

Sabiedrisko mediju pārvaldības priekšlikumi

Latvijas Republikas Saeimas Cilvēktiesību komisija

2017.gada 28.martā Rīgā

Reformas mērķis (1)

- Pretrunas, pārvaldot sabiedriskos medijus un uzraugot nozari kopumā
- Nozares stratēģijas izstrādes pienākuma problēma
- Valžu iecelšanas/atlaišanas procesu pieredze
- Sabiedriskā pasūtījuma izstrādes procesa mācības
- Ierobežota sabiedrības līdzdalība sabiedriskā pasūtījuma izstrādē.
- Regulāras finanšu vadības problēmas
- Sabiedriskas diskusijas par ietekmēm uz saturu
- Diskusijas par administratīvu NEPLP (atsevišķu locekļu) ietekmi uz operatīvo darbību

Reformas mērķis (2)

- Latvijas regulējums = tipisks 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

Līdzšinējais process

Mērķis – apkopot labāko starptautisko praksi un piemērot to Latvijas sabiedrības vajadzībām, ņemot vērā konkrētās konstatētās problēmas EPLL piemērošanas laikā.

- Plašas ekspertu diskusijas 2 gadu garumā darbā pie Mediju politikas pamatnostādņem
- Starptautiskās labākās prakses apkopojums gada garumā
- Sabiedriski apspriesti 4 pārvaldības modeļi
- Notikušas 3 konferences ar starptautisku ekspertu līdzdalību
- Priekšlikumus aicinātas komentēt visas kompetentās starptautiskās institūcijas (UNESCO, EDSO, partneru valdības) un organizācijas (EBU, ONO)

Izmantotā prakse

- WDR likums Vācijā (02.2016)
- BBC Review process ar padziļinātu BBC pārvaldības modeļa izvērtējumu (2016)
- Zviedrijas, Dānijas, Islandes, Lietuvas, Igaunijas, pārvaldības modeļu izpēte (2016)
- Vienotā Sabiedriskā medija koncepcijas ieteikumi un secinājumi (2013)
- EPLL izstrādes procesa atziņas un ieteikumi (2009)
- VP Konstitucionālo tiesību komisijas ieteikumi sabiedrisko mediju pārvaldībai (2009)
- Starptautiskās rekomendācijas sabiedrisko mediju pārvaldībai (EBU, EP)

Atziņas par procesu

- Nepieciešamība izstrādāt jaunu tiesību normu – Sabiedrisko mediju likumu (SML)
- Nepieciešamība izveidot jaunu neatkarīgu institūciju – Sabiedrisko mediju padomi (SMP)
- NEPLP tiek saglabāts kā regulators un kompetentā institūcija komerciālo elektronisko mediju attīstības jautājumos
- Attiecīgi tiek veikti grozījumi EPLL un citos saistītajos tiesību aktos ar ietekmi uz sabiedrisko mediju pārvaldību
- Priekšlikumi saskan ar Mediju politikas pamatnostādņem 2016.-2020.gadam un to īstenošanas plānu

Sabiedrisko mediju padome

- Saeima ieceļ četrus locekļus (respektējot opozīciju)
- Darba devēju konfederācija un Latvijas Brīvo arodbiedrību savienība virza katra vienu locekli
- Trīs sabiedrības pārstāvjus ieceļ NVO un MK Sadarbības memoranda dalīborganizācijas

Padomes locekļiem secīgi pilnvaru termiņi – attiecīgi pastāvīgi mainīgs sastāvs:

- 1) 4 Saeimas pārstāvjiem – sasaukuma periods
- 2) 2 LDDK un LBAS – 3 gadi,
- 3) 3 NVO pārstāvjiem – 5 gadi

Locekļi nav atsaucami

SMP neatkarība un neitralitāte

- Būtiski reputācijas ierobežojumi: iepriekšēji ētikas un profesionālie pārkāpumi kā atlases kritērijs
- Augsti ētikas standarti darbā: pārkāpumi ir atcelšanas pamats
- Locekļi nav atsaucami
- Nepārprotami atrunāts ietekmes uz saturu aizliegums: Padomei nav tiesību ietekmēt programmas un programmu plānus vai citādi iejaukties konkrētās redakcionālās izvēlēs

Papildu SM neatkarības instrumenti

- Likumā noteikts Ētikas kodeksa un Redakcionālo vadlīniju institūts
- Precizētas valdes attiecības ar satura veidotājiem un redakcionālo izvēļu procesu
- Strikti nodalītas kompetences un mandāti

SMP mandāts

- 1) Sabiedriskā pasūtījuma izstrāde un tā izpildes kontrole (ar ziņojumu Saeimai reizi gadā) / budžeta kompetence
- 2) Ģenerāldirektora iecelšana un atsaukšana (vispārējās kapitāldaļu turētāja funkcijas, ciktāl to neregulē jaunais likums)
- 3) Galvenā redaktora iecelšana pēc ģenerāldirektora priekšlikuma
- 4) Ombuda iecelšana/atcelšana
- 5) Ētikas kodeksu pieņemšana

Sabiedrisko mediju pārvaldība

- Atgriešanās pie vēsturiskā pārvaldības modeļa ar vienu valdes locekli – ģenerāldirektoru katrā sabiedriskajā medijā
- Jaunas institūcijas – galvenā redaktora iedibināšana ar valdes funkcijām redakcionālās vadības jomā

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 aizskāruma)
- Ombuda lēmuma institūts: rekomendējošs lēmums, kas balstīts ētikas kodeksos un redakcionālajās vadlīnijās ar mērķi novērst / labot medija nodarīto kaitējumu un atjaunot sabiedrības uzticēšanos
- Ombudu ieceļ SMP

Ētikas kodeksi un redakcionālās vadlīnijas

- Jauns institūts satura kvalitātes un atbildīguma veicināšanai sabiedriskajos medijos
- Ētikas kodeksu izstrādā galvenais redaktors sadarbībā ar valdi un to apstiprina SMP
- Redakcionālās vadlīnijas izstrādā un apstiprina galvenais redaktors
- Ētikas kodekss – vispārējo ētikas un profesionalitātes, mediju vērtību un pašizpratnes apraksts.
- Redakcionālās vadlīnijas – redakcionālā darba rokasgrāmata žurnālistiem specifiskos jautājumos, balstoties ētikas kodeksu vispārējo principu regulējumā.

Sabiedrības līdzdalība

Paredzēta sabiedrības iesaistīšana sabiedriskā pasūtījuma izstrādē, metožu izvēli uzticot Sabiedrisko mediju padomei un sabiedriskajiem medijiem.

Atteikšanās no konsultatīvajām padomēm.

Sabiedriskā pasūtījuma definēšana

Izstrādi vada Sabiedrisko mediju padome:

- Vispārējo mērķu noteikšana
- Misijas, vīzijas un vērtību definēšana
- Vispārējās attīstības prognoze un stratēģijas izstrāde atbilstoši šai prognozei

Izstrādi nodrošina galvenie redaktori un valdes:
izstrādājot konkrētos plānus

Programmas un programmu plāni nav SMP kompetence

Jāatrisina kolīzijas starp sabiedrisko mediju darbības
regulējumu un valsts kapitālsabiedrību vispārējo
pārvaldības regulējumu

Finansējums

Nav uzdevuma bez finansējuma

Budžeta garantija – ne mazāk kā iepriekšējā gadā

Aizliegts saņemt publisko finansējumu ārpus sabiedriskā pasūtījuma, arī Budžeta likuma ietvaros

Peļņas jautājums – novirzāma sabiedriskā pasūtījuma izpildei, attiecīgi palielina budžeta garantiju

Dalība reklāmas tirgū atkarīga no jautājuma virzības MK: var tikt integrēta likumā vēlāk vai pārejas noteikumos