

Svaru kausos – kvalitatīvs medijs un zinošs lasītājs

Būtiski veidot drošu un sakārtotu informatīvo telpu

Mūsdienās informācijas apjoms un daudzveidība aizvien pieaug, kā arī kļūst arvien pieejamāka. Bet vai drošāka!? Politiskie, sociālie un ekonomiskie notikumi plašsaziņas līdzekļos tiek attēloti no visdažādākajiem skatpunktiem, un bieži vien rodas jautājums, cik kvalitatīvs un objektīvs ir sagatavotais materiāls. Kas tad nosaka mediju kvalitāti un pēc kādiem kritērijiem to vērtēt?

Tuvāk iepazīt pašreizējo situāciju palīdzēja komunikācijas zinātnes doktore, Latvijas Universitātes Komunikācijas studiju nodaļas docente Klinta Ločmele, kura pasniedz vairākus ar komunikācijas, mediju un medijpratības jautājumiem saistītus studiju kursus Latvijas Universitātē un Vidzemes Augstskolā. Tāpat viņa vada izglītojošus projektus un praktiskus medijpratības treniņus dažādām sabiedrības grupām. K. Ločmele mediju jautājumos iedziļinājusies arī no profesionālā un politikas veidošanas viedokļa, iepriekš strādājot Kultūras ministrijas Mediju politikas nodaļā un žurnālistikā. 2021. gada augustā *Distinguished Humphrey Fellowship* programmā zināšanas viņa papildinājusi mediju un medijpratības jautājumos Vašingtonas Universitātē ASV. Akadēmiskās zināšanas un pieredze zinātnē doktorei dod iespēju daudz plašāk palūkoties uz mediju kvalitātes jautājumiem – problēmām un iespējamajiem risinājumiem.

No medijiem gaida patiesu informāciju

K. Ločmele uzskata, ka mediju kvalitāti nosaka vairāku kritēriju kopums. – *Pirmkārt, tā ir atbilstība žurnālistikas profesionālajiem standartiem un ētikas kodeksam. Otrkārt, jāmin sabiedriskais nozīmīgums kā būtisks žurnālistikas kvalitātes kritērijs. Tas ir arī ASV izglītības un globālās organizācijas IREX princips, kas iekļauts viņu medijpratības programmā. Protams, arī izklaidēji paredzētos materiālus var veidot gan kvalitatīvi, gan ne tik ļoti. Piemēram, ņemot informāciju no slavenību sociālo mediju profiliem un šiem cilvēkiem pat nepajautājot, izveidot rakstu. Bet, sniedzot iespēju izteikties abām pusēm, arī izklaidējošā rakstura saturu var izveidot ētiski. Dažkārt ir redzēti raksti, kuros atsevišķas personas, piemēram, kādreizējais treneris, komentē sportistes nākotnes plānus, balstoties uz viņas sociālo mediju publikāciju. Taču pašai sportistei medijs viedokli pat nav pajautājis. To nevar nosaukt par kvalitatīvu žurnālistiku, – stāsta komunikācijas zinātnes doktore. Veidojot kvalitatīvu materiālu, tam galvenokārt jābalstās uz ētikas kodeksu, sniedzot patiesu un pārbaudītu informāciju. Pēc tam seko žurnālista zināšanas par kontekstu, kritiskā un analītiskā domāšana, cēloņsakarību saskatīšana, kā arī prasme formulēt domu, tostarp labā valodā. Šīs ir tikai pamatnostādnes, kam varētu sekot vēl virkne citu nosacījumu.*

Žurnālistika, ņemot vērā lielo atbildību, ir profesija, kas pieprasa būt ļoti daudzpusīgam. – *Ar studentiem esam analizējuši dažādus žurnālistu ētikas kodeksus – gan no asociācijām Latvijā un pasaulē, gan atsevišķiem medijiem. Pamatprincipi ir ļoti līdzīgi – sniegt sabiedrībai pārbaudītu informāciju, nodrošināt viedokļu daudzveidību, saglabāt neitralitāti, nepieņemt*



Docente
Klinta
Ločmele
uzskata,
ka mediju
kvalitāti
nosaka
vairāku
kritēriju
kopums

dāvanas, kā arī nodalīt ziņas no reklāmas materiāliem. Tomēr ētikas kodeksu detalizācijas pakāpe mēdz atšķirties. Lielajiem medijiem, tādiem kā BBC vai ASV laikrakstam «The New York Times» ir ļoti detalizētas vadlīnijas, kā vēstīt par pašnāvībām, kā atsaukties uz anonīmiem informācijas avotiem, kā izmantot sociālo mediju ierakstus, kā saglabāt medija neitralitāti, veidojot kādus sadarbības projektus ar uzņēmumiem un tamlīdzīgi, – ar ētikas kodeksu pamatnostādnēm iepazīstina K. Ločmele. Gatavojot materiālus, svarīgi ievērot konfidencialitāti un saprast, kuros gadījumos informācijas avotu nevajadzētu izpaust. – *Ja cilvēks anonīmi ir uzticējies stāstu par to, ka kādas iestādes iepirkumu procesā ir aizdomas par korupciju, tad žurnālista pienākums ir aizsargāt informācijas avotu. Lai persona, kura uzticējusi stāstu, paužot aizdomas, ka iepirkums notiek negodīgi, pēc tam nezaudē savu darbavietu. Vai, ja sižets ir par dzimumnoziedzumiem, pastāv ētikas kodeksi, kuros ir vienošanās neidentificēt šādu noziegumu upurus. Tostarp šāds punkts ir arī Latvijas Žurnālistu asociācijas ētikas kodeksā, – informē komunikācijas zinātnes doktore.*

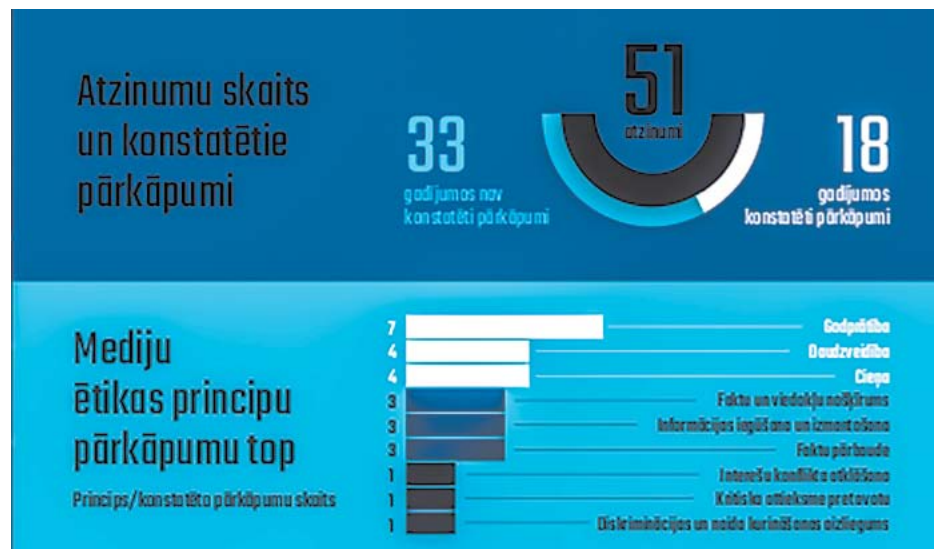
Līdzdarboties aicināta arī sabiedrība

Pēdējo gadu laiku mediju darba uzlabošanu veicina biedrība *Latvijas Mediju ētikas padome*, kas 2018. gadā dibināta, apvienojoties mediju nozares asociācijām un uzņēmumiem. Tās mērķis ir veicināt ētikas mediju prakses attīstību un sekmēt mediju pašregulāciju. Viena no būtiskākajām tās funkcijām ir izskatīt fizisku un juridisku personu sūdzības par iespējamām ētikas pārkāpumiem, kā arī mediju, to uzņēmumu un žurnālistu sūdzības par iespējamām pārkāpumiem mediju vai vārda brīvības ierobežojuma gadījumā. Sazināties ar padomi var mājaslapā www.lmepadome.lv vai nosūtot iesniegumu uz biedrības juridisko adresi Strēlnieku ielā 4A, Rīgā, LV-1010.

Padome apkopojusi gan saņemto iesniegumu tēmas, gan to izvērtējumu. Trīs gados tā sniegusi atbildes uz iedzīvotāju un organizāciju vairāk nekā 150 jautājumiem, par iespējamām mediju ētikas pārkāpumiem.

Mediju satura kvalitātes un atbildīguma veicināšana, ētikas jautājumi

Latvijas Mediju ētikas padomes sagatavoto atzinumu skaits un konstatētie pārkāpumi



Latvijas Mediju ētikas padomes izveidotā infografika

51 gadījumā sagatavots sūdzības detalizēts izvērtējums un publisks atzinums, ar kura saturu iespējams iepazīties biedrības mājaslapas sadaļā *Ētikas padome*. Izskatīti jautājumi gan par goda un cieņas aizskaršanu, godprātības principu neievērošanu, gan diskrimināciju un citām aktuālām tēmām. Arī pati biedrība pamatojas uz visaptverošu mediju ētikas kodeksu, kas nosaka uzvedību un principus, par kuru ievērošanu biedri ir vienojušies. Kodeksa mērķis ir noteikt mediju profesionālās ētikas un uzvedības pamatprincipus informācijas iegūšanas, uzglabāšanas, apstrādes un izplatīšanas procesā.

K. Ločmele norāda, ka katram medijam vajadzētu būt savam ētikas kodeksam, kas elektroniskajiem medijiem mēdz būt arī rīcības kodekss. – *Tam jābūt publiski pieejamam, lai medija auditorija ar to var brīvi iepazīties. Jāatzīst, ka ne vienmēr pat interneta medijos tie ir viegli atrodamā. Dažiem to ir ļoti viegli atrast sadaļā «Kontakts» vai «Par mums», citiem ievietoti tādās lapas sadaļās, kurās pat neiedomātos to meklēt. Daļa žurnālistu ir iestājušies Latvijas Žurnālistu asociācijā un mazāk aktīvajā Latvijas Žurnālistu savienībā, kurām arī ir savi ētikas kodeksi. Pievienojoties šīm asociācijām, žurnālisti apņemas to pildīt, – skaidro sarunbiedre.*

Apmierinātība ar mediju saturu ne vienmēr būs kvalitātes rādītājs

Iespējams, varētu diskutēt par mediju kvalitāti un arīdzan to, vai Latvijas iedzīvotājus apmierina mediju saturs un pieejamā informācija. K. Ločmele uzskata, ka apmierinātību ar medijiem nevajadzētu vispārināt. Intereses mēdz būt dažādas. – *Ja veiktu pētījumu, pozitīvs rezultāts vēl negarantētu, ka izvērtētais materiāls ir kvalitatīvs. Cilvēku var apmierināt arī ar zemākas kvalitātes saturu. Intereses mēdz būt atšķirīgas. Kāds varbūt vēlas izklaidēties un aizmirsties no ikdienas rūpēm. Bet vai tas nozīmē, ka visam mediju saturam jābūt tikai izklaidējošam? Cilvēki ir ļoti dažādi, un arī mediji cits no cita atšķiras gan ar veicamajām funkcijām – informēšana, izklaidēšana un tā tālāk, gan mediju kvalitāti un pašos pamatos arī biznesa modeli – sabiedriskie un komercmediji. Līdz ar to saturs ir atšķirīgs, – pauž K. Ločmele. Kā interesantu faktu viņa min *Kantar Latvia* apkopoto informāciju par TV skatītākajām programmām 2022. gadā. Pirmajās vietās ierindojas mediju notikumi jeb lieli*

plaši pasākumi gan mūzikas, gan sporta pasaulē. Iecienīta bijusi aptaujas *Muzikālā banka* apbalvošanas ceremonija, Pasaules čempionāts hokejā, tāpat skatītāju uzmanību pievērsusi *Eirovīzija*, konkursa *Supernova* fināls, kā arī Valsts prezidenta uzruna gadumijā. Tie pārsvarā ir vienas reizes vai ierobežotā laikā notiekoši pasākumi, bet ne mediju ikdienas saturs. Līdz ar to tas noteikti nebūtu vispārējs rādītājs.

Pavisam cits un, iespējams, daudz būtiskāks ir jautājums par uzticamību un sniegtās informācijas patiesumu. *Eiobarometra* veiktajā un 2022. gada jūlijā publicētajā aptaujā padziļināti aplūkotas dažādas ar medijiem saistītas tēmas. Jautājumā par to, cik bieži pēdējo septiņu dienu laikā nācies saskarties ar dezinformāciju vai nepatiesām ziņām, 14% no Latvijā intervētajiem minējuši *ļoti bieži*, 19% – *bieži*. Uz kopējā Eiropas valstu vidusmēra rādītāju fona (10% *ļoti bieži*, 18% *bieži*) tas ir nedaudz augstāks. Vairākums respondentu – 64% – atzina, ka ir pārliecināti par spēju pazīt dezinformāciju. Savukārt, izvērtējot uzticību, 51% no intervētajiem visvairāk uzticas valsts televīzijai un radio stacijām, kam ar 21% seko drukātā prese. Interesanti, ka turpat blakus ar 20% ierindojas cilvēku, draugu grupas, kurām aptaujātie seko sociālo mediju un citās saziņas platformās. Te gan gribētos domāt, ka tas ne vienmēr ir drošs informācijas avots. Lai gan sabiedrība kļūst aizvien izglītotāka, daudzos ar medijiem saistītos jautājumos joprojām valda liela neizpratne. Tāpēc svarīgi ne tikai informēt, bet veidot dialogu starp medijiem un sabiedrību. – *Būtiski skaidrot savas redakcionālās izvēles un dilemmas, kā arī to, kas ir kvalitatīva žurnālistika, lai sabiedrība spēj izvērtēt un pazīt uzticamu saturu, un uzticas medijiem. Arī pašiem žurnālistiem ik pa laikam vajadzētu pārlasīt ētikas kodeksu, jo diemžēl cīņā par klikšķiem un auditoriju, darba steigā mēdz pazust fokuss, ka medijs nav tāds pats business kā visi citi, bet ar izteiktu atbildību sabiedrības priekšā, – noslēdzot sarunu, uzsver K. Ločmele.*

Ivita RENCE
Klintas LOČMELES albuma foto

Projektu finansē
Mediju atbalsta
fonds no Latvijas
valsts budžeta
līdzekļiem.

MAF
Mediju atbalsta fonds

Par publikācijas saturu atbild projekta
īstenotāja – SIA «Izdevniecība Auseklis».
Projekta Nr. 2022.LV/TMA/28