



Biedrība "Latvijas Mediju ētikas padome"
Reģ.nr. 40008283017
Juridiskā adrese: Dzirnavu iela 21, Rīga, LV-1010

Pielikums Nr.1

Biedrības "Latvijas Mediju ētikas padome"
2018.gada 12.decembra dibināšanas lēmumam

Ar grozījumiem, kas izdarīti
2019.gada 27.februāra
Biedru kopsapulcē

Biedrības "Latvijas Mediju ētikas padome"

ĒTIKAS KODEKSS

1. Kodeksa mērķis un tvērums

1.1. Kodeksa mērķis ir noteikt biedrības "Latvijas Mediju ētikas padome" (turpmāk – Biedrība) apstiprinātos profesionālās ētikas un uzvedības pamatprincipus informācijas iegūšanas, uzglabāšanas, apstrādes un izplatīšanas procesā saistībā ar plašsaziņas mediju darbu.

1.2. Kodekss aizstāv mediju brīvību un plurālismu, lai nodrošinātu mediju vides daudzveidību, un vienlaikus veicinātu atbildīgu un profesionālu informācijas iegūšanas, uzglabāšanas, apstrādes un izplatīšanas praksi.

1.3. Biedrība savā darbībā, līdztekus šim Ētikas kodeksam, ievēro Latvijas Republikas likumus, starptautisko tiesību normas un tiesu praksi, ievērojot tajā ietvertās plašsaziņas mediju ētikas normas. Izskatot sūdzības, Biedrība ņem vērā arī konkrētajās nozarēs ieviestos ētikas vai rīcības kodeksus.

1.4. Biedrība, apkopojot šī Kodeksa piemērošanas praksi, skaidro Kodeksā nostiprināto principu saturu, kā arī nepieciešamības gadījumā nodrošina Kodeksa pārskatīšanu plašsaziņas mediju profesionālās ētikas un uzvedības principu nostiprināšanai praksē.

2. Kodeksa izmantošana

2.1. Kodekss ir plašsaziņas mediju pašregulācijas dokuments, kas nosaka principus un uzvedību, par kuru ievērošanu ir vienojušies Biedrības dibinātāji un biedri. Biedrības biedri rūpējas par šī Kodeksa ievērošanas mehānismu radīšanu un izmantošanu plašsaziņas mediju darbībā.

2.2. Kodekss ir paredzēts vienotas profesionālo standartu un kritēriju izpratnes veicināšanai kā pamats labas mediju profesionālās prakses attīstībai un izmantojams ņemams vērā, ka dažādi mediju tipi, žurnālistikas veidi, žanri un formāti ir vērtējami to redakcionālās politikas, satura un tehniskajās robežās.

2.3. Biedrība darbojas tai skaitā kā samierinātājs starp strīdā iesaistītajām pusēm, izmantojot Kodeksā nostiprinātās vērtības un principus.

2.4. Kodekss ir saistošs Biedrības biedriem, kā arī jebkurai personai, kas rakstveidā apliecinājusi pievienošanos Kodeksam un paziņojusi par to Biedrībai.

3. Vērtības

Šis Kodekss aizsargā tādas plašsaziņas mediju un mediju profesionāļu pamatvērtības kā vārda brīvība, informācijas un viedokļu daudzveidība, redakcionālā neatkarība, mediju uzticamība, autonomija, žurnālistu tiesības, godprātīgums (objektivitāte), cilvēktiesības, it īpaši bērnu un nepilngadīgo tiesības, vienlīdzība un diskriminācijas aizliegums, auditorijas izglītošana, mediju un auditorijas savstarpējā uzticēšanās.

4. Principi

Biedrība veicina šādu ētiskas prakses principu ievērošanu plašsaziņas mediju un ar tiem saistīto profesionāļu darbībā:

4.1. **Godprātība** – nav pieļaujama un ir novēršama nepatiesas, sagrozītas vai maldinošā formā pasniegtas informācijas, pārspīlējuma, stereotipizācijas publiskošana un centieni tīši un aizklāti ietekmēt auditoriju. Plašsaziņas medijs pēc iespējas nodrošina šādas informācijas labošanu vai atsaukšanu.

4.2. **Daudzveidība** – plašsaziņas līdzekļi nodrošina sabiedrības tiesības saņemt daudzveidīgu informāciju un viedokļus no dažādiem avotiem. Plašsaziņas mediji un ar tiem saistītās personas ņem vērā dažādus viedokļus arī gadījumā, ja tie šķiet personīgi nepieņemami.

4.3. **Diskriminācijas un naida kurināšanas aizliegums** – plašsaziņas mediji rūpējas, lai publicētajos materiālos un lasītāju komentāros nebūtu naida runas, aicinājumu uz vardarbību un citas likumā aizliegtās darbības. Konstatējot šādas neatbilstības, tās ir pēc iespējas ātri jānovērš, tai skaitā ieviešot pašregulācijas mehānismus.

4.4. **Faktu un viedokļu nošķirums** – izplatot informāciju ir skaidri jānošķir fakti no žurnālistu viedokļiem vai interpretācijas.

4.5. **Redakcijas veidota saturs un reklāmas nošķirums** – plašsaziņas medijs nepieļauj slēptas reklāmas publiskošanu. Apmaksāts saturs tiek nepārprotami nošķirts no redakcijas veidotā satura.

4.6. **Informācijas iegūšana un izmantošana** – plašsaziņas mediji iegūst pēc iespējas vairāk auditorijai būtiskas informācijas, lai izveidotu pēc iespējas objektīvāku plašsaziņas mediju saturu;

4.6.1. **Faktu pārbaude** – plašsaziņas mediji izvairās no nepārbaudītas informācijas publicēšanas.

4.6.2. **Autentiskuma pārbaude** – izmantojot attēlus un dokumentus publicējamā materiālā, ir jāpārliedzina par to autentiskumu;

4.6.3. **Kritiska attieksme pret avotu** – iegūstot informāciju, tā ir kritiski jāizvērtē, ņemot vērā informācijas avota profesionālo, finansiālo vai citu ieinteresētību, kā arī iespējamus interešu konfliktus.

4.7. **Cieņa** – plašsaziņas mediji atzīst un ciena ikviena cilvēka unikālo vērtību, kas uzliek pienākumu šo vērtību apliecināt saskarsmē, tai skaitā sociālo tīklu vietnēs;

4.7.1. **Saudzīga attieksme pret mazaizsargātām personām** – Lai nenodarītu kaitējumu indivīdam, žurnālists vai cits plašsaziņas medija pārstāvis ar lielu piesardzību intervē vai kā citādi savu materiālu veidošanā iesaista personas, kas varētu būt emocionāli nestabilas vai citādi mazaizsargātas, kā arī personas, kuras citu apstākļu vai pieredzes trūkuma dēļ nespēj izvērtēt informācijas publicēšanas sekas.

4.7.2. **Piesardzība darbā ar nepilngadīgajiem** – iegūstot, apstrādājot un izplatot informāciju par bērniem un nepilngadīgajiem, ir jāievēro īpaša piesardzība, lai tiem nenodarītu kaitējumu.

4.8. **Konfidencialitāte** – iegūstot sensitīvu informāciju par kādu fizisku vai juridisku personu, plašsaziņas medijiem ir jāpieliek visas pūles, lai šādas informācijas nesankcionēta noplūde nenodarītu kaitējumu šai personai. Izplatot šādu informāciju, plašsaziņas mediji samēro sabiedrības intereses un konkrētai personai iespējamo kaitējumu.

4.9. **Autortiesību ievērošana** – izmantojot citu personu intelektuālo īpašumu ir jāatsaucas uz tā autoru/avotu. Plašsaziņas mediji iegūst visas nepieciešamās atļaujas autordarbu izmantošanai. Citu personu autordarbu nedrīkst uzdot par savējo. Izmantojot kādu sveša darba fragmentu kā citātu vai pat tikai pārstāstot būtiskāko, atsauce uz oriģinālu ir obligāta.

4.10. **Interesešu konflikta atklāšana** – interesešu konflikta gadījumā tas ir atklāti jādeklarē. Iespējama vai šķietama interesešu konflikta gadījumā plašsaziņas medija pārstāvis nodrošina informāciju, kas liecina par interesešu konflikta neesamību vai atstatās no pienākumu veikšanas konkrētā jautājumā, lai nodrošinātu sabiedrības uzticību plašsaziņas medijam.

4.11. **Caurskatāmība** – plašsaziņas mediji pēc iespējas nodrošina sabiedrības iespēju iepazīties ar informāciju par tā īpašniekiem, vadītājiem un patiesā labuma guvējiem.

5. Tiesības

Kaitējumu cietušām personām ir tiesības vērsties Biedrības Ētikas padomē ar sūdzību par iespējamiem šī Kodeksa pārkāpumiem.

6. Kodeksa uzraudzības mehānisms

6.1. Biedrība tās Statūtos noteiktajā kārtībā nosaka procedūru sūdzību pieņemšanai un izvērtēšanai. Biedrība informāciju par sūdzību iesniegšanas un izvērtēšanas kārtību padara ērti pieejamu tās tīmekļa vietnē.

6.2. Ja Biedrības Ētikas padome saņemtu sūdzību atzīst par pamatotu un attiecīgais subjekts ir Biedrības biedrs (ir pievienojies šim Ētikas kodeksam), Ētikas padome var uzlikt pienākumu atzīt savu kļūdu un publiskot Ētikas padomes lēmumu attiecīgajā plašsaziņas medijā. Faktoloģiskas kļūdas gadījumā plašsaziņas medijam ir pienākums pēc iespējas ātrāk publicēt kļūdas labojumu, vairāku kļūdu gadījumā – atsaukumu, un, vajadzības gadījumā, atvainošanos.

6.3. Biedrības Ētikas padome savus lēmumus publicē savā tīmekļa vietnē, ievērojot aizskarto personu tiesības uz privātumu.