



LATVIJAS MEDIJU ĒTIKAS PADOMES APTAUJAS REZULTĀTI

Sagatavoja: Fox Consulting

Jūlijs 2020

Par aptauju

Lai noskaidrotu Latvijas mediju īpašnieku un vadības līmeņa darbinieku, kā arī žurnālistu viedokli par Latvijas mediju vides novērtējumu, 2020.gada jūlijā veikts pētījums, kura ietvaros īstenota 54 žurnālistu aptauja interneta vidē, kā arī veiktas 10 Latvijas mediju īpašnieku/ vadības līmeņa darbinieku telefonintervijas. Respondentu izlasi nodrošinājusi Latvijas Mediju Ētikas Padome (turpmāk tekstā LMĒP).

I Žurnālistu aptaujas rezultāti

Domājot par žurnālistu darbu un profesionālajiem uzdevumiem mediā, respondenti uzskata, ka **svaīgākais ir ieraudzīt, stāstīt un analizēt**. 87% no visiem aptaujātajiem pilnībā piekrīt apgalvojumam, ka **jāierauga notikumi un problēmas plašākā perspektīvā**, 83% apgalvo, ka **jāatrod nozīmīgi notikumi un par tiem jāstāsta un jāanalizē aktuālie notikumi**. Turklāt aptaujātie norāda, ka svarīgi būt **patiesam, precīzam, balstīties uz faktiem, būt uzticamam un saglabāt redakcionālo neatkarību**.

Lai uzzinātu, **kā mainījies darbs žurnālistikā pēdējo gadu laikā**, lūgts norādīt, kuras no tendencēm žurnālistikā kļuvušas nozīmīgākas, maznozīmīgākas vai nav mainījušās. Aptaujas rezultāti rāda, ka **nemainīgas tendences** ir politiskās un biznesa elites pārstāvju ietekme uz žurnālistu darbu, žurnālistu profesionālā līmeņa uzlabošanās un, vienlaikus, arī profesionālisma zaudēšana (abas pēdējās diametrāli pretējās atbildes bija vienas no biežāk minētajām). **Kā tendences, kas žurnālistikā kļuvušas nozīmīgākas**, atzīmētas: žurnālistika kļuvusi komercializētāka, sliktāk apmaksāta, kā arī masu auditorijas interese liek žurnālistikai būt neprofesionālākai. Visbeidzot **tendences, kas žurnālistikā kļuvušas maznozīmīgākas**: žurnālistu profesionālais līmenis ir uzlabojies, žurnālistikai jākļūst dzeltenākai, kā arī - žurnālisti spēj panākt pozitīvas pārmaiņas sabiedrībā.

Atbildes uz jautājumu par to, **kādi faktori varētu ietekmēt žurnālistikas profesionālo līmeni**, rāda, ka to visaugstākajā mērā ietekmē redakcionālā neatkarība (65%), stabilitāte žurnālistikas darba tirgū (52%) un gatavība ievērot profesionālās ētikas normas (50%).

LMĒP darbību respondenti kopumā vērtē **pozitīvi**. Tāds ir arī nozares profesionāļu **vērtējums Latvijas Mediju ētikas kodeksam**. Kā iespējamās Mediju ētikas kodeksa papildinājumus, respondenti uzskaita: uzticamas, ētiskas žurnālistikas un uzticamu mediju prakses akcentēšana, kodeksa normu universālu pielāgojamību (neatkarīgi no dalības organizācijā), kā arī jauno mediju regulējumu.

Apkopojot nozares profesionāļu aptaujas rezultātus, var secināt, ka **misijas apziņa par žurnālista darba ētiku un kvalitātēm pilnībā nesaskan ar prasmēm un tendencēm, ko žurnālisti novērtē kā arvien dominējošākas**. Līdz ar to, nepieciešamība sasniegt "dažādos informatīvos burbuļos" dzīvojošos nosaka to, ka žurnālistika kļūst izklaidējošāka un attiecīgi neprofesionālāka. Turklāt, **auditorijas vēlme pēc ātra patēriņa satura rada bažas žurnālistos**, arvien mazāka vērtība tiek piešķirta kvalitatīvai žurnālistikai, žurnālistu darbs kļūvis vairāk izklaidējošs, nevis informētu sabiedrību veicinošs. **Nepārtrauktā vajadzība noturēt auditorijas uzmanību kā iemesls formātu dažādībai var sagādāt daudzas problēmas**, jo kāds steigš būtu pirmais, skaļāks savos apgalvojumos, kāds objektīvi izvērtē notikumu attīstību, "rok dziļāk". **Kopējais nozares izaicinājums arvien ir aktuāls – kurš mediju formāts gūst virsroku plašākā sabiedrībā?** Un visbeidzot, aptaujas rezultāti akcentē bažas par to, **vai mediji šodien aizvien ir 4.vara**, kas iestājas par sabiedrības interesēm un spēj sabalansēt izklaidējošu saturu ar informatīvo, un veidot sabiedrisko dienaskārtību un domu?

II Latvijas mediju īpašnieku, vadības līmeņa darbinieku aptaujas rezultāti

Domājot par savu darbu medijā, šobrīd īpašnieku un vadības līmeņa cilvēku vidū aktuāla vajadzība iegūt un noturēt esošās auditorijas uzticību, sabalansēt peļņas intereses un godīgu uzņēmējdarbību, kā arī vēlme iegūt arvien lielāku tirgus daļu. Norādīts, ka **svarīgākie žurnālistu un redaktoru uzdevumi ir** ieraudzīt notikumus un problēmas plašākā perspektīvā, rādīt realitāti, kāda tā ir, atrast nozīmīgus notikumus un par tiem pastāstīt, kā arī uzraudzīt pie varas esošos.

Analizējot atbildes **par aktuāliem un pretrunīgiem mediju attīstības procesiem**, secināts, ka mūsdienās mediji var pastāvēt tikai ar nosacījumu, ja saņem fondu finansējumu, mediju biznesa nākotne var būt tikai apvienojot ar citiem uzņēmējdarbības veidiem, un reklāmas satura iepludināšana saturā ir neizbēgama.

Vērtējot krīzes un nozīmīgu pārmaiņu laiku, Latvijas mediju īpašnieki un vadības līmeņa darbinieki atzīst, ka krīzes periods ir kā eksperimentu un ienākumu avotu dažādošanas laiks.

Ar ētiku saistītie jautājumi lielākoties tiek risināti mediju iekšienē – sapulču formātā (sarunas un diskusijas), vai atbildīgo personu lokā. Lielākoties, ētikas jautājumu risināšana ir ierasta prakse, nevis izņēmuma gadījums. Ētikas jautājumi, ar kuriem saskaras visbiežāk: ko drīkst/ nedrīkst publicēt, privātums, faktu pārbaude, viedokļu pārstāvniecības balanss un objektivitāte, reklāmas satura iepludināšana saturā.

Biežākie ētikas pārkāpumi, kas konstatēti respondentu pārstāvētajos medijos, saistīti ar personas privātuma aizsardzību, faktu pārbaudi, žurnālista darba apvienošanu ar sabiedrisko attiecību praksi, reklāmdevēju un politisko interešu pārstāvniecību saturā. Ētikas problemātika saistīta ar atkarību no politiskās ietekmes un reklāmdevējiem, žurnālistu ietekmējamību (saistībā ar zemo atalgojumu), nesabalansētu viedokļu atspoguļošanu. Šo problēmu risināšanai **no LMĒP tiek sagaidīta** ekspertīzes demonstrēšana, regulējošas, ne tikai rekomendējošas funkcijas īstenošana, pārkāpumu izskatīšana, juridiskas palīdzības sniegšana, kā arī **pozicionējums un rīcība kā mediju vidi centrējošam spēkam**.

Domājot par to, **cik lielā mērā esošais tiesiskais regulējums ir atbilstošs žurnālistu tiesībām un pienākumiem, kā arī mediju ētikas jautājumiem, lai nozare būtu sakārtota**, secināts, ka esošo situāciju respondenti vērtē kā apmierinošu, un viņuprāt tā ir sakārtota.

Kopumā **LMĒP darbība un Latvijas Mediju ētikas kodekss novērtēts pozitīvi**, un tāds ir arī vērtējums par aizvadīto darbības periodu. Respondentu vidū jaušama **skaidra un visai vienota izpratne par nozares problēmām, iespējām un izaicinājumiem**. Latvijas Mediju ētikas padomes darbība tiek uzlūkota kā **pozitīvs pienesums nozarei**, kurā augstu novērtēta ētikas jautājumu nozīme dažādos aspektos (gan stratēģiskās attīstības, gan ikdienas darba kontekstā). Neskatoties uz to, pēc pārliecinoša un pozitīvi novērtēta starta seko izaicinājums - kas tālāk? **Šī ir iespēja piepildīt nozares gaidas, pozicionējoties un rīkojoties kā nozari centrējošam spēkam**. «Jo stiprāka būs padome, jo vairāk tai uzticēsies,» rezumē viens no aptaujātajiem respondentiem.