu, kā arī palīdzēs izstrādāt sabiedriskā pasūtījuma plānošanas un izpildes kritērijus.

1.5. NEPLP attiecības ar sabiedriskajiem medijiem

Publiski NEPLP vienmēr uzsvērusi sabiedrisko mediju lielo nozīmi un izmantojusi iespējas palielināt valsts finansējumu LR un LTV. Ir veiktas pārmaiņas abu uzņēmumu pārvaldībā, piemēram, īstenota LR darbinieku algu reforma; tiek izstrādāta jauna LTV attīstības stratēģija, savukārt LR stratēģija jau akceptēta. Tomēr daži NEPLP lēmumi izraisījuši kritiku gan no pašu sabiedrisko mediju darbinieku, gan citu mediju nozares pārstāvju puses. 2018.gada nogalē daudziem bija pārsteigums toreizējā LTV valdes priekšsēdētāja un par saturu atbildīgā valdes locekļa atbrīvošana. NEPLP minēja konkrētus iemeslus atlaišanai, tomēr LTV darbiniekus, kā arī vairākus ekspertus tie nepārlicināja laikā, kad LTV pastāvīgi uzlaboja savus reitingu rādītājus. 2019.gada pavasarī rīkotais LTV valdes konkurss beidzās neveiksmīgi, jo NEPLP izvēlētie kandidāti, pēc sabiedrībā izskanējušas kritikas par viņu kompetenci, atkāpās no amata. Pēc tam konkurss uz LTV valdi vairs nav rīkots. 2019.gada aprīlī, īsi pēc neveiksmīgā

konkursa, NEPLP izdarīja izmaiņas LTV statūtos, nosakot, ka LTV valdē ir tikai viens loceklis. Pirms tam bija noteiktas trīs valdes locekļu vietas.

Spriedze pēdējo gadu laikā regulāri izpaudusies starp NEPLP un LR kolektīvu. 2017.gadā LR darbinieki izteica neuzticību par LR attīstību atbildīgajam NEPLP loceklim, pārmetot nekompetenci un iejaukšanos redakcionālajā darbā. 2019.gada jūlijā NEPLP nostājās LR valdes pusē, kad LR Ziņu dienests pieprasīja tās atcelšanu, uzskatot, ka valde ir politiski ietekmējama, bet atsevišķi valdes locekļi ir nekompetenti LR finanšu un cilvēkresursu problēmu risināšanā.

Neveiksmīgais LTV valdes konkurss un LR Ziņu dienesta protests, kā arī citi iemesli pamudināja Latvijas Žurnālistu asociāciju 2019.gada jūlijā aicināt Saeimu atcelt NEPLP locekļus no amata. Kritikai pievienojās vairāki Saeimas deputāti, kuri pauda viedokli, ka mediju uzraugs zaudē sabiedrības uzticību.

1.6.Secinājumi un rekomendācijas.

- NEPLP ir centies veicināt sabiedrisko mediju attīstību, kas ir grūts uzdevums, ņemot vērā, ka par finansējuma piešķiršanu LR un LTV lemj valdība un Latvijas SM budžets ir viens no mazākajiem Eiropā. NEPLP ir konsekventi aicinājis palielināt valsts dotāciju SM, kas pēdējo gadu laikā ir nedaudz pieaugusi, tai skaitā NEPLP ir izmantojis iespēju iegūt papildu finansējumu īpašu aktivitāšu īstenošanā, piemēram, atalgojuma palielināšanai LR darbiniekiem vai LTV programmu izlaides kompleksa iegādei.
- NEPLP locekļi arī aktīvi piedalījušies jaunā sabiedrisko mediju pārvaldības likuma izstrādē, kam būtu jānodrošina principiāli jauns ietvars SM neatkarības un izaugsmes stiprināšanā. Tieši pēdējo gadu laikā jaunais likums beidzot ir virzījies uz priekšu. Tomēr tas arī nozīmē, ka mazinājušās iespējas īstenot Stratēģijā izvirzīto uzdevumu par vienota sabiedriskā medija modeļa izstrādi, jo tas būs jaunveidojamās sabiedrisko mediju padomes pienākums. Jaunā likuma izstrāde šobrīd notiek atbildīgajā Saeimas komisijā, līdz ar to svarīgākie lēmumi attiecībā uz izmaiņām sabiedrisko mediju pārvaldībā un finansēšanā ir politiķu rokās.
- Pozitīvi vērtējams darbs pie skaidrāku sabiedriskā pasūtījuma vērtēšanas kritēriju izstrādes, jo, tikai definējot un plaši skaidrojot sabiedriskā labuma būtību un nozīmi demokrātiskas valsts stiprināšanā, iespējams pamatot spēcīga sabiedriskā medija nepieciešamību, kā arī nodrošināt kvalitatīva sabiedriskā pasūtījuma izpildi komercmedijos. Tas ir jo īpaši svarīgi laikā, kad pieaug komercmediju pretenzijas pret plāniem par lielāku valsts atbalstu SM, uzskatot, ka tas neesot adekvāti attiecībā pret kopējo, ļoti sarežģīto situāciju mediju nozarē.
- 2018.gadā pieņemtās sabiedriskā labuma vadlīnijas, kā arī ikgadējie uzdevumi LR un LTV ir būtisks solis, jo strukturēti un saprotami apraksta sabiedriskā labuma mērķus, kā arī izvirza konkrētas prioritātes abu sabiedrisko mediju darbā, ko pēc tam ir vieglāk iespējams izvērtēt.

- Tomēr kopumā attiecībā uz mehānismu, kā vērtēt SM darbu sabiedriskā pasūtījuma izpildē, vēl ir veicami daudzi uzlabojumi. Īpaša uzmanība jāpievērš visaptveroša auditorijas pētījuma organizēšanai, lai varētu mērīt sabiedrības uzskatus par SM darbu, kas ir būtiska sabiedriskā labuma testa sastāvdaļa. Līdz šim veiktie auditorijas pētījumi, ko periodiski organizē gan NEPLP, gan LR un LTV, notikuši pēc atšķirīgas metodikas, tāpat nav vienotas pieejas satura kvalitātes recenzēšanā.
- Ir uzteicams Stratēģijas [36⁵] punkts, kas paredz, ka reizi 3 gados tiek veikts komplekss sabiedriskā pasūtījuma sniegtā sabiedriskā labuma izvērtējums, kurā tiek izvērtēta gan sasniegtā auditorija, gan satura kvalitāte un izmaksu lietderīgums. NEPLP lēmums veidot aptverošu auditorijas pētījumu, kam tiktu piesaistīti arī vairāk ekspertu sabiedriskā pasūtījuma kritēriju izstrādē ir nozīmīgs solis ceļā uz datus un zināšanās balstīta sabiedriskā labuma testa izveidi.
- Stratēģijas ieviešanas plānā ir paredzēts izstrādāt juridisku ietvaru ciešākai sabiedrisko mediju resursu integrācijai, kas tomēr nav noticis, atstājot šo uzdevumu jaunajai Sabiedrisko mediju padomei, ko paredz izveidot Saeimā apspriestais sabiedrisko mediju pārvaldības likums. Rezultātā, kā atzīst paši NEPLP locekļi, LR un LTV sadarbība ir neapmierinoša un katra liela apjoma kopīga projekta īstenošana prasa papildu pūles. Ņemot vērā, ka jaunā likuma pieņemšanu NEPLP var ietekmēt tikai pastarpināti, jo tas, pirmkārt, ir politisks lēmums, vajadzētu apsvērt iespēju kaut vai uz laiku izstrādāt kādu mehānismu esošo sabiedrisko mediju struktūru tuvināšanai, līdz brīdim, kad tiek izveidota jaunā sabiedrisko mediju padome.
- Pretrunīgi vērtējama Stratēģijas uzdevumu izpilde par sabiedrisko mediju iziešanu no reklāmas tirgus. No vienas puses, Saeimas lēmums par attiecīgajām EPLL izmaiņām ir uzskatāms par vēsturisku, jo pati par sevi iziešana no reklāmas tirgus ir būtisks priekšnoteikums efektīvākai sabiedriskā labuma izpildei, kā arī komercmediju stiprināšanai. Tomēr situācijā, kad reklāmas kompensācijai nepieciešami līdzekļi pilnā apjomā nav piešķirti un sabiedriskie mediji ir neziņā par savu nākotni tikai dažu mēnešu attālumā, nevar teikt, ka minētais lēmums būtu tos stiprinājis, drīzāk pretēji. Nepietiekamas kompensācijas piešķiršana nozīmēs vienu no līdz šim smagākajiem triecieniem SM darbam. Šķiet, ka šis konkrētais jautājums ticis risināts sasteigti un sabiedrisko mediju iziešana no reklāmas tirgus bija jāparedz vienlaikus ar jaunās sabiedrisko mediju padomes izveidošanu un lēmumu par stabilu sabiedrisko mediju finansējuma pieaugumu no valsts budžeta.
- Sabiedriskā medija pozīcijas nav stiprinājis LTV valdes darbs tikai viena valdes locekļa sastāvā ilgāk nekā pusotru gadu pēc 2018.gada decembra, turklāt bez skaidrības, vai un kad valdes sastāvs atkal tiks paplašināts. LTV šāds stāvoklis nozīmēja papildu grūtības jau tā sarežģītās situācijās, kā COVID-19 krīze, gatavošanās iziešanai no reklāmas tirgus un jaunā sabiedrisko mediju pārvaldības likuma izstrāde. Netika skaidrots, kādēļ, pēc neveiksmīgā konkursa 2019.gada pavasarī, NEPLP nevarēja rīkot atkārtotu konkursu vēlāk tā paša gada otrajā pusē. Paredzams, ka jauns konkurss uz LTV valdi tiks rīkots tikai 2021.gada pavasarī, kad beigsies šobrīd vienīgā valdes locekļa pilnvaru termiņš.

- Arī citi publiski izskanējušie konflikti NEPLP attiecībās ar LTV un LR ir negatīvi ietekmējuši sabiedrisko mediju publisko tēlu, kā arī mazinājuši SM darbinieku motivāciju. Tomēr jāatzīmē, ka šādas situācijas lielā mērā izskaidrojamas ar to, ka NEPLP šobrīd ir pārāk plašs atbildību loks ar pārāk maziem resursiem savu likumā noteikto funkciju pilnvērtīgai pildīšanai. Jādomā, ka tikai funkciju sadalīšana, izveidojot jaunu sabiedrisko mediju padomi un atsevišķu nozares regulatoru beidzot dos iespēju mazināt spriedzi ar mediju vides dalībniekiem. Pašreizējā situācija, kad NEPLP ir atbildīga gan par SM, gan komercmediju attīstību, vienmēr radīs brīžus, kad NEPLP locekļiem tiks pārņemtas pārlietu lielas simpātijas pret vieniem vai otriem, turklāt no abu nometņu puses.

2. MEDIJU NOZARES ATTĪSTĪBA UN REGULĒŠANA

Plašākas mediju nozares, komercmediju vides attīstībai veltīti šādi virzieni un uzdevumi Stratēģijā ir:

Padomes prioritārais virziens “Konkurētspējīga, ilgtspējīga elektronisko mediju uzņēmējdarbības vide”.

Uzdevumi:

- Uzlabot administratīvā procesa efektivitāti apraides un retranslācijas atļauju pieprasījumu izskatīšanas un PPP paziņojumu pieņemšanas jomā;
- Uzlabot komerciālo paziņojumu izvietojuma praksi un tās kontroli;
- Ieviest centralizētu bezmaksas zemes apraides pakalpojuma finansējuma modeli;
- Samazināt nelegālo TV pakalpojumu izplatību;
- Uzlabot nozares uzraudzību un monitoringu, atbilstoši mainīgai mediju videi;
- Nodrošināt faktos un pētījumos pamatotu lēmumu un rīcības plānošanu par EPL tirgus darbību;
- Nodrošināt efektīvus pašregulācijas un kopregulācijas mehānismus AVMPD paredzētajās jomās (nozares uzņēmumu / nozares līmeņos).

Nozares prioritārais virziens “Daudzveidīgs, kvalitatīvs nacionālais mediju saturs Latvijas iedzīvotājam un latviešiem pasaulē”

Uzdevumi:

- Veicināt viedokļu un ziņu plurālismu, ziņu objektivitāti, precizitāti un neitralitāti;
- Attīstīt reģionālo, reģionu iedzīvotājiem un Latvijas diasporai adresētu saturu, kā unikālu konkurētspējas un sabiedrības saliedēšanas elementu;
- Apzināt VSIA “Latvijas televīzija” un VSIA “Latvijas Radio” audiovizuālo un audio arhīvu mantojumu un veicināt kultūras un vēstures programmu saglabāšanu.

Padomes prioritārais virziens “Tehnoloģiskā attīstība un sabiedrības vajadzību nodrošināšana”

- Izvērtēt nozares vajadzības televīzijas tehnoloģijas jomā un attīstības alternatīvas;
- Izvērtēt nozares vajadzības radio tehnoloģijas jomā un attīstības alternatīvas;
- Plānot nozares attīstību kopsakarībā ar ES politiku 700 MHz joslā;
- Atbalstīt HDTV ieviešanu un TV pakalpojumu tehnoloģiskās kvalitātes uzlabošanu sabiedriskajā un komerciālajā televīzijā;
- Bezmaksas DVB-T apraidē iekļaut kanālu (platformu), kuras primārā mērķauditorija ir Latvijas mazākumtautības;
- Organizēt konkursu par maksas televīzijas pakalpojuma sniegšanu no 2022.gada 1.janvāra, sadarbojoties EPLL 72.panta trešajā daļā minētajām institūcijām.

Nozares prioritārais virziens “Dinamiski, uz attīstību un inovācijām vērsti mediji”

Uzdevumi:

- Attīstīt pakalpojumus pēc pieprasījuma un citas aktuālas audiovizuālo un audio pakalpojumu formas uz slēgta abonentu tīkla pamata (kabeļtelevīzija, satelīttelevīzija, IPTV) un atvērta tīkla (IP protokola pakalpojumi, OTT) pamata;
- Veicināt satura izplatību mūsdienīgās formās (inovatīvi biznesa modeļi, sociālo tīklu platformas, blogi, mikroblogi, hibrīdās formas u.c. jaunās satura platformas);

2.1. Finansējuma pieaugums

Ir pieaudzis finanšu apjoms, ko NEPLP konkursa kārtībā piešķir komercmedijiem sabiedriskā pasūtījuma izpildei, lai nodrošinātu kvalitatīva vietējā satura ražošanu un stiprinātu Latvijas kultūrtelpu. 2020.gadā tas tika būtiski palielināts - par 500 000 eiro (2019. gadā bija 200 000 euro). Finansējumu raidījumu veidošanai no šiem līdzekļiem saņēma gan televīzijas, kas raida bezmaksas apraidē (Rīga TV24, ReTV, Sportacentrs.com TV), gan citas mediju organizācijas (TV3, LMT Straume). NEPLP ir lūgusi palielināt ikgadējā komercmedijiem piešķirtā atbalsta apjomu, lai 2021.gadā tas sasniegtu 1 miljonu eiro, tomēr par to lems Ministru kabinets un Saeima.

Atsevišķi konkursi tiek rīkoti novadu ziņu televīzijas sižetu veidošanai, kas tiek pārraidīti Latvijas Televīzijas ziņu raidījumu ietvaros. 2020.gadā šim mērķim konkursa kārtībā tika piešķirti 244 000 euro, ko saņēma SIA Valmieras TV, kas organizē reģionālo televīziju tīkla ReTV dalībnieku sižetu veidošanu no dažādiem Latvijas novadiem. Vidēji ReTV sagatavo LTV Dienas ziņām apmēram 3 sižetus jeb 9 minūtes dienā. Vidējā LTV Dienas ziņu auditorija 2020.gadā bija 126 000. ReTV ziņu sižetu skatījumu skaits Facebook 2020.gadā pārsniedza vidēji 2,1 miljonus mēnesī (NEPLP dati). LTV Ziņu dienesta Facebook kontā 2020.gada augustā Novadu ziņu sižetiem bija 1 665 104 unikālie skatījumi/1 716 276 kopējie skatījumi. Visam LTV Ziņu dienesta saturam 2020.gada augustā - 13 484 302 unikālie skatījumi/14 218 979 kopējie skatījumi (LTV dati).

Papildus tam, ik gadu NEPLP konkursa kārtībā piešķir 75 000 euro kvalitatīva vietējā satura ražošanai īpaši Latgales reģionālajiem un vietējiem komercmedijiem un producentu grupām. Vēl atsevišķs konkurss tiek rīkots raidījumu veidošanai par diasporas un remigrācijas tematiku. 2020.gadā šim mērķim tika veltīti 38 000 euro. Savukārt gados, kad notiek vēlēšanas, NEPLP rīko atsevišķus konkursus priekšvēlēšanu raidījumu veidošanai televīzijās. 2020.gadā, kad paredzētas Rīgas pašvaldības ārkārtas vēlēšanas, raidījumiem to atspoguļošanā tika piešķirti 75 000 euro.

Nozīmīgs atbalsts nozarei bija 1 miljons euro, ko, pēc NEPLP lūguma, piešķīra valdība 2020.gada martā, lai kompensētu medijiem samazinātos reklāmas ieņēmumus COVID-19 krīzes laikā. Vairākos konkursos, šo summu saņēma aptuveni 20 mediju organizācijas, kas radīja vairāk nekā 40 satura projektus. COVID-19 krīze laikā NEPLP arī aicināja Saeimu mazināt ierobežojumus kreditēšanas reklāmām, lai palielinātu mediju ienākumus.

2.2. Satura kvalitātes uzraudzība

Iespēju nodot daļu no sabiedriskā pasūtījuma komercmedijiem paredz EPLL, savukārt NEPLP pieņemts "Nolikums par sabiedriskā pasūtījuma daļas, kuru pilda komerciālie elektroniskie plašsaziņas līdzekļi, veidošanas kārtību un vērtēšanas principiem". Tas paredz, ka NEPLP izveido revīzijas komisiju, kas regulāri seko līdzi piešķirtā finansējuma izlietošanas pamatojumam. Savukārt Stratēģijas pielikums Nr.6. nosaka Kritērijus sabiedriskā pasūtījuma raidījumu/satura novērtēšanai. Šis dokuments paredz recenzentu vērtējumu no dažādiem aspektiem, sākot no satura atbilstības sabiedriskā pasūtījuma prioritātēm līdz valodas kvalitātei. NEPLP mājaslapā publicētas vairākas recenzijas par konkrētiem raidījumiem, kas rakstītas, vadoties pēc minētajiem kritērijiem. Recenzijas kopumā detalizēti apraksta attiecīgos raidījumus vai kanālus, tomēr nevar runāt par vienotu formātu, kas atvieglotu dažādo raidījumu vai programmu kvalitāti.

Konkursos par sabiedriskā pasūtījuma finansējuma piešķiršanu komercmedijiem NEPLP locekļi vērtē konkrētā projekta atbilstību attiecīgā konkursa mērķim (piemēram, ziņu, informatīvi analītisko un pētniecisko raidījumu veidošana), kā arī pieprasa informāciju par konkrētā medija auditoriju, oriģinālsatura apjomu programmās, satura veidošanā iesaistīto darbinieku skaitu, finansiālajiem rādītājiem u.c. NEPLP uzsver, ka konkursos ietvertās prasības liek medijiem darboties daudzplatformu vidē, veidot sadarbības projektus starp radio, televīziju un interneta platformām.

Tomēr ik pa laikam publiski notiek diskusijas par to, vai šo konkursu rezultātā veidotais komercmediju saturs atbilst sabiedriskā labuma būtībai un augstas kvalitātes žurnālistikas standartiem. Piemēram, tika apšaubīts, vai konkrēti satura projekti, kas saņēma finansējumu no īpašās COVID-19 krīzes palīdzības programmas atbilda NEPLP izvirzītajam mērķim - "...lai nodrošinātu sabiedrībai iespēju saņemt daudzpusīgu informāciju un viedokļus par Covid-19 krīzes pārvarēšanu, kā arī nodrošinātu valsts informatīvās telpas drošību un stiprinātu kvalitatīvas žurnālistikas pastāvēšanu un pieejamību komerciālajos elektroniskajos plašsaziņas līdzekļos...".

NEPLP locekļi uzsver, ka tajā brīdī galvenais mērķis bija glābt vietējos medijus, kuriem COVID-19 krīze dramatiski samazināja ienākumus no reklāmas. Konkursi tika organizēti pēc iespējas ātrāk, cenšoties izvairīties no liekām formalitātēm, tādēļ bija maz laika gan pieteikumu rakstīšanai, gan vērtēšanai. NEPLP uzskata, ka tika paveikts milzīgs darbs, lai īsā laikā sagatavotu vairāk nekā 40 līgumu par finansējuma piešķiršanu. Savukārt šis naudas izlietojums tikšot īpaši izvērtēts. Finansējuma saņēmējiem būs jāiesniedz gan satura, gan finanšu atskaites; NEPLP ir pieprasījis papildu finansējumu neatkarīgiem recenzentiem, kuri vērtēs saražotā satura kvalitāti.

2.3. Nozares regulācija un tehnoloģiskā attīstība

Būtiska NEPLP funkciju daļa ir vadīt elektronisko mediju vides administratīvo procesu, kā arī veicināt nozarei nepieciešamo tehnoloģisko attīstību. Pateicoties paaugstinātai Monitoringa departamenta kapacitātei, pieaudzis NEPLP ierosināto administratīvo pārkāpumu skaits, savukārt pārkāpumu izskatīšanas ilgums ir samazinājies. Pilnveidotas veidlapas, dokumentu aprīte notiek elektroniski. Regulāri notiek konkursi par brīvo radio frekvenču piešķiršanu, parasti tās tiek pievienotas kādam esošajam radio tīklam, tā stiprinot radio pakalpojumu. Ik gadu tiek organizēts konkurss uz brīvajām vietām TV bezmaksas apraidē, paredzēts, ka 2021.gadā to skaits pieaugs no 5 uz 6.

Veicinot nacionālā satura pieejamību vietējai auditorijai, uzstādīti 2 jauni apraides torņi Latgalē. Pēc tam, kad panākta finansējuma piešķiršana jauna LTV programmu izlaides kompleksa iegādei, paredzams, ka arī sabiedriskā televīzija no 2021.gada 1.janvāra beidzot sāks raidīt HD kvalitātē.

2.4. Secinājumi un rekomendācijas

- Pozitīvi vērtējams NEPLP piešķirtā finansējuma pieaugums kvalitatīva satura veidošanai komercmedijos, tai skaitā ātrā un proaktīvā rīcība COVID-19 krīzes laikā, pieprasot un saņemot valsts palīdzību medijiem. Daudzām mediju organizācijām, jo īpaši reģionos, tas ir bijis izdzīvošanas jautājums.
- Vienlaikus, NEPLP Stratēģijā būtu jāparedz iniciatīva sākt plašāku diskusiju par ilgtermiņa politiku kvalitatīva, nacionālā mediju satura veidošanas atbalstam, kas arvien vairāk kļūst par valsts atbildību un nozīmētu gan stabilu valsts finansējumu komercmedijiem, gan skaidru vērtēšanas mehānismu tā izlietošanā. Stratēģijā šobrīd par to praktiski nekas nav minēts. Tīkmēr Latvija jau praktiski ir pieredzējusi, kā mainījās komercmediju vide un samazinājās kvalitatīva ziņu un analītiskā satura apjoms pēc TV3 un LNT Ziņu dienestu apvienošanas kompānijas “All Media Latvia” ietvaros. COVID-19 krīze šīs problēmas izgaismoja vēl spilgtāk.
- Šajā kontekstā jo īpaši svarīgi turpināt veidot skaidru kritēriju sistēmu, pēc kuras piešķirt valsts atbalstu komercmedijiem. Ir jāietver kvalitatīvie kritēriji, piemēram, kā prioritāti nosakot ziņu, pētniecisko un analītisko raidījumu, kultūras, bērnu programmu veidošanu. Vienlaikus jāievieš saprotams vērtēšanas mehānisms, kas dotu pārlicību, ka konkrētie atbalsta pasākumi ir vairojuši sabiedrisko labumu.
- Šobrīd rodas iespaids, ka sabiedriskā pasūtījuma izpildei paredzētie līdzekļi, kas būtībā nāk no viena avota un paredzēti vienu un to pašu mērķi izpildei, tiek piešķirti un vērtēti pēc atšķirīgiem principiem, atkarībā no tā, vai saturu veido sabiedriskie vai komercmediji. Sabiedrisko mediju darbību regulē NEPLP izstrādātās sabiedriskā pasūtījuma vadlīnijas un ikgadējie uzdevumi, savukārt komercmedijiem līdzekļi tiek piešķirti konkursos pēc vienkāršāka nolikuma.

- Šī iemesla dēļ būtu jāapsver, vai valsts līdzekļu piešķiršanai kvalitatīva satura veidošanai komercmedijos, kas noteikti ir jāturpina, nebūtu jānotiek pēc citiem principiem nekā sabiedriskā pasūtījuma gadījumā (kas jāatstāj sabiedriskajiem medijiem) un attiecīgi arī jāsauc citādāk. Šis jautājums jārisina koordinējot ar citiem valsts atbalsta instrumentiem, piemēram, Kultūras ministrijas pārraudzīto Mediju atbalsta fondu, kas arī piešķir finansējumu kvalitatīva satura veidošanai un vieni un tie paši projekti nereti pieteikti gan NEPLP, gan Mediju atbalsta fonda konkursiem.
- Stratēģijā vajadzētu vairāk runāt par iespējamām iniciatīvām globālo interneta platformu (Facebook, Google u.c.) darbības regulēšanā, lai samazinātu reklāmas naudas aizplūšanu no nacionālajiem medijiem. Lai arī t.s. digitālais nodoklis vai tamlīdzīgas izmaiņas likumos lielā mērā būs visas Eiropas Savienības izšķiršanās, būtu aktīvāk par to jādiskutē arī nacionālā līmenī, veicinot vietējo atbildīgo amatpersonu, pašu mediju, kā arī plašākas sabiedrības izpratni.
- Vēlams Stratēģijā skaidrāk un detalizētāk izcelt pieeju neatkarīgu, kvalitatīvu reģionālo mediju atbalstam. Šī mediju grupa šobrīd izjūt vislielākās grūtības saistībā ar reklāmas ienākumu krišanos un jaunu platformu attīstību, bet neatkarīgas vietējās informācijas pieejamība ir demokrātisku vietējo kopienu pastāvēšanas stūrakmens. Pozitīvi vērtējams uzstādījums, lai vismaz vienreiz mēnesī reģionālie mediji sagatavo pētnieciskās vai analītiskās žurnālistikas sižetu pārraidīšanai LTV Dienas ziņās. Tomēr NEPLP atzīst, ka šī uzstādījuma izpilde šobrīd netiek pienācīgi kontrolēta un lielā mērā ir atkarīga no tā, vai sarežģītāka satura veidošanu būs iespējams atalgot ar lielāku samaksu.
- Zinot, ka dezinformācijas izplatība ir viena no pēdējo gadu aktuālākajām mediju vides problēmām, kas visbiežāk sastopama krievvalodīgajos medijos un auditorijā, Stratēģijā būtu vērts vairāk izcelt kvalitatīva satura krievu valodā veicināšanu Latvijas komercmedijos. NEPLP principāla nostāja šobrīd ir attīstīt jaunu multimediju platformu saturam krievu valodā sabiedriskajos medijos, savukārt attiecībā uz komercmedijiem saturam krievu valodā nekāds īpašs atbalsts netiek paredzēts. Tomēr jāņem vērā, ka tieši komercmediji šobrīd apkalpo lielāko krievvalodīgās Latvijas auditorijas daļu, kas ir pietiekams iemesls, lai mērķtiecīgi censtos celt tai pieejamā satura kvalitāti.
- Stratēģija šobrīd koncentrējas uz elektroniskajiem medijiem tradicionālā izpratnē, runājot par radio un TV platformu attīstību. NEPLP kompetencē ir noteikta elektronisko plašsaziņas līdzekļu regulācija, savukārt satura veidošana un izplatība internetā šobrīd NEPLP tiek klasificēta kā pakalpojumi pēc pieprasījuma. Tomēr, ņemot vērā mediju patēriņa realitāti, stratēģijā būtu vērts detalizētāk pievērsties satura attīstībai interneta platformās, kas ir kļuvusi ar ikviena radio un TV darba neatņemamu sastāvdaļu un kas, visticamāk, kļūs tikai arvien nozīmīgāka. NEPLP locekļi atzīst, ka šobrīd tam lielākā apjomā neļauj pievērsties ierobežotie resursi; tas varētu būt iespējams pēc institūcijas reformēšanas un pēc tam, kad būs izveidota atsevišķa sabiedrisko mediju padome.

- Vienlaikus jāatzīst, ka NEPLP veicina TV un radio veidotā satura multimediju izplatību, izsludinātajos konkursos iekļaujot kritēriju par satura izvietojumu dažādās bezmaksas platformās, tai skaitā sociālajos medijos. Padome arī atbalsta dažādu mediju sadarbības projektus, piešķirot tam finansējumu, lai nodrošinātu pēc iespējas plašāku auditoriju sasniedzamību. Piemēram, 2020.gadā konkursā par Rīgas domes priekšvēlēšanu satura veidošanu viens no uzvarētājiem bija Vidzemes TV sadarbībā ar interneta portālu DELFI.
- Saistībā ar iepriekšējo punktu būtu nepieciešams arī pārskatīt Stratēģijas rezultātīvos rādītājus, īpaši attiecībā uz tehnoloģiskajiem aspektiem. Jāņem vērā, ka turpina strauji pieaugt satura patēriņš mobilajās iekārtās un sociālajos tīklos, ko arvien vairāk izmanto arī t.s. tradicionālie elektroniskie mediji. Līdz ar to galvenie rādītāji nevar būt tikai TV vai radio apraides tīkli. Ir jārunā par auditorijas sasniedzamību dažādās platformās. Tāpat būtu jāapsver, vai kā viens no mērķa rādītājiem nav jāiekļauj komercmedijos saražotā oriģinālsatura apjoms, kas būtu jāvērtē saistībā ar piešķirtā sabiedriskā pasūtījuma vai citu valsts atbalsta līdzekļu izlietojumu.

3. INFORMATĪVĀS TĒLPAS UN MEDIJPRATĪBAS STIPRINĀŠANA

Attiecībā uz dezinformācijas apkarošanu, sabiedrības medijpratības un mediju kritikas attīstību Stratēģijā iekļauti šādi prioritārie virzieni un uzdevumi:

Padomes prioritārais virziens “Medijpratības un mediju ētikas attīstība”

Uzdevumi:

- Atbalstīt elektronisko plašsaziņas ombuda mehānisma izveidi;
- Stiprināt mediju kritiku (pašvērtējums, ekspertu, sabiedrības viedokļi) un mediju ētiku;

Nozares prioritārais virziens “Atbildīgi mediji, zinoša, iesaistīta un ieinteresēta auditorija”:

Uzdevumi:

- Veicināt mediju un informācijpratību sabiedrībā un mediju vidē;
- Veidot ciešu saikni un dialoga attiecības ar sabiedrību;

3.1. Monitoringa pieaugums

Vienas no lielākajām NEPLP pēdējo gadu pārmaiņām ir Monitoringa departamenta (turpmāk - MD) kapacitātes stiprināšana. Pēc tam, kad tika saņemts pieprasītais finansējums, 2020.gadā MD tika izveidotas papildu 3 štata vietas, izveidota Analīzes nodaļa, kurā pagaidām gan strādā tikai 1 cilvēks. Līdz ar to būtiski pieaudzis monitorētā satura apjoms – ja 2019.gadā kopumā tās bija 300 000 minūšu, tad 2020.gada pirmajā pusgadā jau aptuveni 230 000 minūšu. Sagatavoto pārbaudes ziņojumu skaits pieaudzis no 57 ziņojumiem 2018.gadā līdz 90 ziņojumiem 2020.gada pirmajā pusgadā.

Ir palielinājies MD funkciju apjoms, piemēram, 2020. gadā uzsākta 41 mājaslapu pārbaude – šādu funkciju NEPLP veic kopš 2019.gada. Pārbažu mērķi ir ierobežot tās mājaslapas internetā, kurās auditorijai Latvijas teritorijā tiek izplatītas televīzijas programmas bez NEPLP izsniegtas retranslācijas atļaujas. Īpaša uzmanība pievērsta dezinformācijas gadījumiem. Ja 2019.gadā bija 71 pārbaude, tad 2020.gadā vairāk nekā 100 pusgada laikā. Pēdējo gadu laikā, par nauda runas izplatīšanu Latvijā, vairākkārt uz laiku apturēta Krievijas valsts sponsorēto televīzijas kanālu programmu izplatība. Kā norāda MD, būtu vēlami likuma grozījumi, lai dotu iespējas ātrāk reaģēt uz pārkāpumiem un tos apturēt.

MD speciālisti piedalās starptautiskajās darba grupās un kopā ar citu Eiropas valstu regulatoriem apspriež cīņu pret dezinformāciju, ES audiovizuālās direktīvas ieviešanu, satura pieejamību cilvēkiem ar īpašām vajadzībām u.c. jautājumus. MD piedalījās arī Eiropas mēroga projektā par dezinformāciju sociālajos tīklos pirms Eiropas Parlamenta vēlēšanām, kura ietvaros vērtēja situāciju Latvijā.

3.2. Cīņa pret dezinformāciju

Latvijas informatīvās telpas aizsardzība pret Latvijas valstij naidīgu dezinformāciju ir bijis viens no NEPLP deklarētajiem prioritārajiem uzdevumiem. 2020.gadā pēc NEPLP iniciatīvas Saeima pieņēma grozījumus EPLL, kas paredz, ka, izvērtējot informāciju par patieso labuma guvēju, NEPLP būs jāņem vērā vairāki kritēriji, piemēram, vai patiesais labuma guvējs apdraud valsts drošību, sabiedrisko kārtību, darbojas pretvalstiskā vai noziedzīgā organizācijā. NEPLP uzskata, ka tādējādi ir būtiski paplašinātas tās pilnvaras cīņā ar Latvijai naidīgu mediju saturu, atvieglojot iespējas anulēt retranslācijas atļaujas, kā arī noskaidrot televīzijas un radio programmu patieso labumu guvējus. 2019. un 2020. gadā NEPLP arī nolēma aizliegt Latvijā izplatīt kopumā 16 Krievijas programmas, kuru patiesie labuma guvēji ir ES sankcijām pakļauti Krievijas pilsoņi.

COVID-19 krīzes laikā, lai veicinātu objektīvas informācijas apriti sabiedrībā, NEPLP pieņēma lēmumu, kas ļauj nodot sabiedrisko mediju veidotos ziņu un informatīvi analītiskos raidījumus bezatlīdzības lietošanā citiem elektroniskajiem plašsaziņas līdzekļiem. Visplašākās diskusijas raisīja apstākļi, ka LTV Ziņu dienesta veidotie ziņu raidījumi tika pārraidīti “Pervij Baltijskij Kanal” programmā, kur īsi pirms COVID krīzes sākuma bija pārtraukta vietējo ziņu raidījumu veidošana. LTV uzskatīja, ka tādējādi ar sabiedrības līdzekļiem tiek stiprināta Krievijas valsts propagandas kanāla darbība, tomēr vairāk eksperti norādīja, ka šāds solis ir attaisnojams, lai izplatītu objektīvu informāciju Latvijas krievvalodīgo iedzīvotāju vidū.

3.3. Medijpratības un mediju kritikas veicināšana

Kā viens no konkrētiem uzdevumiem Stratēģijā minēta apņemšanās atbalstīt elektronisko plašsaziņas līdzekļu ombuda mehānismu. Tam jābūt svarīgam instrumentam, lai veicinātu gan atbildīgu satura veidošanas praksi medijos, gan stiprinātu mediju saikni ar sabiedrību un auditorijas izpratni par kvalitatīvas žurnālistikas principiem. NEPLP locekļi (A.I.Druviete) norāda, ka ir snieguši būtisku ieguldījumu, lai 2018.gada nogalē tiktu nodibināta Latvijas Mediju ētikas padome, kas pēc būtības pilda mediju ombuda pienākumus, izskatot par mediju darbu iesniegtās sūdzības un sniedzot ekspertu atzinumus. Ētikas padomē apvienojušies gan

elektroniskie, gan drukātie plašsaziņas līdzekļi; padomes eksperti regulāri publicē atzinumus par konkrētām sūdzībām. 2019.gadā padomes mājaslapā tika publicēti 4 atzinumi, 2020.gada pirmajā pusgadā – 11 atzinumi.

Mediju ētikas padomes biedri ir arī Latvijas Radio un Latvijas Televīzija, tomēr pašos sabiedriskajos medijos vēl nav nostiprināta stabila satura izvērtēšanas prakse, kas pildītu daudzās valstīs sastopamā sabiedrisko mediju ombuda funkciju.

Pēdējo gadu laikā NEPLP ir iesaistījies medijpratības pasākumos, kas orientēti uz plašāku sadarbību. 2019.gadā, sadarbībā ar UNESCO pārstāvniecību Latvijā, tika organizēta publiska diskusija un žurnālistikas rokasgrāmatas prezentācija Eiropas Medijpratības nedēļas ietvaros. NEPLP arī organizējis izbraucienus uz Latvijas reģioniem, lai tiktos ar vietējiem iedzīvotājiem un diskutētu par to, kas ir atbildīga mediju prakse. Vienota sabiedriskā mediju ombuda izveide ir paredzēta jaunajā sabiedrisko mediju pārvaldības likumprojektā.

Tāpat ir organizētas mediju pārstāvju un atbildīgo valsts institūciju darbinieku tikšanās, lai veicinātu atbildīga satura veidošanu, atspoguļojot sarežģītu tematiku un situācijas, piemēram, veicinātu bērnu tiesību aizsardzību vai izvairītos no neatļautas politiskās reklāmas priekšvēlēšanu kampaņu laikā.

Lai veicinātu mediju kritiku, regulāri tiek pasūtītas ekspertu recenzijas par raidījumiem, kas sabiedriskā pasūtījuma ietvaros tapuši gan sabiedriskajos, gan komercmedijos. NEPLP mājaslapā 2019.gadā publicētas 11 recenzijas, 2020.gada pirmajā pusgadā – 2. NEPLP uzsver, ka gribētu būtiski palielināt recenziju apjomu, bet tam nepieciešams papildu finansējums.

3.4. Secinājumi un rekomendācijas

- Monitoringa departamenta kapacitātes pieaugums, bez šaubām, ir viens no NEPLP pēdējo gadu lielākajiem sasniegumiem, kas ļauj daudz rūpīgāk izvērtēt esošo mediju vidi, kā arī rada priekšnoteikumus jaunu iniciatīvu radīšanai, lai situāciju uzlabotu.
- Ņemot vērā, ka Latvijā šobrīd nav daudz institūciju, kas varētu līdzināties MD paveiktajam, NEPLP, iespējams, būtu jāizvirza mērķis attīstīt MD par valstī vadošo struktūru, kas nodarbojas ar apzinātas un neapzinātas dezinformācijas izplatības monitoringu. Jāstiprina analītiskā kapacitāte, un iegūtie dati būtu izmantojami plašāk, sadarbībā ar mediju, drošības un citu jomu ekspertiem veidojot stabilu platformu dezinformācijas veidošanās un izplatīšanās pētniecībai, kā arī izstrādāt priekšlikumus šīs problēmas apkarošanai.
- Paradoksāli, bet dezinformācijas apkarošana šobrīd nav skaidri definēta nevienā Stratēģijas prioritārajā virzienā, tādēļ dokuments būtu jāpapildina ar konkrētiem uzdevumiem šajā jomā, kā arī rezultatīvajiem rādītājiem.
- Vienlaikus, NEPLP regulāri pieņemtie lēmumi par Krievijas valsts televīzijas programmu izplatīšanas apturēšanu liecina, ka praksē dezinformācijas apkarošana ir viena no NEPLP prioritātēm.

- Ir pamats uzskatīt, ka, līdz ar Mediju ētikas padomes izveidošanu, NEPLP uzdevums atbalstīt elektronisko plašsaziņas līdzekļu ombudu ir lielā mērā izpildīts. Tomēr būtu vēlams NEPLP aktīvāk iesaistīties ētikas padomes darbā, kaut vai plašāk informējot sabiedrību par padomes ekspertu sniegtajiem atzinumiem un tādējādi pakāpeniski iesaistot viņus arī sabiedriskā pasūtījuma ietvaros veidotā satura vērtēšanā.
- Atzīstami vērtējama prakse pasūtīt regulāras NEPLP recenzijas par sabiedriskā pasūtījuma raidījumiem. Tomēr īsti nav skaidrs, pēc kādiem kritērijiem tiek atlasīti recenziju autori. NEPLP mājaslapā atrodami gan pazīstamu žurnālistu un mediju ekspertu, gan maz zināmu autoru uzvārdi, pie kuriem nav minēta viņu nodarbošanās vai cita informācija, kas apliecinātu kompetenci attiecīgā uzdevuma veikšanai. Būtu vērts apsvērt, vai lietderīgāk nav vienoties ar skaitliski mazāku, bet patstāvīgu, augsti kvalificētu recenzentu grupu, kas raidījumus vērtētu pēc vienotas metodikas un varētu izvērtēt konkrētu raidījumu un mediju izmaiņas ilgākā laika periodā.

KOPSAVILKUMS

- Kopumā jāsecina, ka NEPLP ir strādājusi atbilstoši Stratēģijā izvirzītajiem uzdevumiem, cenšoties attīstīt savā atbildībā esošās jomas – sabiedrisko mediju pārvaldība, komercmediju vides attīstība un uzraudzība, Latvijas informatīvās vides stiprināšana.
- Jāņem vērā, ka NEPLP ir hroniski trūcis resursu pilnvērtīgai savu funkciju pildīšanai, turklāt tai ir bijis jā rūpējas gan par sabiedrisko mediju, gan komercmediju attīstību, kas brīžiem ir savstarpēji konfliktējoši uzdevumi.
- Ļoti būtisks panākums ir Monitoringa departamenta kapacitātes palielināšana, jo tas ļauj gan efektīvāk cīnīties pret pārkāpumiem nozares dalībnieku darbā, gan paver plašākas iespējas iegūt informāciju par notiekošo mediju vidē un izstrādāt jaunas iniciatīvas problēmu risināšanā.
- Ievērojams darbs paveikts, veicinot izmaiņas sabiedrisko mediju darbā – piedalīšanās jauna likuma veidošanā, lēmums par sabiedrisko mediju iziešanu no reklāmas tirgus, pārmaiņas LR un LTV iekšējā darba organizācijā. Lai šie lēmumi dotu nepieciešamo labumu, šis darbs ir jāturpina tālāk, veicinot spēcīgu un neatkarīgu sabiedrisko mediju attīstību. Vienlaikus jāatzīst, ka acīmredzot jāmaina šobrīd Stratēģijā noteiktie uzdevumi, jo lēmums par vienotu sabiedrisko mediju, visticamāk, būs nevis NEPLP, bet jaunizveidojamās atsevišķās sabiedrisko mediju padomes uzdevums.
- Līdzīgi attiecībā uz sabiedriskā pasūtījuma izvērtēšanas mehānismu. Ir jāturpina iesāktais darbs, lai noteiktu pēc iespējas precīzus kvalitatīva satura un atbildīgas žurnālistikas kritērijus. Līdz šim paveiktais ir vērtīgs ieguldījums un noderēs brīdī, kad darbu sāks jauna sabiedrisko mediju pārvaldības padome, kam visticamāk būs jāpieņem gala lēmums šajā jautājumā.

- Attiecībā uz komercmediju darbības veicināšanu, NEPLP pēdējos gados ir palielinājusi tiem pieejamā valsts finansējuma apjomu, kas ir bijis ļoti nozīmīgs atbalsts, jo īpaši reģionālajiem medijiem, kā arī risinot COVID-19 ārkārtas situācijas krīzi. Atbalsta apjoms ir jāturpina palielināt, saistot naudas piešķiršanu ar skaidri noteiktām satura kvalitātes prasībām.
- Tomēr Stratēģijā būtu jānosaka plašāka pieeja, lai veicinātu valsts atbalsta pieaugumu kvalitatīva satura radīšanai komercmedijos. Ir vērts apsvērt domu par atteikšanos no komercmediju atbalsta iekļaušanas sabiedriskā pasūtījuma ietvaros, tā vietā definējot to kā īpašu aspektu nacionālās informatīvās telpas stiprināšanā un centienos ierobežot ļaunprātīgu dezinformāciju. Tas nozīmētu arī jaunu likumdošanas iniciatīvu virzīšanu, plašākas aktivitātes Eiropas Savienības finansējuma piesaistei u.c.
- Stratēģijā jāparedz fokusētāka pieeja interneta mediju attīstībai un regulācijai, jo arī tradicionālie elektroniskie plašsaziņas līdzekļi kā radio un TV arvien vairāk pārnēs savu darbu uz tiešsaistes platformām.
- Ņemot vērā iepriekš minēto, ir jāpārskata Stratēģijā noteiktie rezultatīvie rādītāji, jo šobrīd tie fokusējas vairāk uz tradicionālo elektronisko mediju darbību. Jauniem rādītājiem vairāk jāfokusējas uz auditoriju sasniedzamību, ņemot vērā izmaiņas satura lietošanas paradumos un mediju centieniem tiem pielāgoties.
- Visbeidzot, Stratēģijas uzdevumi un rezultatīvie rādītāji ir jāmaina, ņemot vērā izmaiņas pašas NEPLP darbā, ko paredz Saeimā topošais jaunas likums par sabiedriskā medija pārvaldību.