



Kultūras ministrija

Priekšlikumi sabiedrisko mediju pārvaldības reformai

Latvijas Republikas Kultūras ministrijas
Mediju politikas nodaļas vadītājs Roberts Putnis

2016.gada 3.augustā Rīgā



Kultūras ministrija

I. Reformu pamatojums un nepieciešamība



Kultūras ministrija

NEPLP darba pieredze

- NEPLP = reformas priekšmets un iemesls
- Pretrunas, pārvaldot sabiedriskos medijus un uzraugot nozari kopumā
- Nozares stratēģijas izstrādes pienākuma problēma
- Valžu iecelšanas procesu pieredze
- Sabiedriskā pasūtījuma izstrādes procesa mācības
- Ierobežota sabiedrības līdzdalība sabiedriskā pasūtījuma izstrādē
- Regulāras finanšu vadības problēmas
- Sabiedriskas diskusijas par ietekmēm uz saturu



Kultūras ministrija

Tiesiskā regulējuma attīstība

- Latvijas regulējums = atipisks pārvaldības modelis starptautiskā salīdzinājumā
- EPLL regulējums ir novecojis, kļuvis pretrunīgs, sabiedrisko mediju padomes ideja jau EPLL izstrādes laikā
- Veidojas “paražu tiesības” paralēli EPLL regulējumam
- Norma pārāk lakoniska, rada tiesisko nenoteiktību
- EPLL neiezīmē sabiedrisko mediju darbības misiju un pamatojumu, kā arī darbības principus
- Jauns valsts kapitālsabiedrību pārvaldības regulējums ar riskiem sabiedrisko mediju darbībai



Kultūras ministrija

Sabiedriski politiskas problēmas

- Sabiedrisko mediju pārvaldība atpaliek no sabiedrības attīstības
- Dialoga trūkums ar auditorijām: sabiedrisko mediju nespēja būt līderim sabiedrisko pārmaiņu procesos, valsts apdraudējuma situācijās
- Institucionālas platformas trūkums augsta līmeņa diskusijām par sabiedrisko mediju stratēģisko attīstību



Kultūras ministrija

Sabiedriskā pasūtījuma fundamentāla rakstura problēmas

- Sabiedriskā pasūtījuma definīcija nenoteikta
- Izstrādes process ar atkāpēm no tiesiskā regulējuma
- Regulāra kritika par izpildi no uzraugošajām institūcijām un vienotības trūkums par piemērojamo regulējumu
- Viens darba uzdevums no sabiedrības ar ikgadējiem papildu uzdevumiem
- Vadības process neatbilst labākajai starptautiskajai praksei



Kultūras ministrija

II. Risinājumu piedāvājums



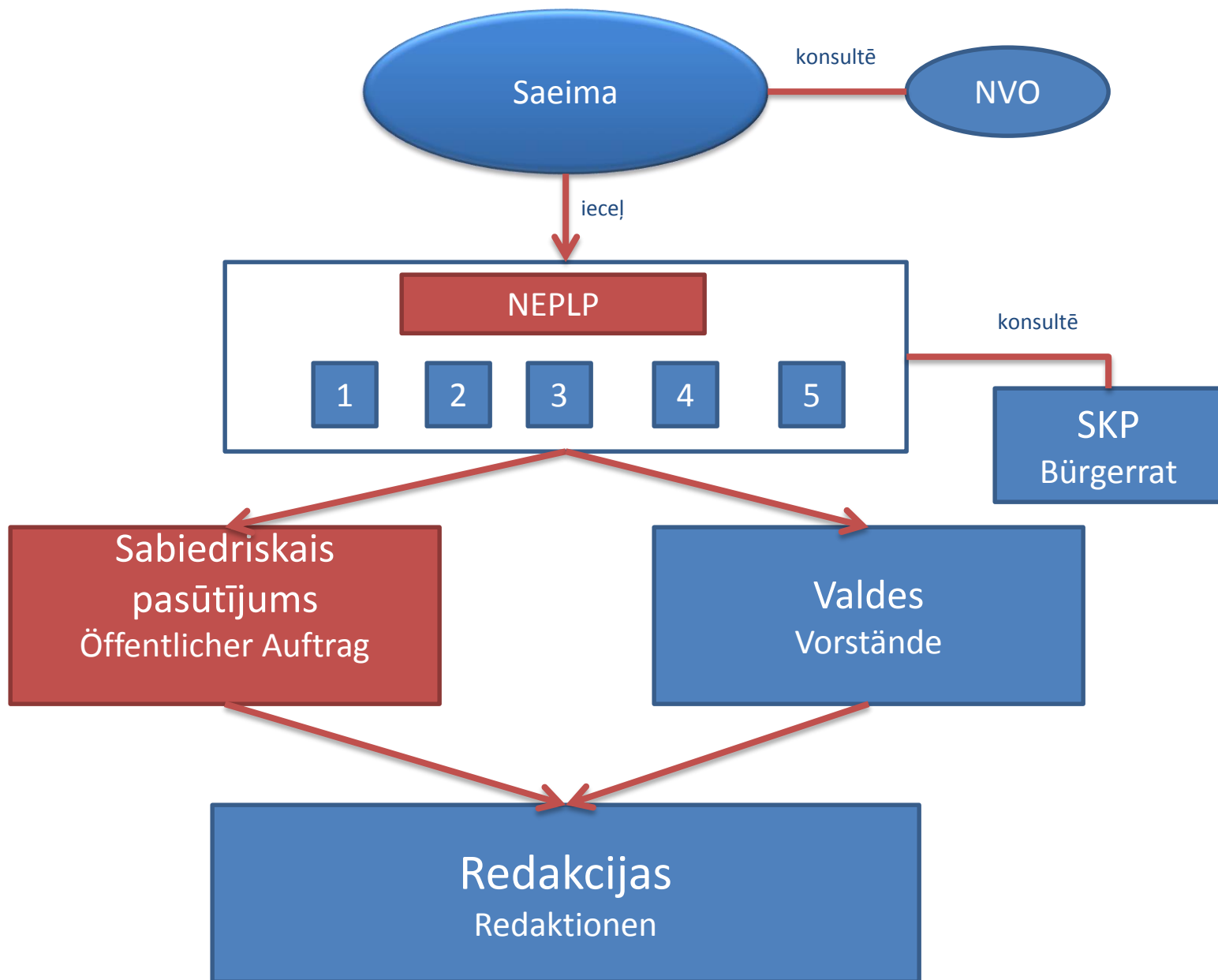
Kultūras ministrija

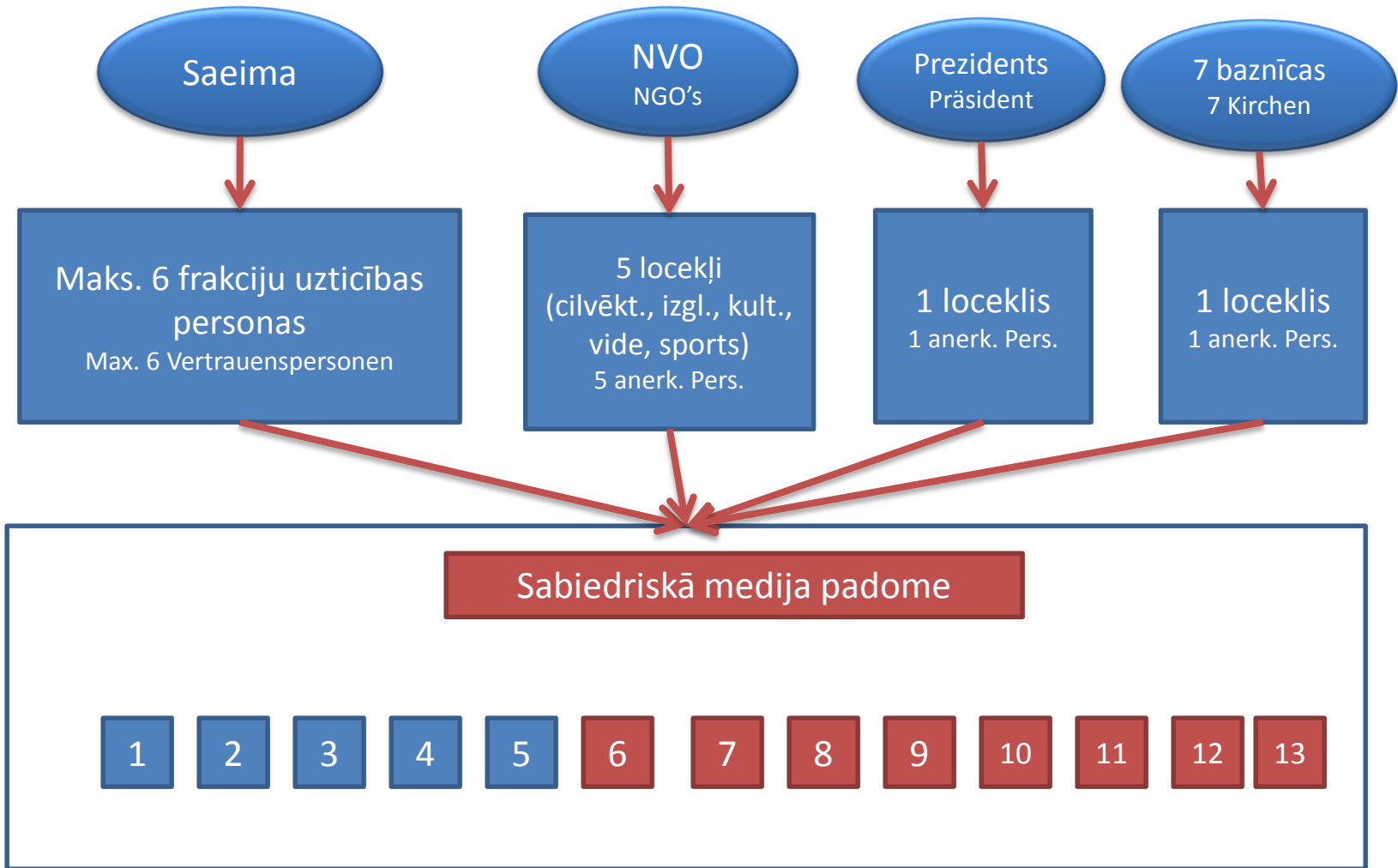
Sabiedriskā medija padome

Jauna neatkarīga institūcija: pēc būtības pārņemot esošo politiskā sastāva izveides modeli, kas tiek paplašināts ar opozīcijas pārstāvības garantiju un plašāku sabiedrības ekspertīzi

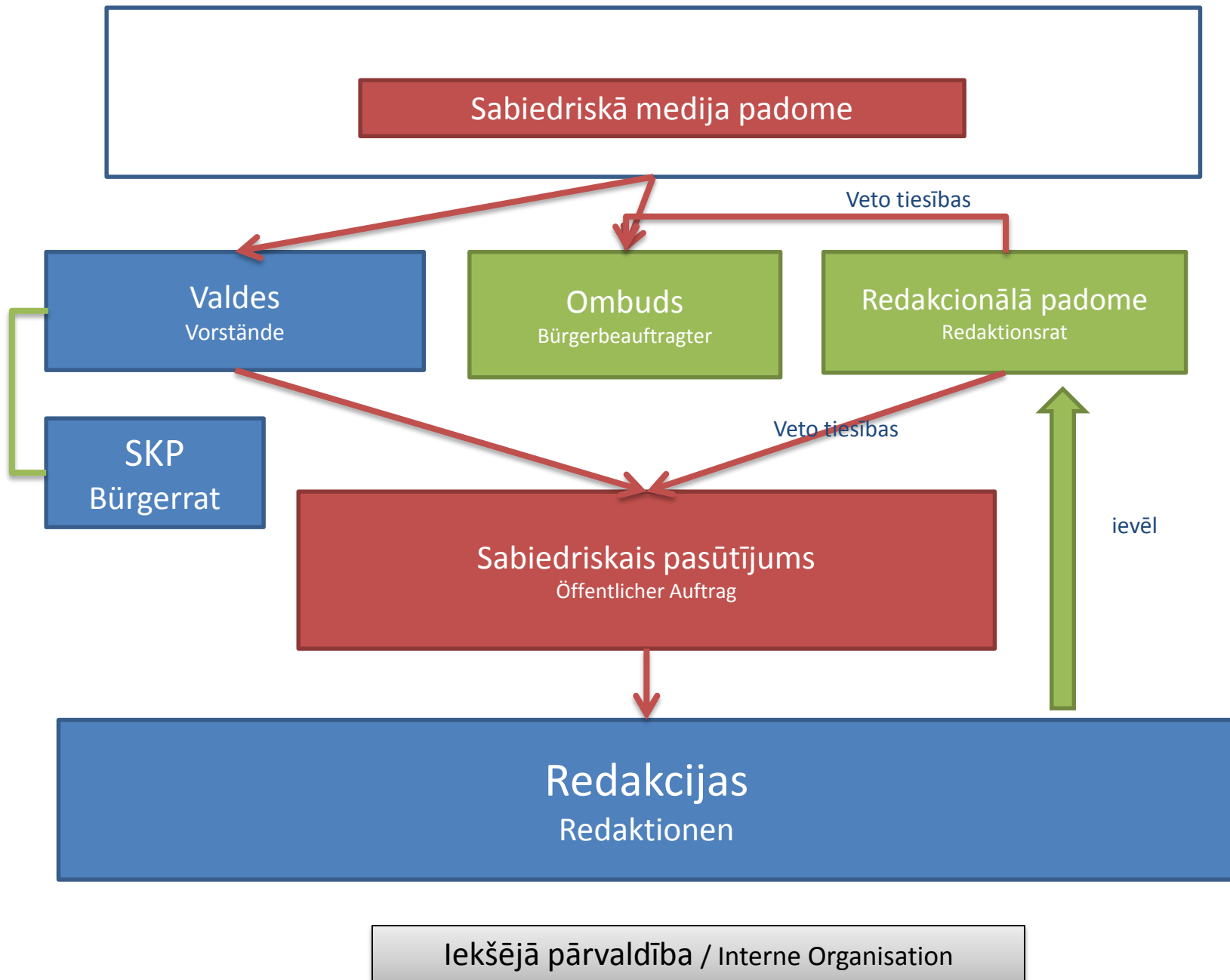
Mandāts un kompetences:

- 1) Sabiedriskā pasūtījuma izstrāde un tā izpildes kontrole (ar ziņojumu Saeimai reizi gadā) / budžeta kompetence
- 2) Valžu iecelšana un atsaukšana (vispārējās kapitāldaļu turētāja funkcijas, ciktāl to neregulē jaunais likums)





Ārējā pārvaldība / Externe Organisation





Kultūras ministrija

Sabiedriskā medija padome: politiskā neitralitāte (1)

- Saeima uzņemas caurskatāmu politisku atbildību, katrai frakcijai (arī opozīcijai) virzot savu pārstāvi, kas nav deputāts, ministrs, partiju amatpersona
- Padomes locekļiem secīgi pilnvaru termiņi – attiecīgi pastāvīgi mainīgs sastāvs:
 - 1) Saeimas pārstāvjiem – sasaukuma periods
 - 2) VP pārstāvim – 6 gadi,
 - 3) kristīgām konfesijām (ne garīdznieks) – 3 gadi,
 - 4) NVO pārstāvjiem – 5 gadi

Locekļi nav atsaucami (arī politiski deleģētie nē)



Kultūras ministrija

Sabiedriskā medija padome: politiskā neitralitāte (2)

- Būtiski reputācijas ierobežojumi: iepriekšēji ētikas un profesionālie pārkāpumi kā atlases kritērijs
- Augsti ētikas standarti darbā: pārkāpumi ir atcelšanas pamats
- Visos būtiskākajos lēmumos paredzēts, ka vismaz pusei vai trešdaļai padomes locekļu ir jābūt ne Saeimas ieceltiem
- Nepārprotami atrunāts ietekmes uz saturu aizliegums: Padomei nav tiesību ietekmēt programmas un programmu plānus vai citādi iejaukties konkrētās redakcionālās izvēlēs



Kultūras ministrija

Sabiedrisko mediju iekšējā plurālisma institūti

- Ievērojami precizēta sabiedrisko mediju funkcija sabiedriskā pasūtījuma izstrādē
- Redakcionālā padome:
 - 1) sabiedriskā pasūtījuma izstrādes un izpildes kontroles institūts
 - 2) satura veidošanā iesaistītā personāla autonomiju garantējošs institūts
- Red. padomes statuss: satura veidotāju vērēta institūcija ar būtisku autonomiju attiecībās ar SMP un valdi
- Likumā noteikts Ētikas kodeksa un Redakcionālo vadlīniju institūts
- Precizētas valdes attiecības ar satura veidotājiem un redakcionālo izvēļu procesu



Kultūras ministrija

Sabiedrisko mediju iekšējā plurālisma institūti: Ombuds

- Sabiedrisko mediju ombuds: jauns institūts satura kvalitātes un atbildīguma veicināšanai sabiedriskajos medijos
- Uzrauga saturu *ex post* (*ex ante* aizliegts) un izskata individuālas sūdzības par saturu (iespējams bez subjektīva tiesību aizskārums)
- Ombuda lēmuma institūts: saistošs lēmums sabiedriskā medija personālam un līgumpusēm ar mērķi novērst / labot medija nodarīto kaitējumu un atjaunot sabiedrības uzticēšanos
- Ombudu ieceļ SMP (Redakcionālo padomju veto tiesības)



Sabiedriskais pasūtījums (1)

- Pārdefinēšana ar akcentu uz profesionāliem mērķiem un nosakot dokumenta saturu:

“Ievērojot šī likuma leবাদā minētos apsvērumus, Sabiedriskā pasūtījumā virsmērķis ir tādu mediju pakalpojuma radīšana un sniegšana sabiedrībai, kas ne kvalitatīvā, ne kvantitatīvā izpratnē mediju tirgū nav pieejams. Sabiedriskajam pasūtījumam ir jāatspoguļo Sabiedriskā medija attīstības plānošana šī virsmērķa sasniegšanai.”

“Sabiedriskais pasūtījums ir sabiedrisko plašsaziņas līdzekļu īstermiņa un vidējā termiņa stratēģiskās plānošanas dokuments, kas atspoguļo Sabiedriskajam medijam doto sabiedrības darba uzdevmu, tā izpildei nepieciešamos resursus, tā ietekmi uz sabiedrību, un tādējādi nodrošina Sabiedriskā medija darbības caurskatāmību, uzraudzību un efektivitātes izvērtēšanas iespēju.”



Kultūras ministrija

Sabiedriskais pasūtījums (2)

- Izstrādi vada Sabiedrisko mediju padome;
 - Vispārējo mērķu noteikšana
 - Misijas, vīzijas un vērtību definēšana
 - Vispārējās attīstības prognoze un stratēģijas izstrāde atbilstoši šai prognozei
 - Izstrādi nodrošina valdes: izstrādājot konkrētos plānus
 - Programmas un programmu plāni nav sabiedriskais pasūtījums – Redakcionālās padomes kompetence



Kultūras ministrija

Sabiedriskais pasūtījums (3)

- Būtiska sabiedrības iesaiste – publiskās apspriešanas
- Redakcionālā padome drīkst noraidīt sabiedriskā pasūtījuma projektu
- Redakcionālā padome drīkst lemt par atteikšanos daļēji vai pilnībā pildīt sabiedrisko pasūtījumu
- Ombuda ziņojums
- Sabiedriski konsultatīvās padomes



Finansējuma regulējums (1)

- 1) pārņem esošo budžeta neatkarības garantiju (“ne mazāk kā iepriekšējā gadā”),
- 2) sasaista sabiedrisko pasūtījumu ar valsts budžeta izstrādes procesu,
- 3) aizliedz sabiedriskajā pasūtījumā sabiedriskajiem medijiem uzdot uzdevumus, kuriem nav finansējuma,
- 4) nosaka, ka finansējumam ir jābūt vērstam uz mediju attīstību, ne tikai esošās situācijas saglabāšanu,
- 5) paredz aizliegumu saņemt finansējumu no citiem avotiem, kas faktiski nozīmē likvidēt tiešu un pastarpinātu politisko ietekmi caur finansējuma piešķirumu,
- 6) nosaka, ka par sabiedrisko mediju peļņu nelemj valdība, bet tā vienmēr tiek novirzīta mediju attīstībai.



Kultūras ministrija

Finansējuma regulējums (2)

Mediju politikas pamatnostādņu 2016.-2020.gadam plāna projekts 5.1.2.punktā paredz finansiāli stiprināt sabiedrisko medijus paredzot palielināt sabiedriskā pasūtījuma finansējuma apjomu attiecībā pret bāzes finansējumu

2017.gadā paredzēti 30 miljoni eiro:

2018.gadā +10%,

2019.gadā +20%,

2020.gadā +30%.

Korekcijas atbilstoši MKK 11.7.2016 lemtajam.



Kultūras ministrija



Auglīgu diskusiju šovasar!

2016.gada 3.augustā Rīgā