

**Kultūras ministrijas
Darba grupas
priekšlikumu sagatavošanai normatīvā regulējuma izstrādei par pašvaldību un
citu publisko personu informatīvo izdevumu nepiedalīšanos reklāmas tirgū un
sabiedrības informēšanas pienākuma īstenošanu**

Gala ziņojums

Pašvaldību nodarbošanās ar mediju satura finansēšanu un ar mediju komercdarbību nelabvēlīgi ietekmē neatkarīgas un kvalitatīvas mediju vides pastāvēšanu demokrātiskā valstī reģionālā līmenī un liedz godīgu mediju tirgus principu ievērošanu¹. Konkurences padome (turpmāk – KP) ir paudusi, ka pašvaldību iejaukšanās mediju (plašsaziņas līdzekļu) tirgū būtu vērtējama kā apdraudējums mediju ienākumu gūšanas iespējām un to ilgtspējai, jo finansējums no pašvaldības budžeta tos nostāda izdevīgākā stāvoklī nekā privātos.² KP ir norādījusi uz viedokļu daudzveidības samazināšanās riskiem vietējā un reģionālā līmenī. Šāda attīstība nav vēlama valsts demokrātiskās iekārtas nodrošināšanai, jo īpaši situācijā, kad valstī ieplūst pārrobežu manipulatīva informācija.

2016.gada februārī Kultūras ministrijā tika izveidota darba grupa priekšlikumu sagatavošanai normatīvā regulējuma izstrādei par pašvaldību un citu publisko personu informatīvo izdevumu nepiedalīšanos reklāmas tirgū un sabiedrības informēšanas pienākuma īstenošanu.

Darba grupas uzdevumi (Kultūras ministres 2016.gada 12.februāra rīkojums Nr.: 2.5.-1-39):

- 1) Izvērtēt situāciju saistībā ar pašvaldību un citu publisko personu finansēto vai pilnīgā vai daļējā kontrolē esošo izdevumu un citu komunikācijas kanālu darbību komerciālās reklāmas tirgū un sagatavot priekšlikumus grozījumiem normatīvajos tiesību aktos;
- 2) Izvērtēt situāciju saistībā ar pašvaldību un citu publisko personu pienākumu informēt sabiedrību, tā būtību, izpratni un izpildi, sagatavot priekšlikumus grozījumiem normatīvajos tiesību aktos.

Vides aizsardzības un reģionālās attīstības ministrs Kaspars Gerhards 2015.gada 4.decembra vēstulē Nr. 17.18-1e/9960 aicināja kultūras ministri izveidot darba grupu tiesiskā regulējuma pilnveidošanai attiecībā uz pašvaldību informācijas sniegšanas pienākumu un nepieļaujamo komerciālas reklāmas un sludinājumu izvietojuma praksi pašvaldību informatīvajos izdevumos.

Darba grupas sastāvā bija pārstāvji no Vides aizsardzības un reģionālās attīstības ministrijas (turpmāk – VARAM), Tieslietu ministrijas, Ekonomikas ministrijas, Aizsardzības ministrijas, Konkurences padomes, Latvijas Pašvaldību savienības,

¹ Mediju politikas pamatnostādņu projekta izstrādes darba grupas apakšgrupas „Mediju vides daudzveidība” vadītājas Ievas Beitikas ziņojums 2015. gada 27. aprīlī.

² Konkurences padome. (2015). *Konkurences novērtēšanas vadlīnijas valsts un pašvaldību lēmumu pieņēmējiem*. 16., 25.lpp. Sk.: <http://www.kp.gov.lv/documents/9e408cd15d441efb1a399b698164ad4baedf6177>

Latvijas Lielo pilsētu asociācijas, Latvijas Žurnālistu asociācijas, Latvijas Preses izdevēju asociācijas, Latvijas Reklāmas asociācijas, kā arī Kultūras ministrijas.

Darba grupa sanāca uz četrām sanāksmēm un sniedza izvērtējumu par diviem darba grupas komentāros balstītiem Kultūras ministrijas sagatavotiem starpziņojumiem. Darba grupa, iebilstot VARAM, vienojās par to, ka uzlabojumi ir iespējami, saprātīgi un ar respektu pret vārda brīvību un mediju daudzveidības nodrošināšanu piemērojot esošo tiesisko regulējumu, kā arī veicot izmaiņas pašvaldību darbu regulējošajos tiesību aktos un precizējot mediju reģistrācijas kārtību topošajā Mediju likumā. Tika panākta darba grupas vienošanās par pašvaldību informatīvo izdevumu nepiedalīšanos komerciālās reklāmas tirgū.

Darba grupa aicina pašvaldības attīstīt pašregulāciju, izstrādājot labās prakses vadlīnijas pašvaldību informatīvo izdevumu veidošanā. To paredz arī Latvijas Pašvaldību savienības 2015.gada 6.oktobra valdes lēmums Nr.8 „Par pašvaldību informatīvajiem izdevumiem”, kura 7.2.punkts paredz uzdot LPS administrācijai sadarbībā ar pašvaldību speciālistu darba grupu izstrādāt „Labās prakses vadlīnijas pašvaldību izdevumu veidošanai”.

Šajā ziņojumā ir apkopoti darba grupas rosinātie pašvaldību informatīvo izdevumu veidošanas principi, kurus pašvaldības tiek aicinātas ņemt vērā, izstrādājot pašvaldību informatīvo izdevumu veidošanas vadlīnijas.

I. Reklāmas un sludinājumu publicēšanas problēmjautājums pašvaldību informatīvajos izdevumos

Darba grupa vienojas, ka

- a) par reklāmu pašvaldības informatīvajā izdevumā uzskatāma reklāma Reklāmas likuma izpratnē: ar saimniecisko vai profesionālo darbību saistīts jebkuras formas vai jebkura veida paziņojums vai pasākums, kura nolūks ir veicināt preču vai pakalpojumu (arī nekustamā īpašuma, tiesību un saistību) popularitāti vai pieprasījumu pēc tiem.
- b) pašvaldības (vai publiskas personas) veidotajā informatīvajā izdevumā pieļaujama tādu komerciālu paziņojumu publicēšana, kas ir saistīti ar pašvaldības un tām padoto iestāžu darbību – tiešajām funkcijām. Piemēram, informācija par pašvaldību un to iestāžu pasākumiem.
- c) pašvaldības informatīvajā izdevumā nav vēlama trešo pušu komerciālu paziņojumu (reklāmas) publicēšana.
- d) pašvaldības informatīvajā izdevumā nav vēlama pašvaldības kapitālsabiedrību un ar tām saistīto preču/pakalpojumu reklāmu publicēšana.
- e) pašvaldības informatīvajā izdevumā saglabājama prakse publicēt reklāmas, kurās reklamēta: 1) sociālā uzņēmējdarbība (tāda veida uzņēmējdarbība, kuras nolūks ir panākt pozitīvu sociālu ietekmi – īstenot sociālus, sabiedrībai nozīmīgus mērķus. Piemēram, uzņēmumi un darba devēji, kuri piedāvā darbu

vai kvalifikācijas celšanu cilvēkiem ar īpašām vajadzībām, cita veida mazaizsargātām vai nodarbinātības politikas mērķa grupām);

2) publisko personu sociālās kampaņas vai aktivitātes (piemēram, CSDD, valsts apmaksātās profilaktiskās pārbaudes, Lielā talka u.tml.).

- f) par pašvaldības informatīvajā izdevumā publicētajām reklāmām netiek saņemta samaksa vai gūts labums kādā citā veidā.
- g) pašvaldības informatīvajā izdevumā nav vēlama privātpersonu sludinājumu publicēšana ne bez maksas, ne par samaksu.
- h) pašvaldības informatīvajā izdevumā ieteicama tikai tādu darba vakanču publicēšana, kas attiecas uz vakantajām darba vietām pašvaldības vai tās pakļautības iestādēs (izņemot kapitālsabiedrības).
- i) pašvaldības informatīvajā izdevumā ir pieļaujams publicēt informāciju par pašvaldības īstenotajiem Eiropas Savienības un citiem projektiem, ietverot arī projekta numuru un logotipu.
- j) ja pašvaldība (vai cita publiskā persona) darbojas mediju uzņēmējdarbībā kapitālsabiedrības formā (ja atbilstoši procedūrai veikts tirgus izvērtējums un konstatēta tirgus nepilnība), reklāmas publicēšanas vadlīnijas nebūtu attiecināmas tiešā veidā. Tomēr pašvaldību (un citu publisko personu) darbība mediju tirgū kapitālsabiedrību formā nav izplatīta prakse (darba grupai ir zināms tikai viens piemērs Daugavpilī, kur pašvaldības ir SIA „Latgales Laiks” vairākuma kapitāldaļu turētājas).

II. Pašvaldību informatīvo izdevumu pastāvēšanas problemātika

- a) Darba grupa, atsaucoties uz iepriekš veikto problēmas izpēti un definēšanas darbu Mediju politikas pamatnostādņu 2016.–2020.gadam un to īstenošanas plāna projektu izstrādē, pievienojas šajos politikas plānošanas dokumentu projektos sniegtajai problēmas fiksācijai, ka pašvaldību informatīvie izdevumi nav uzskatāmi par masu medijiem un nav reģistrējami Masu informācijas līdzekļu reģistrā. Masu informācijas līdzekļa statuss nevar izrietēt tikai no likuma „Par presi un citiem masu informācijas līdzekļiem” (turpmāk – Likums) 2.panta tāpēc, ka pašvaldības darbinieku / amatpersonu starpā nav iespējamās tiesiskās attiecības atbilstoši Likuma 15., 16., 22. u.c. pantiem. Saprātīgi interpretējot esošo tiesisko regulējumu, darba grupas ieskatā pašvaldību informatīvā izdevuma saturs var tikt veidots atbilstoši publisko tiesību normām, jo īpaši, likumam „Par pašvaldībām”, kā arī pēc analogijas preses gadījumā – pēc normām, kuras attiecībā uz pašvaldību publicējamās informācijas saturu nosaka MK noteikumi Nr.171 „Kārtība, kādā iestādes ievieto informāciju internetā”.
- b) Darba grupa aicina pašvaldības, kuru informatīvais izdevums jau ir reģistrēts Masu informācijas līdzekļu reģistrā, izvērtēt jautājumu par reģistrācijas atsaukšanu un Kultūras ministriju – ņemt vērā šai ziņojumā minētos apsvērumus un iezīmētās problēmas, izstrādājot jaunus mediju vidi regulējošos normatīvos aktus.

- c) Darba grupa vienojas, ka pašvaldība mediju uzņēmējdarbībā drīkst iesaistīties, tikai dibinot kapitālsabiedrību, attiecīgi – ja iespējams konstatēt tirgus nepilnību normatīvajos aktos noteiktajā kārtībā. Citos gadījumos pašvaldību iesaiste mediju komercdarbībā nav pieļaujama.
- d) Pašvaldības komunikācijai ar sabiedrību, tostarp, izmantojot informatīvā izdevuma formātu drukātā veidā, jābūt izmaksu ziņā efektīvai un samērīgai ar pašvaldības budžetu un finansiālajām iespējām.
- e) Informatīvais izdevums iedzīvotājiem ir pieejams par brīvu, pašvaldība par to nedrīkst iekasēt samaksu.
- f) Pašvaldība veido informatīvo izdevumu, ziņu lapu vai tamlīdzīga veida komunikācijas līdzekli, kas stila un satura ziņā ir skaidri un nepārprotami identificējams kā pašvaldības veidots publicējums un nevar tikt maldinoši uztverts kā privāts, komerciāls laikraksts.
- g) Ņemot vērā, ka pašvaldību informatīvo izdevumu izdošanā tiek lietoti publiskie līdzekļi, pašvaldībām jānodrošina to izlietojuma caurskatāmība un pieejamība. Pašvaldības informatīvajā izdevumā vēlams ietvert norādi ar datiem par izdevuma tirāžu un finansējuma apjomu, kas no publisko līdzekļu budžeta izlietots attiecīgā izdevuma numura sagatavošanai (neskaitot domes darbinieku – informatīvā izdevuma veidotāju – atalgojumu).

III. Pašvaldību informatīvo izdevumu noformējums un nosaukums

Darba grupa vienojas, ka

- a) informatīvā izdevuma titullapas (pirmās lappuses) noformējumā Latvijas pašvaldības iekļauj vizuālās identitātes elementus: domes ģerboni, informatīvā izdevuma nosaukumu un norādi, ka tas ir pašvaldības informatīvais izdevums, piemēram, „XYZ novada (pilsētas) domes informatīvais izdevums” vai informatīvais biļetens³, piemēram, „XYZ novada (pilsētas) domes informatīvais biļetens”.
- b) informatīvā izdevuma nosaukumā vai apakšvirsrakstā nav vēlams ietvert vārdus „avīze” un „laikraksts”, lai iedzīvotājus nemaldinātu par izdevuma un tā satura atbilstību neatkarīgam privātajam medijam. Tāpat būtu jāizvairās no nosaukumiem, kas varētu maldināt, ka tas ir privāts komerclaikraksts, piemēram, „XYZ Vēstnesis (Ziņas, Vēstis u.c.)”.

IV. Pašvaldību informatīvo izdevumu saturs un veidošanas ētiskie principi

Darba grupa vienojas, ka

- a) pašvaldību informatīvais izdevums veic sabiedrisko attiecību, nevis neatkarīgas žurnālistikas funkciju, un pašvaldību informatīvajam izdevumam nepiemīt masu

³ Biļetens – periodisks izdevumu, kurā atspoguļoti kādas iestādes vai organizācijas darba rezultāti.

informācijas līdzeklī konstituējošā **redakcionālā neatkarība** likuma „Par presi un citiem masu informācijas līdzekļiem” 16.panta u.c. tiesību normu izpratnē.

- b) pašvaldības informatīvā izdevuma veidotājiem, lai nemaldinātu iedzīvotājus, nav vēlams izmantot profesiju klasifikatorā iekļautos profesiju nosaukumus „žurnālists”, „redaktors”, „galvenais redaktors”. Tie ir profesijas apzīmējumi, kas raksturīgi neatkarīgai žurnālistiskai profesionālai darbībai. Profesijas „žurnālists” standartā⁴ noteiktās prasības neatbilst pašvaldības informatīvā izdevuma veidotāju funkcijām un pienākumiem. Tāpēc pašvaldību informatīvā izdevuma veidotājs/a vai veidotājiem būtu jāizmanto savām funkcijām atbilstošus nosaukumus, piemēram, „sabiedrisko attiecību speciālists/e”, „pašvaldības komunikācijas speciālists” u.tml.
- c) pašvaldības informatīvā izdevuma saturs ir politiski neitrāls. Publicētā informācija ir objektīva, precīza un informatīva. Pašvaldību vēlēto amatpersonu politiskie viedokļi un vērtējumi ir vizuāli un tekstuāli nošķirami no komunikācijas speciālistu pašvaldības vārdā veidotās informācijas un tiem ir jābūt atpazīstamiem kā konkrēto amatpersonu viedokļiem un vērtējumiem. Visām vēlētajām amatpersonām ir jābūt līdzvērtīgām viedokļa paušanas iespējām.
- d) pašvaldības informatīvais izdevums nedrīkst tikt izmantots kā platforma uzbrukumam politiskajiem pretiniekiem. Tā saturs atbilst vispārējas morāles normām.
- e) jebkurai publikācijai pašvaldības informatīvajā izdevumā, tostarp, tām, kurās raksturota pašvaldības politika un mērķi, jābūt pēc iespējas objektīvākai, koncentrējoties uz faktiem un skaidrojumu.
- f) publikācijās par politiski pretrunīgiem jautājumiem pašvaldības informatīvajam izdevumam jāmeklē iespējas atspoguļot dažādus aplūkotā jautājuma vērtējumus, tādējādi nodrošinot viedokļu plurālismu un balansu.
- g) ja domē ievēlētajiem deputātiem pašvaldības informatīvajā izdevumā tiek sniegta iespēja paust viedokli, tā pēc vienlīdzības principa jānodrošina visiem politiskajiem spēkiem, tostarp, opozīcijai.
- h) vietējo pašvaldību domes deputāti un priekšsēdētājs neizmanto publiskos līdzekļus personīgās vai pārstāvētā politiskā spēka publicitātes vai mediju kampaņas īstenošanai, ar kampaņu šajā gadījumā saprotot plānotu un koordinētu rakstu/sižetu sēriju par amatpersonu vai tās pārstāvēto politisko spēku ar vienotu ideju, lai sasniegtu politisku mērķi.
- i) pašvaldību informatīvā izdevuma saturs drīkst būt vērsts uz vietējo iedzīvotāju attieksmes vai uzvedības maiņu jautājumos, kas attiecas uz veselību, drošību, noziegumu prevenciju, toleranci pret mazaizsargātām grupām, vienlīdzību, līdztiesību u.tml. sabiedrības integrāciju un drošību veicinošiem jautājumiem, vienlaikus ievērojot, ka: 1) šim saturam nevajadzētu būt pretrunā ar valsts oficiālo

⁴ http://www.lm.gov.lv/upload/darba_devejiem/profesiju_standarti.pdf

politiku; 2) šī satura sociālo, politiski neitrālo raksturu, izvairoties no konkrētu politisko spēku, politiķu viedokļu paušanas šajos materiālos.

- j) pašvaldības informatīvā izdevuma saturā nedrīkst tikt iekļauta jebkāda veida diskriminācija vai tās riski.
- k) pašvaldības informatīvā izdevuma veidotāji raugās, lai objektivitāte un politiskā neitralitāte tiktu ievērotas arī ilustratīvo materiālu, tostarp, publicējamo fotoattēlu atlasē. Nav ieteicama ilustratīvā materiāla izvēle ar nolūku izcelt domes priekšsēdētāju vai koalīcijas deputātus.
- l) pašvaldības informatīvajā izdevumā iespējams publicēt valsts vai pašvaldības iestāžu pārstāvju veidotu saturu, ja tas atbilst šajās vadlīnijās iekļautajiem principiem.

V. Atbildīga un ētiska žurnālistika vietējā un reģionālā līmenī

Arī vietējiem un reģionālajiem privātajiem medijiem ieteicams kritiski raudzīties uz mediju satura kvalitāti un aktīvi darboties, lai kāpinātu savu mediju kvalitāti un atbildīgumu, izstrādājot kopīgus ētikas kodeksus un rīcību iespējamu ētikas pārkāpumu risināšanai.

Darba grupas vadītājs

Kultūras ministrijas Mediju politikas nodaļas vadītājs _____Roberts Putnis

Darba grupas vadītāja vietniece

Kultūras ministrijas Mediju politikas nodaļas eksperte _____Klīnta Ločmele

Rīgā 2016.gada 20.jūnijā