

Pētījums

Par Latvijas mediju finansēšanu no valsts budžeta

*Latvijas Mediju ētikas padomei,
Reģistrācijas numurs: 40008283017,
Juridiskā adrese: Dzīrnavu iela 21,
Rīga, LV-1010,
Latvija*

2020.gada 17.decembrī



Latvijas Mediju ētikas padomei

Reģistrācijas numurs: 40008283017,
Juridiskā adrese: Dzirnavu iela 21,
Rīga, LV-1010,
Latvija

Rīgā, 2020.gada 15.decembrī

Vēlamies pateikties par iespēju strādāt ar Jums un izteikt pateicību par atsaucību mūsu sadarbības procesa nodrošināšanā.

Ar šo iesniedzam Jums mūsu darba rezultātu – Pētījumu par mediju finansēšanu, tā sasaisti ar mediju ētiku un neatkarību (turpmāk tekstā – “**Pētījums**”). Pētījumā apskatīti mediju finansēšanas vispārīgie aspekti, kā arī Latvijas un ārvalstu pieredzes analīze.

Mūsu darbs tika veikts saskaņā ar vienošanos par juridisko palīdzību (turpmāk tekstā – “**Līgums**”), kas noslēgta starp Latvijas Mediju ētikas padomi, reģistrācijas numurs: 40008283017; juridiskā adrese: Dzirnavu iela 21, Rīga, LV-1010, Latvija (turpmāk – “**Latvijas Mediju ētikas padome**”) un zvērinātu advokātu biroju PricewaterhouseCoopers Legal (turpmāk tekstā arī - “**PwC Legal**”).

Ceram, ka Pētījums palīdzēs Latvijas mediju neatkarības un izaugsmes stiprināšanai.

Ja Jums rodas kādi jautājumi par mūsu Pētījumu, priecāsimies uz tiem atbildēt.

Ar cieņu,

.....
Jānis Lagzdīns

ZAB PricewaterhouseCoopers Legal
Partneris, Zvērināts advokāts

.....
Benno Butulis

ZAB PricewaterhouseCoopers Legal
Zvērināts advokāts

Zvērinātu advokātu birojs PricewaterhouseCoopers Legal, Kr. Valdemāra iela 21, Rīga, LV-1010, Latvija,
LV90010364699,
T: +371 6709 4400, F: +371 6783 0055, www.pwclegal.lv

©2020 PricewaterhouseCoopers Legal ZAB. Visas tiesības saglabātas. PricewaterhouseCoopers Legal ir Latvijas Zvērinātu advokātu padomē reģistrēts zvērinātu advokātu birojs.

Paziņojums jebkurai personai, kas iepazīstas ar šo Pētījumu

Šo Pētījumu ir sagatavojis PwC Legal, izmantojot tam pieejamos materiālus, informāciju un normatīvos aktus, kā arī cita veida juridiska un ne-juridiska rakstura informāciju. Pētījums veikts uzdevumā, ko PwC Legal uzdevusi Latvijas Mediju ētikas padome, proti, par mediju finansēšanu no valsts budžeta līdzekļiem, un problēmām, kas ar to saistītas.

Sagatavojot šo Pētījumu, PwC Legal un tā darbinieki neuzņemas noslēgtajā Līgumā paredzēto atbildību, ja Pētījumu ir plānots izmantot kādiem citiem mērķiem, vai ja Pētījumu izmanto kāda trešā persona, kurai šis Pētījums ir kļuvis pieejams.

Pētījumu saskaņā ar vienošanos, Latvijas Mediju ētikas padome drīkst publicēt savā interneta vietnē, kā arī šajā Pētījumā sniegtos apsvērumus izmantot, sabiedrības informēšanas nolūkos.

Persona, iepazīstoties ar Pētījumu, piekrīt šādiem noteikumiem:

- Pētījuma lasītājs saprot, ka Pētījumā minētie apgalvojumi ir balstīti uz šobrīd Latvijas teritorijā spēkā esošajiem normatīvajiem aktiem, kā arī citu publiski pieejamu informāciju, ko PwC Legal izvēlējies ietvert Pētījumā. Ja Pētījumā pieminētas tiesību normas, kas nav saistošas Latvijā, tas norādīts tekstā;
- Pētījuma lasītājs apzinās, ka šis Pētījums ir sagatavots Latvijas Mediju ētikas padomes uzdevumā konkrētā jautājumā – par mediju finansēšanu, un var nesaturēt citas ziņas vai procedūras, kas varētu būt nepieciešamas Pētījuma lasītājam;
- Pētījuma lasītājs piekrīt, ka ne PwC Legal, ne tā partneri, zvērināti advokāti vai tā darbinieki neuzņemas atbildību, kas var rasties no Līguma vai delikta, par zaudējumiem vai izdevumiem, kas lasītājam var rasties saistībā ar iepazīšanos ar šo Pētījumu;
- Pētījums ir balstīts uz informāciju, faktiem un dokumentiem, kas PwC Legal ir bijuši pieejami šī Pētījuma sagatavošanas laikā;
- Ja pastāv jebkāds iemesls uzskatīt, ka PwC Legal nav informēta par visiem šī Pētījuma sagatavošanai nozīmīgajiem faktiem, Jūsu pienākums ir nekavējoties informēt PwC Legal, lai, iepazīstoties ar attiecīgo informāciju, mēs varētu atbilstoši pielāgot šo Pētījumu;
- Papildus iepriekšminētajam, Pētījuma lasītājs piekrīt, ka uz šo Pētījumu nedrīkst atsaukties vai to citēt, ne pilnībā, ne kādā tā daļā, bez iepriekšējas PwC Legal rakstiskas piekrišanas. Latvijas Mediju ētikas padome var atsaukties un citēt šajā Pētījumā minētos argumentus, saskaņā ar Līgumu un sabiedrības informēšanas nolūkos.

Juridiskā atruna

Šis Pētījums ir sagatavots tikai kā vispārīga informācija par Latvijas Mediju ētikas padomei interesējošiem jautājumiem un nav uzskatāms par profesionālu konsultāciju. Jums nevajadzētu veikt nekādas juridiskas darbības, balstoties uz šajā Pētījumā iekļauto informāciju, ja neesat saņēmis profesionālu konsultāciju konkrētā jautājumā. Mēs nesniedzam nekādu apliecinājumu vai garantiju (izteiktu vai noklusētu) par šajā Pētījumā iekļautās informācijas precizitāti vai pilnīgumu, un spēkā esošo tiesību aktu noteiktajās robežās PwC Legal, tā dalībnieki, darbinieki un pārstāvji neuzņemas nekādu atbildību vai rūpības pienākumu attiecībā uz jebkādam sekām, kas var rasties, ja Jūs vai jebkura cita persona veic vai neveic jebkādas darbības, balstoties uz šajā Pētījumā iekļauto informāciju, vai attiecībā uz jebkādu lēmumu, kas pieņemts uz šajā Pētījumā iekļautās informācijas pamata.

1. Situācijas apraksts, Pētījuma veikšanas mērķis un tvērums

- 1.1. Pētījums veikts balstoties uz Latvijas Mediju ētikas padomes interesējošo jautājumu - par mediju finansēšanu no valsts budžeta līdzekļiem, kā arī problemātiku, kas ar to saistīta. Vispārīgi mediju atbalsts tiek definēts kā finansiāli vai nefinansiāli līdzekļi, kurus piešķir valsts vai privātās personas mediju organizācijām, mediju nozarei vai tās daļām, lai veidotu to struktūru un uzvedību.¹ Valsts nodrošinātais mediju finansējums primāri iedalāms: 1) finansējumā sabiedriskajam medijam un 2) valsts atbalsts privātajam medijam. Kopsakarā Pētījumā apskatīta mediju finansēšanas modeļu būtība, labākie un sliktākie piemēri, kā arī Latvijai iespējami piemērotākā finansēšanas modeļa izvēles ieteikums. Konkrētajā Pētījumā uzsvars likts uz Latvijas sabiedrisko mediju finansēšanu no valsts budžeta līdzekļiem.
- 1.2. Latvijas plašsaziņas līdzekļos jau vairākus gadus aktuāls ir temats par mediju finansēšanas līdzekļu palielināšanas nepieciešamību. Publiski vairākkārtīgi izskanējuši sabiedrisko mediju pārstāvju un dalībnieku viedokļi, ka valsts finansējums sabiedriskajiem medijiem ir nepietiekams un to nākas "salasīt" ar dažādiem finansēšanas instrumentiem, taču rezultātā vienmēr kaut kam pietrūkst. Reizē, sabiedriskajam medijam līdzšinēji nācies aktīvi darboties reklāmas tirgū, kas traucē komerciālajiem medijiem un ietekmē sabiedrisko mediju satura kvalitāti un darbību atbilstoši ētikas principiem.²
- 1.3. Nolūkā uzlabot sabiedrisko mediju finansēšanas stāvokli tikuši izvirzīti dažādi priekšlikumi un notikušas dažādas diskusijas.³ Uz šī Pētījuma sastādīšanas brīdi, Saeima pieņēmusi jaunu likumu – "Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu un to pārvaldības likumu", kas stāsies spēkā 2021.gada 1.janvārī.⁴ Jaunais likums top jau kopš 2016.gada un paredz līdzšinējās mediju uzbūves sistēmas pārveidi. Ar šo regulējumu tiek izveidota Sabiedrisko elektronisko plašsaziņu līdzekļu padome (turpmāk – "SEPLP"), kas kontrolēs sabiedriskā pasūtījuma izstrādi un kontroli. No SEPLP kopumā 5 locekļiem četrus amatā uz 4 gadiem izvirza valsts prezidents, ministru kabineta un nevalstisko organizāciju memoranda īstenošanas padome un Saeima. Ņemot vērā sabiedrisko mediju, valdības un likumdevēja ilgstoši saasinātās attiecības, šāda pieeja norādīta kā bīstama mediju neatkarībai, kā arī kā vēl sliktāks variants nekā līdzšinēji bijis – uz šādu aspektu norādījis Rīgas Stradiņa Universitātes Komunikācijas fakultātes prodekāns, profesors Ainārs Dimants.⁵ Liela problēma šajā sakarā saistīta ar to, ka jaunajam likumam vajadzēja novērst finanšu nestabilitātes problēmu un noteikt iezīmētu budžetu mediju atbalstam. Tomēr, jaunais likums tika pieņemts bez šīs svarīgās sastāvdaļas.
- 1.4. Diskusijas par mediju finansēšanas pareizāko modeli tomēr vēl nav beigušās. No publiski pieejamām ziņām redzams, ka sabiedrisko mediju finansēšanas jautājumā nozarei un valsts pārstāvjiem ir ļoti atšķirīgas nostājas – mediju puse bieži min pārliecību, ka mediju finansēšanai jānodrošina 0,17% no iekšzemes kopprodukta (turpmāk – "IKP"), bet valsts pārstāvji – ka pašreizējo finanšu modeli nav jāmaina, un, ka šāda piesaisti IKP nav atbalstāma.⁶ Mediju nozares pārstāvji pauda neapmierinātību par pašreizējās situācijas nemainīšanu, jo finansiālās problēmas samilzušas līdz iepriekš neredzētiem apmēriem.

¹ Comparative Media Policy, Regulation and Governance in Europe Unpacking the Policy Cycle, pieejams: <https://library.oapen.org/bitstream/handle/20.500.12657/30508/645611.pdf?sequence=1>

² Mediju ētikas principi nostiprināti Ētikas kodeksā: https://site-775587.mozfiles.com/files/775587/Etikas_kodekss_20190227_pdf.pdf?1552826658

³ Piemēram skatīt: <https://www.lsm.lv/raksts/zinas/latvija/mediju-eksperti-kritize-deputatu-lemumu-nemainit-sabiedrisko-mediju-finansesanas-modeli.a340036/>

⁴ Pieejams: <https://likumi.lv/ta/id/319096-sabiedrisko-elektronisko-plassazinas-lidzeklu-un-to-parvaldibas-likums>

⁵ Pieejams: <https://lvportals.lv/skaidrojumi/322417-jauns-likums-sabiedrisko-mediju-parvaldibai-2020>

⁶ <https://www.lsm.lv/raksts/zinas/latvija/mediju-eksperti-kritize-deputatu-lemumu-nemainit-sabiedrisko-mediju-finansesanas-modeli.a340036/> ; skatīt arī <https://www.lsm.lv/raksts/zinas/latvija/km-rosina-parskatit-reklamas-ierobezojumus-medijiem-un-sakt-diskusiju-par-digitalo-nodokli.a339668/>

2. Mediju finansēšanas būtība, tās nepieciešamība. Mediju finansēšanas saistība ar citām nozarēm, mediju ētiku un neatkarību.

- 2.1. Mediju finansēšana ir plaši pētīts jautājums, jo demokrātiskā sabiedrībā medijiem ir ļoti svarīga loma – izklāstīt sabiedrībai notikumus, viedokļus un sniegt pēc iespējas daudzpusīgāku, objektīvu informāciju, lai tā varētu atbilstoši rīkoties un plānot savu dzīvi.⁷ Pretējā gadījumā iespējama sabiedrības masveida dezinformācija, kas noved gan pie sociāli, gan ekonomiski negatīvām sekām. Neatkarīgs un ētikas standartiem atbilstošs medijs ir stingrs demokrātiskās sabiedrības balsts un viens no pamatiem, lai konstatētu demokrātiskas tiesiskas valsts pastāvēšanu.⁸ Medijs, kas nespēj operēt ar finansiāli labiem rādītājiem, ātri nokļūst lejupejošā situācijā un nespēj producēt kvalitatīvu saturu, kā arī nodrošināt sev nepieciešamo operāciju izpildi. Tas ātri noved pie situācijas, kad medijs vairs nespēj nodrošināt savas funkcijas, segt izmaksas un nespēj investēt savās vajadzībās, kas rezultējas medija eksistences izbeigšanā.⁹ Savukārt medijs, kas operē finansiāli labi, ir spējīgs nodrošināt visas sev nepieciešamās operācijas, veidot neatkarīgu un kvalitatīvu saturu, uzturēt un uzlabot tehnisko nodrošinājumu, ieguldīt personālā, kā arī ieguldīt savā attīstībā un segt nepieciešamās izmaksas.¹⁰ No Latvijas sabiedrisko mediju pārstāvju publiski paustās informācijas¹¹ vairāk saskatāmas pazīmes, kas liecina par mediju nespēju veikt visas nepieciešamās operācijas un veidot kvalitatīvu saturu, sliecoties uz negatīvu skatu Latvijas mediju nākotnē.
- 2.2. Mediju ētikas normas gan starptautiski, gan nacionālā nozīmē atspoguļo vienus un tos pašus žurnālistikas pamata standartus: žurnālista (reizē medija) neatkarības, objektivitātes, godīguma, autonomijas, brīvības, uzticamības, cilvēktiesību ievērošanas un cieņas, kā arī godprātīguma nepieciešamību medija satura veidošanā.¹² Medija spēja sagatavot un publicēt augstam ētikas standartam atbilstošu saturu, spēj tikai finansiāli stabils medijs, kas ir nodrošināts ar augstas kvalitātes darbiniekiem un atbilstošu tehnisko nodrošinājumu. Savukārt medija nespēja nodrošināt augstam ētikas standartam atbilstošu saturu noved pie demokrātijas novājināšanas, kas kopā ar citiem faktoriem rada draudus valsts demokrātikai iekārtai un iezīmē ceļu anti-demokrātiskām pārvaldes sistēmām.¹³ Sabiedrisko mediju kvalitātes saturs ietekmē sabiedrības viedokli un tā kvalitāti.¹⁴ Vācijas Konstitucionālā tiesa 2018.gadā pieņēma spriedumu, kurā atzina, ka medija nodokļa ieviešana ir konstitucionāla un ir fundamentāls demokrātijas pamats.¹⁵
- 2.3. Valsts prezidenta Konstitucionālās tiesību komisijas viedoklis par sabiedrisko plašsaziņas līdzekļu tiesisko regulējumu demokrātiskas valsts iekārtā 2010.gadā radīja stipru ietekmi uz mediju

⁷ Skat.piemēram, "After All This Time? The Impact of Media and Authoritarian History on Political News Coverage in Twelve Western Countries". Amsterdam School of Communication Research, 2020, pieejams: <https://academic.oup.com/joc/article/70/5/744/5916957>

⁸ Bugarič Bojan "A crisis of constitutional democracy in post-Communist Europe: "Lands in-between" democracy and authoritarianism". New York: Oxford University Press, 2015, p.239

⁹ Picard Robert G. "The Economics and Financing of Media Companies. Second Edition. New York: Fordham University Press, 2011, p.16

¹⁰ Turpat

¹¹ <https://www.lsm.lv/raksts/zinas/zinu-analize/ka-arstet-sabiedrisko-mediju-hronisko-naudas-trukumu-un-saraustitos-pieskirumus.a309267/>

¹² Skatīt, piemēram, Profesionālo žurnālistu sabiedrības ētikas kodeksu: <https://www.spj.org/ethicscode.asp>; Vispārējo žurnālistu ētikas hartu: <https://www.ifj.org/who/rules-and-policy/global-charter-of-ethics-for-journalists.html>;

¹³ Bugarič Bojan "A crisis of constitutional democracy in post-Communist Europe: "Lands in-between" democracy and authoritarianism". New York: Oxford University Press, 2015, p.219

¹⁴ Van der Wurff R., De Swert K., Lecheler S. "News Quality and Public Opinion: The Impact of Deliberative Quality of News Media on Citizens' Argument Repertoire". Published by Oxford university Press on behalf of World Association for Public Opinion Research: International Journal of Public Opinion Research Vol.30 No.2, 2018, p.234

¹⁵ <https://www.dw.com/en/german-zdf-and-ard-public-broadcasting-household-levy-ruled-constitutional/a-44721576>

finansēšanas situāciju Latvijā.¹⁶ Konstitucionālā komisija arī secināja Eiropas Padomes ietekmi uz preses (mediju) neatkarības izpratni Eiropas Savienībā. Eiropas Padome sniedz savas rekomendācijas attiecībā uz konkrētiem tiesību jautājumiem un tieši savā Rekomendācijā Nr.R (96) 10¹⁷, tā noteikusi mediju finansēšanas pamatprincipus. Par mediju finansēšanu Padome norādījusi turpmāko:

- Finansējumam jābūt pietiekamam, lai medijs varētu pilnībā izpildīt savas funkcijas un uzdevumus.
- Finansējums nedrīkst kalpot par līdzekli medija tiešai vai netiešai ietekmēšanai, kā arī jebkādai ietekmei uz medija redakcionālo neatkarību un institucionālo autonomiju.
- Medija finansējuma apmēram jābūt iepriekš apspriestam ar mediju, ņemot vērā aktualitātes un izdevumus tā darbībā. Finansējuma apjomam jānodrošina medijam un tā organizācijai visus nepieciešamos līdzekļus un jāsedz visi nepieciešamie izdevumi, lai tas pilnībā varētu izpildīt savus uzdevumus.
- Nodoklim (licencēšanas maksai) jābūt tādai, lai tā nodrošinātu medija darbības kontinuitāti un garantētu medija iespēju plānot savu darbību ilgtermiņā.
- Budžeta izlietojums jāveic tādā veidā, ka tiek ievērots medija neatkarības un autonomijas principi.
- Ja finansējumu jādala vairāku mediju starpā, finansējumu apjomam katram no tiem jānosedz visas to vajadzības.

2.4. Medijam ir tieša ietekme uz sabiedrības viedokli, tam objektīvi jāatspoguļo aktuālie jautājumi sabiedrībā un jānodrošina sabiedrības informētība par aktuālām ziņām, saskaņā ar Ētikas kodeksu. Medijs var gan popularizēt, gan “nogremdēt” dažādas personas, idejas, notikumus un situācijas. Sabiedrība uzticas medijam un tā norādītajām ziņām. Medijā norādītais viedoklis ietekmē visas sfēras un praktiski visus cilvēkus.¹⁸ Tieši tādēļ, medija ētikas standarti ir tik populāri un starptautiski noteikti praktiski jebkurā attīstītajā pasaules valstī. Mediju ētikas principu neievērošana būtiski ietekmē šī atspoguļojuma patiesumu un objektivitāti, kas noved pie maldīgu vai pat uzskatāmi nepareizu uzskatu un viedokļu izveidošanas sabiedrībā.

3. Mediju finansēšanas modeļi, to plusi un mīnusi. Latvijas mediju finansēšanas modelis, iespējamie uzlabojumi. Ārvalstu pieredze.

3.1. Mediju finansēšanas iespējas ir ļoti daudz un dažādas. Starptautiski populāri sastopami tādi finansēšanas modeļi kā valsts budžeta piešķirums, licencēšanas maksa, nodokļa iekasēšana no sabiedrības, maksas piesaiste elektrības rēķinam, ziedojumi, ienākumi no reklāmas biznesa, abonentmaksu iekasēšana, kā arī citi veidi.¹⁹ Par mediju finansēšanas vajadzību, apjomu un veidu vienmēr izcēlušās diskusijas, šķiet, katrā valstī šie jautājumi ir apskatīti un ne reti, starp mediju nozari un likumdevēju izveidojas pretējas intereses.

3.2. Līdz šim, Latvijas sabiedrisko mediju finansēšana notika ar valsts finansējuma piešķirumu, kas jau vairākus gadus nav bijis pietiekams pilnīgai mediju neatkarīgas darbības nodrošināšanai. Latvijas sabiedrisko mediju budžets ir aptuveni 28 milj. euro gadā, bet, piemēram kaimiņos Lietuvā – 46 milj.euro.²⁰ Situācija, kad medija pārstāvim nācies doties pie valdības pārstāvjiem personiski un lūgt

¹⁶ <https://lvportals.lv/dienaskartiba/210613-konstitucionalo-tiesibu-komisijas-viedoklis-par-sabiedrisko-elektronisko-plassazinas-lidzeklu-tiesisko-regulejumu-demokratiskas-valsts-iekarta-2010>

¹⁷ <https://rm.coe.int/CoERMPublicCommonSearchServices/DisplayDCTMContent?documentId=090000168050c770>

¹⁸ Skatīt, piemēram: McQuail D. “The Influence and effects of Mass Media”, pieejams: <https://www.csub.edu/~mault/the%20influence%20and%20effects%20o.pdf>

¹⁹ <https://www.publicmediaalliance.org/wp-content/uploads/2017/08/Funding-Public-Media-.pdf>

²⁰ <https://visegradinsight.eu/making-a-decisive-difference-public-media-latvia/>

papildus finansējumu pamata medija vajadzību segšanai, nav bijis rets gadījums.²¹ Tādējādi, pamatā Latvijas sabiedriskais medijs līdzšinēji ticis finansēts no valsts finanšu piešķiruma un dalības reklāmas tirgū. 2018.gada Grozījumi Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likumā paredz, ka 2021.gadā sabiedriskajiem medijiem jāiziet no reklāmas tirgus 2021.gadā, ko nodrošina valsts finansējums.²² Šādā situācijā skaidrs, ka sabiedriskajiem medijiem pilnībā atstājot reklāmas tirgu, tie vairs nespēs no tā gūt peļņu, kas norāda uz to, ka medija budžeta piešķirums paliek absolūtā atkarībā no politiskā lēmuma. Šādā situācijā, tādējādi, svarīgi iegūt finansējumu reklāmas vietā, kas būtu pamatots nevis ar tiešu politiskā lēmuma piešķirumu, bet ar fiksētu ienākumu, piemēram, nodokļa vai IKP piesaistes veidā. Tomēr, turpmāk norādīts kādēļ mediju finansēšanas piesaiste IKP nav pareizs variants pašreizējā politiski ekonomiskajā situācijā Latvijā. Tādējādi Latvijas sabiedriskā medija iziešana no reklāmas tirgus, pirms noteikts labāks budžeta saņemšanas veids, ir riskants.

- 3.3. Lielas diskusijas izraisījusi mediju vēlme izmainīt līdzšinējo finansēšanas kartību, pamatojoties uz hronisko līdzekļu nepietiekamību.²³ No mediju un zinātāju puses izskanējuši vairāki aicinājumi piesaistīt mediju finansēšanas modeli IKP 0,17% apmērā²⁴, to paredzot ikgadējā valsts budžetā kā fiksētu summu, norādot, ka tādējādi budžets būs stabilāks un stiprinās sabiedrisko mediju neatkarību. Šie 0,17 procenti aprēķināti kā Eiropas līmenim vidējs budžets sabiedriskajam medijam. Tomēr, gan Saeimas, gan Finanšu Ministrijas pārstāvji noliedza šāda budžeta modeļa nepieciešamību, un jaunā likuma (Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu un to pārvaldības likums) mediju regulējumā netika ieviestas ilgi gaidītās un apspriestās izmaiņas mediju finansēšanā. "Es domāju, ka tās ir sliktas ziņas sabiedriskajiem medijiem un līdz ar to var teikt, ka tās ir sliktas ziņas mums kā sabiedrībai" par šādu ne-risinājumu teicis Vidzemes Augstskolas Sabiedrības zinātņu fakultātes asociētais prof., Dr. sc. comm., Jānis Buholcs.²⁵ Arī Rīgas Stradiņa universitātes Komunikācijas fakultātes dekāne, prof., Dr. sc. soc., Anda Rožukalne norāda, ka ar esošā modeļa saglabāšanu nevar samazināt draudus sabiedrisko mediju neatkarībai.²⁶ Tomēr skaidrs paliek fakts, ka, ja pie līdzšinējā finansēšanas modeļa sabiedriskais medijs ilgstoši nav guvis nepieciešamos resursus – modelim ir jāmainās. Pie tam, finansēšanas modelis, kas līdzšinēji bijis ļoti atkarīgs no politisko spēku lēmuma, jāklūst maksimāli politiski neatkarīgam, palielinot dažādību naudas plūsmā.²⁷
- 3.4. Tomēr, jāsecina, ka pie pašreizējās politiskās pārvaldes attieksmes, sabiedriskā medija finansēšanas piesaistīšana IKP konkrēta procenta apmērā nav garantija budžeta piešķiršanai šādā apmērā. Šādā situācijā izskaidrojums rodams Satversmes tiesas 2020.gada 29.oktobra spriedumā Nr.2019-29-01, kurā tiesa atzīst par Satversmei neatbilstošu valsts Augstskolu finansējumu, kas piesaistīts IKP – 0,25% apmērā. Vēl jo vairāk, tiesas spriedumā skaidri izteikta atziņa, ka Augstskolu likuma, nu jau par spēkā neesošu atzītā, 78.panta septītā daļa, kura noteica, ka ikgadējā budžetā valsts Augstskolu finansējumam atvēl 0,25% no IKP, ir "tipiska priekšvēlēšanu norma", kas ietver tikai nākotnes solījumu sabiedrībai. Tas, ka šāda apmēra budžetu faktiski Augstskolām nepiešķir jau no 2014.gada, ir normāli un būtu sabiedrībai jāsaprot.²⁸ Diemžēl no šāda skatu punkta redzams, ka pat konkrēta IKP procenta apmēra noteikšana mediju finansēšanai neatnesīs medijam vēlēto rezultātu. Lai gan,

²¹ Beitika I. Sabiedriskais medijs un sabiedriskais labums: Latvijas pieredzes analīze. Promocijas darbs, Rīga, 2015. Pieejams: http://dspace.lu.lv/dspace/bitstream/handle/7/31329/298-51429-Beitika_Ieva_ib09320.pdf?sequence=1

²² <https://www.neplpadome.lv/lv/sakums/padome/padomes-sedes/sedes-sadalas/neplp-sabiedrisko-mediju-iziesana-no-reklamas-tirgus-ir-nakama-gada-valsts-galvena-prioritate.html>

²³ <https://visegradinsight.eu/making-a-decisive-difference-public-media-latvia/>

²⁴ <https://www.lsm.lv/raksts/zinas/latvija/jauno-sabiedrisko-mediju-likuma-piedavajumu-eksperti-verte-ka-kompromisu.a337111/>

²⁵ <https://www.lsm.lv/raksts/zinas/latvija/mediju-eksperti-kritize-deputatu-lemumu-nemainit-sabiedrisko-mediju-finansesanas-modeli.a340036/>

²⁶ Turpat

²⁷ Funding Public Media: An insight into contemporary funding models. Public Media Alliance, 2019, p.14-19. Pieejams: <https://www.publicmediaalliance.org/wp-content/uploads/2017/08/Funding-Public-Media-.pdf>

²⁸ Satversmes tiesas sprieduma 23.punkts, pieejams: https://www.satv.tiesa.gov.lv/web/viewer.html?file=https://www.satv.tiesa.gov.lv/wp-content/uploads/2019/11/2019-29-01_Spriedums-1.pdf#search=

izskanējuši arī negatīvi viedokļi par sabiedrības iesaisti mediju finansēšanā²⁹, konkrētajos politiskajos apstākļos, arī mūsu ieskatā, tas ir viens no Latvijai pašlaik pieejamākajiem alternatīviem risinājumiem, lai sabiedriskais medijs varētu turpināt eksistēt. Arī turpmāk pieminētā ārvalstu prakse norāda, ka sabiedrības kā gala patērētāja iesaiste medija finansēšanā ir normāla prakse un nodrošina medija politisko neatkarību. Svarīga medija neatkarības sastāvdaļa ir arī jautājums, kas administrē un iedala ienākumus sabiedriskā medija "iekšienē". Proti, ja valsts ir galvenā, nosakot budžeta izlietojumu, arī šajā lēmumā, arī tādējādi medijs riskē ar politisku manipulāciju.³⁰ Tātad, arī šim mehānismam jābūt politiski neatkarīgam. Piemēram, Tunisijā, sabiedrisko mediju finansē ar fiksētas summas piesaisti elektrības rēķinam, taču šī summa tālāk nonāk valsts kasē, kas rada korupciju un politisko spiedienu.

- 3.5. Piemēram, **Lietuvas** publisko mediju sistēmā piešķirto finansējumu administrē un organizē neatkarīga institūcija – Preses, Radio un TV atbalsta Fonds.³¹ Budžets sabiedriskajam medijam tiek aprēķināts automātiski, ņemot to kā fiksētu procentu no valsts nodokļu ikgadējiem ieņēmumiem, un to nedrīkst pārskatīt valdība.³² Lietuvas valdība šādu normu apstrīdēja Lietuvas konstitucionālajā tiesā, norādot, ka šāda kārtība ir pretrunā Lietuvas Konstitūcijai, jo aizliedz valdībai veikt politiskus apsvērumus budžeta izlietošanā. Taču, Lietuvas konstitucionālā tiesa atzina, ka šāds finansējuma veids aizsargā sabiedrisko mediju no politiskā spiediena. Saskaņā ar Lietuvas publisko mediju likumu, sabiedriskā medija finansēšanai no ikgadējiem ienākuma nodokļa ieņēmumiem jāatvēr 1,5% un 1,3% no iekasētajiem akcīzes nodokļiem. Lietuvas sabiedriskā medija budžets 2020.gadā ir bijis 46,3 milj. euro un 2021.gadā plānots, ka tas palielināsies līdz aptuveni 53,8 milj. euro.³³
- 3.6. Jānorāda, ka saskaņā ar starptautiski atzīto **Transformācijas indeksu** (angļu – "Bertelsmann Stiftung's international Transformational Index) jeb "**BTI**", ar kuru ik gadu "mēra" demokrātijas kvalitāti 137 pasaules attīstītajās un mazāk attīstītajās valstīs, tirgus ekonomiku un pārvaldības kvalitāti, par vienu no svarīgākajiem indeksa rādītājiem ir atzinusi preses brīvību, (tajā skaitā, viedokļa izteiksmes brīvību). It sevišķi, COVID-19 ietekmē, rādītāji daudzās pasaules valstīs strauji kritušies, norādot, ka apmēram katrā piektajā attīstītajā valstī demokrātijas kvalitāte ir samazinājusies. Kā sliktas piemērs minēta Ungārija, kurā ārkārtas lēmums nepiemērot varas dalīšanas principu un visu nodot izpildvaras rokās novedis Ungāriju uz straujas autokrātijas ceļa riska.³⁴ Šādu korelāciju uzrāda arī **Pasaules Preses Brīvības Indekss** (angļu – "World Press Freedom Index") jeb "**WPF**", ar kuru katru gada izpēta 180 pasaules valstu stāvokli žurnālistikā un sarindo valstis atbilstoši kvalitātes līmenim. Viens no svarīgākajiem aspektiem, ko vērtē un arī reizē atzīst par nākotnes draudu sabiedriskajam medijam, ir politiskā neatkarība un informācijas dažādība sabiedriskajā medijā. Jo atklātāka politiskā ietekme, jo zemāku vietu pasaulē ieņem valsts žurnālistika. Tāpat, valdības un likumdevēja atklāta naida izrādīšana un vairošana pret sabiedrisko mediju ir viena no pieaugošām tendencēm, kas samazina demokrātijas kvalitāti. Turklāt, ekonomiskas valsts problēmas un nespēja uzturēt kvalitatīvu mediju darbu noved valsti pie sociāli nelabvēlīgām sekām un būtiski ietekmē medija redakcionālo brīvību (angļu – *editorial freedom*).³⁵ 2020.gadā vērtējuma apakšā ir tādas valstis kā Ziemeļkoreja, Ķīna, Vjetnama un Irāna, taču pašā augšgalā jau ilggadēji uzturas tādas valstis kā Norvēģija, Somija, Dānija un Zviedrija. Latvija šajā vērtējumu tabulā atspoguļota 22.vietā, Igaunija 14., un Lietuva 28.vietā.
- 3.7. Tātad, reizē BTI un WPF norāda uz preses brīvības un neatkarības tiešu sasaisti ar medija ekonomisko nodrošinājumu, kas reizē sasaistīts ar politiskās neatkarības rādītāju. Indeksi, atspoguļo zināmas tendences valsts attīstībā, taču tāpat nespēj parādīt ekonomiski trauslās vietas valsts

²⁹ Beitika I. Sabiedriskais medijs un sabiedriskais labums: Latvijas pieredzes analīze. Promocijas darbs, Rīga, 2015. http://dspace.lu.lv/dspace/bitstream/handle/7/31329/298-51429-Beitika_Ieva_ib09320.pdf?sequence=1

³⁰ https://www.swissinfo.ch/eng/funding-and-debates_how-the-world-s-countries-provide-public-media-/43880294

³¹ <https://www.lrt.lt/en/news-in-english/19/1137862/media-funding-law-changes-labelled-censorship-by-lithuania-s-opposition>

³² <https://baltics.news/2020/11/04/in-lithuania-it-is-legal-to-attract-public-media-funding-to-tax-revenues/>

³³ Turpat

³⁴ <https://www.bti-project.org/en/press.html>

³⁵ <https://rsf.org/en/2020-world-press-freedom-index-entering-decisive-decade-journalism-exacerbated-coronavirus>

finansējumu piešķiršanā. Proti, lai gan Latvija neierindojas rādītāju pēdējās vietās, tas tomēr nenozīmē, ka praktiski tai nav kādas problēmas attiecībā uz norādītajiem jautājumiem.

- 3.8. Jāņem vērā, ka Eiropas veiksmīgajās valstīs ir dažādi jaukti finansēšanas modeļu veidi, piemēram, **Vācijā** katrai mājsaimniecībai uz 1 mēnesi jāmaksā **medija nodoklis** (angļu "media tax") 17 eur apmērā.³⁶ Šis maksājums tiek saukts arī par **licencēšanas maksu** jeb "Licence fee", kas jāmaksā neatkarīgi no medija lietošanas apjoma un ierīču skaita, kādu izmanto konkrētā mājsaimniecība. Maksas biežumu var izvēlēties – mājsaimniecība to var maksāt ik pa trim mēnešiem, divreiz gadā vai vienreiz gadā.³⁷ Vācijas Konstitucionālā tiesa šajā sakarā atzinusi, ka ir saprātīgi pieļaujams, ka mājsaimniecība lielākā vai mazākā mērā izmanto sabiedrisko mediju. Taču šiem maksājumiem ir izņēmumi, piemēram, personām ar smagu invaliditāti, vai kurlmēmiem cilvēkiem nav šis nodoklis jāmaksā, un uz tā atvieglošanu var pieteikties arī citas sociāli maznodrošinātas personas.³⁸
- 3.9. Līdzīgi ir **Norvēģijā**, kas atzīta par vienu no visneatkarīgākajām žurnālistikas valstīm. Norvēģu sabiedriskais medijs absolūti lielāko budžeta daļu sedz ar nodokļa maksas palīdzību, bet pārējā daļa tiek iegūta ar reklāmas tirgus palīdzību, kā arī DVD, un produktu ražošanu, kā arī sponsoru palīdzību. Nodoklis jāmaksā katrai personai, kas maksā ienākumu nodokli. Arī Zviedrijā, kas ilggadēji ierindojusies neatkarīgāko žurnālistikas valstu top augšgalā, sabiedrisko mediju galvenokārt finansē no sabiedriskā pakalpojuma nodokļa likmes, kas ir 1% apmērs no katras pilngadīgās personas ar nodokli apliekamo ienākumu summas. Nodokļa apmēram ir izņēmumi, piemēram mājsaimniecībās ar bērniem, kur ir tikai viens vecāks vai viens pieaugušais, maksa krasi samazinās. Tāpat iekasēšanas sistēma veidota tā, lai valdībām mainoties, vēlēšanu gadā tā nevarētu pieņemt medijiem nelabvēlīgus finansiālus lēmumus.³⁹
- 3.10. Līdzīgi, arī **Somijā**, kas ilggadīgi atrodas neatkarīgāko žurnālistikas valstu top augšgalā, sabiedrisko mediju finansē ar nodokļa palīdzību. Nodokļa apmērs ir 2,5% no personas ar nodokli apliekamajiem ienākumiem gadā, taču ir limitēts līdz 163 euro gadā. Šo nodokli maksā arī juridiskas personas, bet tas nav piemērojams nepilngadīgām personām un sociāli maznodrošinātām personām ar zemiem ienākumiem. Somijas likums nosaka, ka šī nodokļu likme ir pārskatāma, ņemot vērā dzīvošanas izdevumu maiņu valstī un netiek ieskaitīts valsts budžetā, lai nodrošinātu tā norobežošanu no valsts interesēm.⁴⁰
- 3.11. Latvijas situācijā, mūsu ieskatā, sabiedriskā medija finansēšana, veiksmīgāk nekā pašlaik, iespējama gan ar valsts piešķirtām dotācijām, gan ar sabiedrības tiešu līdzdalību, reizē sabiedrisko mediju "izvedot" no reklāmas tirgus. Tajā pat laikā, labs piemērs ir kaimiņvalsts Lietuva, kas parāda, ka arī institūcijai, kas ienākumus sadala sabiedriskā medija "iekšienē", ir jābūt pilnīgi politiski neatkarīgai no valsts. Mūsu ieskatā, Latvijai jāņem piemērs no mūsu norādītajiem labākajiem ārvalstu piemēriem, kur praktiski šīs sistēmas palīdz mediju darbībai. Iespējams, arī šajās sistēmās ir kādas nepilnības, taču no finanšu modeļa izvēles jautājuma aspekta, mūsu ieskatā Lietuvas piemērs, kā arī citu valstu piemēri ir piemēroti arī Latvijas sistēmai.
- 3.12. Uzmanību vēršam uz vēl vienu, jaunu mediju finansēšanas veidu – **Digitālā pakalpojuma nodokli** ("DPN"). Tā ieviešana ES līmenī ir ļoti aktuāla un apspriesta, kopīgu regulējumu nav izdevies ieviest dēļ OECD valstu starpā notikušajām diskusijām. Tomēr, digitālo nodokli ir paredzēts ieviest ES līmenī tuvākajā laikā.⁴¹ Par DPN ieviešanu tieši Latvijas tiesiskajā sistēmā veikts detalizēts pētījums⁴², kurā pēc būtības arī pieļaujams, ka Latvijā DPN varētu būt apmēram 3% no kopējiem gada ar ienākuma nodokli apliekamajiem ieņēmumiem Latvijā GAFĀ uzņēmumiem. **GAFĀ** saīsināti nozīmē **Google**,

³⁶ <https://www.thelocal.de/20190327/understanding-germanys-tv-licence-system>

³⁷ <https://www.coya.com/expats-in-germany/tv-tax-germany>

³⁸ https://www.rundfunkbeitrag.de/welcome/englisch/index_ger.html

³⁹ <https://www.publicmediaalliance.org/changing-times-for-public-media-funding/>

⁴⁰ Turpat

⁴¹ <https://www.pwc.com/gx/en/about/assets/ec-proposals-digital-taxation.pdf>

⁴² https://www.km.gov.lv/uploads/ckeditor/files/mediju_politika/petijumi/digitalais%20nodoklis/2019-12-18%20Atzinums.pdf

Apple, Facebook un Amazon, kuriem ir vislielākā ietekme uz ES dalībvalstu digitālo tirgu. Sīkāk analizējot pētījumu, kā arī paraugmateriālu DPN ieviešanai, secināms, ka šis nodoklis piemērojams visām sabiedrībām, kam ir "būtiska klātbūtne" dalībvalsts digitālajā tirgū. Droši var teikt, ka gandrīz pilnīgi visās ES dalībvalstīs GAFA uzņēmumi atbilst kritērijam "būtiska klātbūtne", tādēļ pierasts šīs valstis vienmēr piesaukt, runājot par šo nodokli. Tādējādi, pēc būtības, DPN tiek iekasēts no uzņēmumiem, kas darbojas dalībvalsts digitālajā tirgū. Latvijā pašlaik ieviešanas gaitu organizē Kultūras ministrija. DPN ieņēmumi veicami ar mērķi atbalstīt nacionālā medija finansējumu un neatkarību. DPN reizē uzlabotu medija stāvokli reklāmas tirgū, kur GAFA līdz šim ir bijusi "dominējošā stāvokli". **Francija** ir pionieris DPN ieviešanā, un jau ir noteikusi 3% nodokli šiem uzņēmumiem – 2019.gadā no DPN tā iekasēja 400 miljonus euro. Asas diskusijas izrietējušas saistībā ar iespējamām ASV sankcijām pret Franciju, ja pie prezidenta maiņas ASV tā nepazeminās DPN.

4. Apkopojums. Gala secinājumi. Ieteikumi.

- 4.1. Pieejamie risinājumi ir ļoti dažādi un par to piemērošanu pieejama plaša informācija. Katrā valstī pieeja atšķiras. Arī Latvijas kontekstā veikti dažādi pētījumi, kuros detalizēti izklāstīti iespējamie mediju finansēšanas varianti. Tomēr, vērojama zināma tendence attīstītajās Eiropas valstīs, kas ierindojas neatkarīgāko un žurnālistikai labvēlīgāko valstu top augšgalā, piemēram, Dānijā, Norvēģijā, Zviedrijā, Somijā, Vācijā u.c. valstīs. Šajās valstīs sabiedrības iesaiste medija finansēšanā lielākoties ir obligāta, ņemot vērā arī atbilstošus izņēmumus un nodokļu apmēra samazinājumus.
- 4.2. Ņemot piemēru no veiksmīgākajām Eiropas valstīm, secinām, ka to mediju finansēšanas sistēmas atbilst demokrātiski pareizai attieksmei pret mediju lomu, un veiksmīgi strādā arī praksē. Mūsu ieskatā, iesakām apsvērt idejas par līdzīgu modeļu izveidi Latvijā, kā piemēru ņemot Lietuvas, Somijas Zviedrijas, Vācijas vai Norvēģijas mediju finansēšanas paraugus. Šajā situācijā, jākonstatē, ka argumenti pret sabiedrības iesaisti medija finansēšanā vairs nav relevanti, ņemot vērā labākos piemērus no ārvalstīm. Šajā sakarā vēlreiz uzsveram Vācijas konstitucionālās tiesas teikto 2018.gadā: "medija nodokļa ieviešana ir konstitucionāla un fundamentāls demokrātijas pamats." Kā arī Lietuvas konstitucionālās tiesas spriedumā minēto: "Fiksēts finansējums, kas likumā noteikts sabiedriskajam medijam un kura izlietojumu valdība nav tiesīga politiski pārskatīt, ir konstitucionāls un aizsargā mediju no politiska spiediena.
- 4.3. Ņemot vērā Satversmes tiesas 2020.gada 29.oktobra spriedumu, medija finansēšanas piesaiste IKP 0,17 apmērā ir apspriežams variants. No vienas puses par valsts augstskolu finansēšanas piesaisti IKP 0,25% apmērā tiesa skaidri noteica, ka šāds variants nav pareizs. No otras puses, tiesa attiecībā uz mediju finansēšanu varētu lemt savādāk, ņemot vērā medija svarīgo lomu demokrātiskā sabiedrībā. Mūsu ieskatā, kā iezīmēts finansējums, šāds modelis nav izslēdzams un to vajadzētu paredzēt likumā. Tajā pašā laikā, kopsakarā ar šādu iezīmētu finansējumu, medijam nepieciešams papildus neatkarīgs finansējuma avots – sabiedrības finansējums. Piemērus iesakām skatīt no pieminētajām veiksmīgajām valstīm, piemēram, Lietuvas. Reizē ar šo papildus finansējumu, medijam jāiziet no reklāmas tirgus, lai tā saturs un darbība pilnībā atbilstu mediju ētikai. Visas šīs darbības – gan iezīmēta finansējuma piešķiršana, gan sabiedrības iesaiste finansēšanā, gan iziešana no reklāmas tirgus ir darbības, kas jā dara reizē – tikai tādā gadījumā finansēšanas sistēma spēs pilnvērtīgi darboties. Turklāt, mediju finansējumam jābūt nošķirtam no valsts budžeta un organizētam ar neatkarīgas institūcijas palīdzību.
- 4.4. Norādām, ka mūsu skats ir balstīts vispārīgā pētījumā par mediju finansēšanas salīdzināšanu ar ārvalstīs esošajiem labākajiem piemēriem un, iespējams, ka arī šajās sistēmās ir savas nianšes un nepilnības. Taču, vispārīgi izpētot finansēšanas modeļu izpēti – skaidrs, ka veiksmīgi strādā un pietiekamu, neatkarīgu finansējumu ģenerē tieši pieminētās labā piemēra valstis.