

Latvijas Mediju ētikas padome



Latvijas Mediju
ētikas padome



Biedrības “Latvijas Mediju ētikas padome” (LMĒP) mērķis ir veicināt ētiskas mediju prakses attīstību un sekmēt mediju pašregulāciju Latvijā.

Biedrība dibināta 2018. gadā, apvienojoties mediju nozares asociācijām un uzņēmumiem.

Biedrībā ir 44 biedri un divi asociētie biedri. Vēl 13 uzņēmumi un organizācijas apņēmušies ievērot Ētikas kodeksu bez biedra statusa.*

Darbības virzieni

Skaidrīte Lasmane,
LMĒP Ētikas padomes locekle:

”



“Ētikas loma ir divējāda – regulatīvā un vizionārā. Abas lomas ir saistītas, jo bez vīzijas ir neiespējami novērtēt, pārvaldīt un mainīt realitāti. Ētikas padome jau trīs gadus pārrauga Ētikas kodeksa ievērošanu, mūsu loma ir diagnosticēt un skaidrot, kā pēc iespējas precīzāk atveidot notikumus un kā tos pasniegt sabiedrībai. Tā kā mēs pārsvarā izskatām par mediju darbu iesniegtās sūdzības, tā ir regulatīvā ētikas loma. Taču ne mazāk svarīga ir vizionārā ētika – tā uzrunā un virza uz kaut ko pilnīgāku, citādu nekā pierasts, pārikdienišķu, ne tikai ikdienišķu. Tā ir ideju sistēma par vērtībām, par labo, sargājamo, saudzējamo, attīstāmo. Tā dod orientieri notiekošajā un mainīgajā pasaule – kas ir būtiskais, kā vērtēt notiekošo, uz ko tiekties, lai katrs, kopiena, sabiedrība dzīvotu piepildītu dzīvi, kas nes labumu ne tikai vienam pašam, katram atsevišķi, bet arī citiem un visiem kopā. Tāpēc, apzinoties mediju svarīgo lomu brīvā un atbildīgā sabiedrībā, LMĒP uzdevums ir, izsakoties rakstnieka Poruka vārdiem, būt par sabiedrības raugu, kas veicina pārmaiņas, būt par katalizatoru, fermentu, stimulu – stiprināt mediju kvalitāti, uzticēšanos, veicināt domu apmaiņu un virzīt godprātībai, taisnīgumam un saprātīgai kopdarbībai.”

Ētikas kodekss

Latvijas Mediju ētikas padomes izstrādātais Ētikas kodekss ir publisks un katram organizācijas biedram saistošs dokuments.

Ētikas kodeksa ievērošanu uzrauga biedru ievēlēta Ētikas padome, ko veido deviņi locekļi, kas tiek ievēlēti uz vienu gadu.

Ētikas padome izskata sūdzības par iespējamajiem Ētikas kodeksa pārkāpumiem.

Sabiedriskā darbība

Konferences, publiskas diskusijas par mediju vides aktualitātēm, piemēram, demokrātijas stiprināšanu, redakciju darba nozīmi, mediju un politiku attiecībām, mediju politikas mehānismiem, viltus ziņām, pandēmijas ietekmi uz mediju vidi.

Pētījumi par mediju tiesiskā regulējuma aktualitātēm un pilnveidošanas iespējām, žurnālistu un sabiedrības uzskatiem, mediju darba vērtējumu un lomu sabiedrībā.

Viedokļi par aktualitātēm mediju jomā, sabiedrības informēšana par Ētikas padomes darbu.



Noskaties ūsu
video par biedrību



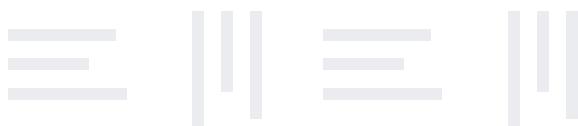
Latvijas Mediju
ētikas padome

Latvijas Mediju ētikas padomes izstrādātais Ētikas kodekss ir publisks pašregulācijas dokuments. Tas nosaka uzvedību un principus, par kuru ievērošanu ir vienojušies Biedrības biedri.

Kodekss aizstāv mediju brīvību un plurālismu, lai nodrošinātu mediju vides daudzveidību un vienlaikus veicinātu atbildīgu mediju praksi.

Kodeksa mērķis ir noteikt mediju profesionālās ētikas un uzvedības pamatprincipus informācijas iegūšanas, uzglabāšanas, apstrādes un izplatīšanas procesā.

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



Ētikas kodeksa galvenie principi



Latvijas Mediju
ētikas padome

Godprātība	Nav pieļaujama un ir novēršama nepatiesas, sagrozītas vai maldinošā formā pasniegtas informācijas, pārspīlējuma, stereotipizācijas publiskošana un centieni tīši un aizklāti ietekmēt auditoriju. Plašsaziņas medis pēc iespējas nodrošina šadas informācijas labošanu vai atsaukšanu.
Daudzveidība	Plašsaziņas līdzekļi nodrošina sabiedrības tiesības saņemt daudzveidīgu informāciju un viedokļus no dažādiem avotiem. Plašsaziņas mediji un ar tiem saistītās personas nēm vērā dažādus viedokļus arī gadījumā, ja tie šķiet personīgi nepieņemami.
Diskriminācijas un naida kurināšanas aizliegums	Plašsaziņas mediji rūpējas, lai publicētos materiālos un lasītāju komentāros nebūtu nauda runas, aicinājumu uz vardarbību un citas likumā aizliegtās darbības. Konstatējot šadas neatbilstības, tās ir pēc iespējas ātri jānovērš, tai skaitā ieviešot pašregulācijas mehānismus.
Faktu un viedokļu nošķirums	Izplatot informāciju ir skaidri jānošķir fakti no žurnālistu viedokļiem vai interpretācijas.
Redakcijas veidota satura un reklāmas nošķirums	Plašsaziņas medis nepieļauj slēptas reklāmas publiskošanu. Apmaksāts saturs tiek nepārprotami nošķirts no redakcijas veidotā satura.
Informācijas iegūšana un izmantošana	Plašsaziņas mediji iegūst pēc iespējas vairāk auditorijai būtiskas informācijas, lai izveidotu pēc iespējas objektīvāku plašsaziņas mediju saturu;
Faktu pārbaude	Plašsaziņas mediji izvairās no nepārbaudītas informācijas publicēšanas.
Autentiskuma pārbaude	Izmantojot attēlus un dokumentus publicējamā materiālā, ir jāpārliecinās par to autentiskumu;
Kritiska attieksme pret avotu	Iegūstot informāciju, tā ir kritiski jāizvērtē, nēmot vērā informācijas avota profesionālo, finansiālo vai citu ieinteresētību, kā arī iespējamos interešu konfliktus.
Cieņa	Plašsaziņas mediji atzīst un ciena ikvienu cilvēka unikālo vērtību, kas uzliek pienākumu šo vērtību apliecināt saskarsmē, tai skaitā sociālo tīklu vietnēs;
Saudzīga attieksme pret mazaizsargātām personām	Lai nenodarītu kaitējumu indivīdam, žurnālistam 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.
Piesardzība darbā ar nepilngadīgajiem	Iegūstot, apstrādājot un izplatot informāciju par bērniem un nepilngadīgajiem, ir jāievēro īpaša piesardzība, lai tiem nenodarītu kaitējumu.
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.
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.
Interēšu konflikta atklāšana	Interēšu konflikta gadījumā tas ir atklāti jādeklarē. Iespējama vai šķietama interešu konflikta gadījumā plašsaziņas medija pārstāvis nodrošina informāciju, kas liecina par interēšu konflikta neesamību vai atstatās no pienākumu veikšanas konkrētā jautājumā, lai nodrošinātu sabiedrības uzticību plašsaziņas medijam.
Caurskatāmība	Plašsaziņas mediji pēc iespējas nodrošina sabiedrības iespēju iepazīties ar informāciju par tā īpašniekiem, vadītājiem un patiesā labuma guvējiem.

Ētikas kodeksa ievērošana



Triju gadu laikā Latvijas Mediju ētikas padome ir sniegusi atbildes uz vairāk nekā 150 iesniegumiem no iedzīvotājiem un organizācijām par iespējamiem mediju ētikas pārkāpumiem. 51 gadījumā Ētikas padome sagatavojuusi detalizētu izvērtējumu sūdzībai un publisku atzinumu.* Ētikas padomes atzinumi ir publiski; tie pieejami www.lmepadome.lv

Daiga Sproģe,
LMĒP Ētikas padomes priekšsēdētāja:



“Uz Ētikas padomes atzinumu statistiku varam raudzīties divējādi. Trīs gados, kopš darbojas Ētikas padome, ir izveidota laba bāze mediju ētikas praksei. Ar konkrētu situāciju analīzi un ētikas pārkāpumu publiskošanu sabiedrība un mediji var labāk izprast, kā Ētikas kodekss ir piemērojams situācijās, ar kādām žurnālisti saskaras ikdienā. Turpretim fakts, ka divās trešdaļās gadījumu ētikas pārkāpumi netiek konstatēti, liecina, ka Ētikas padomei ir arī svarīga loma sabiedrības medijpratībā. Publiski izvērtējot katru šādu sūdzību, tiek veidota demokrātiskā un pilsoniskā sabiedrībā nepieciešamā izpratne, ka medijiem ir ne vien pienākumi, bet arī plašas tiesības un īpaša loma sabiedrībā. Tiem ir gan t.s. sargsuņa loma, ceļot gaismā sabiedrībai svarīgus jautājumus, gan plašas tiesības īstenošanai vārda brīvības principu, dodot vietu arī kādam netīkamiem viedokļiem un faktiem.”

Latvijas Mediju ētikas
padomes atzinumu
skaits un konstatētie
pārkāpumi

33
gadījumos nav
konstatēti pārkāpumi



18
gadījumos
konstatēti pārkāpumi

* Dati par periodu no 2019. g. līdz 2022. g. augustam

Ētikas kodeksa ievērošana

Skaidrīte Lasmane,
LMĒP Ētikas padomes locekle:

“



“Es gribētu, lai mēs padomājam, cik ļoti mediji šodien ietekmē sabiedrību un cik daudz ir vēl nezināmā un neizpētītā par to, kā mediji virza sabiedrības noskaņojumu, kā veido to vai citu attieksmi pret valsti, politisko eliti, vērtībām un cik daudz tieši digitalizētā tagadne jau ietekmē mediju komunikāciju ar sabiedrību. Mēs varam arī mazliet padomāt par to, ko nozīmē redakcionālā neatkarība. Latvijā daudzi grib būt neatkarīgi – tiesneši grib būt neatkarīgi, augstskolas, mediji aizstāv tiesības uz neatkarību. Neatkarību no kā? Neatkarības pieprasījums bieži vien ir tas, kas aizliedz, it kā nobloķē kritikas iespēju, kritiskas analīzes iespēju, paskatīšanos uz medija darbu no pragmatiska sabiedrības labuma viedokļa. Latvijas Mediju ētikas padome jau trīs gadus uztur balansu starp mediju neatkarību un mediju atbildību. Ētika nav soda instance. Tāpēc mēs izskatām sūdzības un nevis sodām, bet vairāk cenšamies daudzpusīgi vērtēt, dodam padomu, kā labāk, saprātīgāk, atbildīgāk uzrunāt auditoriju demokrātiskas vārda brīvības apstākļos.”

Ētikas pārkāpums?

Kā vērst Ētikas padomes uzmanību uz iespējamo mediju ētikas pārkāpumu?

Izmanto saziņas formu mājaslapā <https://www.lmepadome.lv>

Norādi publikāciju vai sižetu, kur pamanīji ētikas principu pārkāpumu

Apraksti pārkāpuma būtību un sniedz informāciju, kurš Ētikas kodeksa princips pārkāpts

Kā notiek Ētikas kodeksa pārraudzība?



Noskaties ūsu video



Latvijas Mediju
ētikas padome

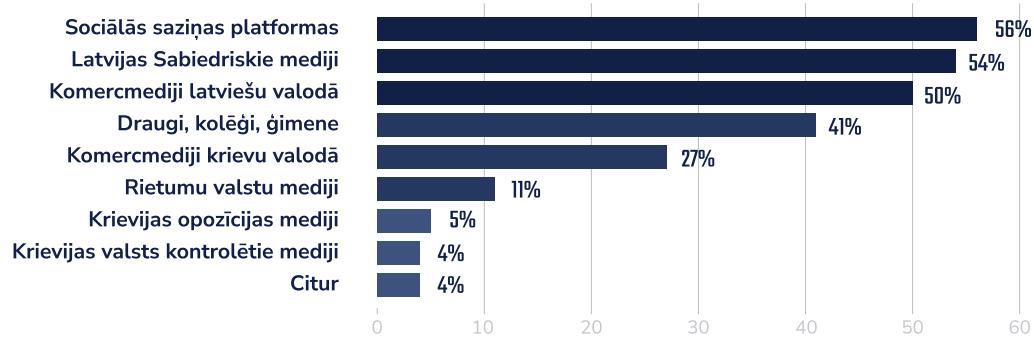
Informācijas avoti 2022



Latvijas Mediju ētikas padomes pētījums* liecina, ka sociālās saziņas platformas (Facebook, Twitter, Tiktok, Instagram, Youtube, Telegram u.c.) sāk ieņemt līderpozīcijas kā visbiežāk nosauktais informācijas ieguves kanāls. Ar to palīdzību informāciju iegūst 56% aptaujāto. Šīs platformas ir visbiežāk nosauktais informācijas iegūšanas avots jauniešu vidū - no tām informāciju iegūst 81% jeb četri no pieciem jauniešiem vecumā no 18 - 24 gadiem.

(*) Aptauju par Latvijas iedzīvotāju mediju izmantošanas ieradumiem un mediju darba vērtējumu Latvijas Mediju ētikas padomes uzdevumā veica pētījumu centrs SKDS 2022. gada septembrī pēc stratificētās nejaušās izlases principa dzīvesvietās intervējot 1019 Latvijas iedzīvotājus vecumā no 18-75 gadiem.

Kur Latvijas iedzīvotāji gūst informāciju par valstī un pasaulē notiekošo?



Vai īaut algoritmiem aizstāt mediju redakcijas?



Aleksandrs Mirlins,
LMĒP Ētikas padomes loceklis:

"Sociālās saziņas platformas ir neaizstājamas ar satura dažādību, informācijas aprites ātrumu un iespēju katram, arī tradicionālajiem medijiem, dalīties ar saturu. Vai ir iemesls bažīties?

Risku rada fakts, ka sociālās saziņas platformas ir neregulēti un bez redakcijas strādājoši satura apkopotāji un izplatītāji, kuru primārais mērķis ir ar algoritmu palīdzību noturēt lietotāju platformā iespējami ilgāk un pelnīt ar reklāmām. Šādām platformām ir arī milzīgs trūkums: tās nespēj nodrošināt vairāku sabiedrībai būtisku mediju ētikas principu ievērošanu, piemēram, godprātību informācijas sagatavošanā, manipulācijas aizliegumu, faktu un viedokļu nošķīrumu, satura objektivitāti, daudzpusīgumu informācijas pasniegšanā, faktu pārbaudi.

Esmu skeptisks par iespējām būtiski ietekmēt uz algoritmiem balstīto platformu kvalitāti. Drīzāk mums jācenšas saglabāt balansu, stiprinot tos Latvijas interneta, drukātos, radio un televīzijas medijus, kam ir redakcijas. Tikai redakciju vadītie mediji spēj nodrošināt, ka cilvēks saņem informāciju, kas atbilst mediju ētikas principiem, – godprātīgi sagatavotu, daudzpusīgu, iespējami objektīvu."

Vai vērts cīnīties par patiesību?

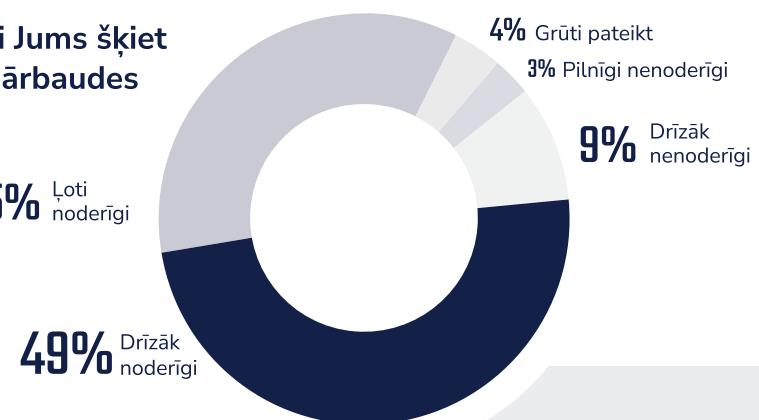


Latvijas Mediju
ētikas padome

Viltus ziņas un faktu pārbaude

Viltus ziņas ir nopietna problēma, kas vēl vairāk saasinājusies pandēmijas laikā un cilvēkiem arvien vairāk informācijas gūstot sociālās saziņas platformās. Mediju atbilde – vairāk faktu pārbaudes materiālu. Faktu pārbaudes publikācijas un sižeti ir relatīvi jauns žanrs Latvijas medijos. Medijiem sabiedrībā ir ne vien atbildība par pašu veidoto saturu, bet arī izmeklētāja un patiesības sargātāja funkcija situācijās, kad žurnālists redz, ka izplatās vai apzināti tiek izplatīta nepatiesa informācija. Latvijas Mediju ētikas padomes pētījums rāda, ka 39% Latvijas iedzīvotāju ir pamanījuši medijos faktu pārbaudes materiālus, kur žurnālisti veic dažādu publiskajā telpā pieejamu (piemēram, politiku vai kādu citu cilvēku izteiktu, vai sociālajās saziņas platformās izplatītu) izteikumu pārbaudi un cenšas noskaidrot, vai attiecīgie apgalvojumi atbilst patiesībai un nav melīgi, maldinoši vai neprecīzi. No tiem, kuri tos ir pamanījuši, 84% vērtē tos kā noderīgus, bet 12% aptaujāto šie materiāli nešķiet noderīgi.

Cik noderīgi Jums šķiet šeidi faktu pārbaudes materiāli?



Jānis Buholcs,

Vidzemes Augstskolas asociētais
profesors; LMĒP Ētikas padomes loceklis:

“Par spīti lielajai uzmanībai, kas pēdējo gadu laikā publiskajā telpā tiek pievērsta nepatiesai informācijai un cīņai ar to, dati liek domāt, ka šie centieni vai nu nav aizsnieguši ievērojamu daļu no sabiedrības, vai arī šī sabiedrības daļa šo žanru neatpazīst. Taču faktu pārbaudīšanas kā atsevišķa žanra neatpazīšana vēl nenozīmē, ka neviens šāds materiāls nav lasīts. Jāpiebilst, ka viena no šā žurnālistikas žanra problēmām ir tāda, ka faktu pārbaužu materiālu auditorija ne vienmēr labi sakrīt arī ar nepatieso izteikumu sākotnējo auditoriju – tie, kuri ir saskārušies ar nepatieso apgalvojumu, var nepamanīt vai nelasīt materiālus, kuros attiecīgais apgalvojums ir izvērtēts. Par to ir jādomā faktu pārbaudītājiem gan Latvijā, gan citās valstīs.”



Evita Puriņa,

“Re:Baltica” faktu pārbaudes projekta
“Re:Check” redaktore:

“Ir dažādi pētījumi, kas apliecinā – faktu pārbaude kā žanrs strādā. Protī, šādi skaidrojoši un atspēkojoši materiāli palīdz mazināt dezinformācijas un dažādu baumu izplatību, lai gan mazāk, nekā mēs to vēlētos. Visā pasaule faktu pārbaudītājiem objektīvi ir ierobežotas iespējas sasniegt un pārliecināt auditoriju, kas visvairāk saskaras ar nepatiesu vai maldinošu informāciju un visvieglāk tai notic. Turklāt Latvijā šis žurnālistikas žanrs ir salīdzinoši jauns, tāpēc nepilni 40% mūsu darbu pamanījušu cilvēku nav sliks rezultāts. Aptaujas rezultāti, protams, nozīmē, ka mums un citu mediju kolēģiem vēl vairāk jādomā par jauniem formātiem un platformām, lai skaidrojoša informācija nokļūtu arī līdz tiem, kuri paši to nemeklē un kuru attieksme pret žurnālistiem bieži vien ir visai rezervēta. Tāpat nav noslēpums, ka faktu pārbaudītāji ikdienā vairāk nekā citi žurnālisti saskaras ar negatīvu un pat klajīgi naidīgu attieksmi. Līdz ar to loti iepriecina un motivē ziņa, ka 84% no tiem, kas šo žanru ir pamanījuši, uzskata to par noderīgu.”



Mediju loma un atbildība



Gandrīz 87% Latvijas iedzīvotāju uzskata, ka medijiem jānodrošina satura daudzveidība un jāatspoguļo dažādi fakti un viedokļi, pat ja daļai sabiedrības tie ir nepieņemami.

Rakstos, sižetos ir jācenšas atspoguļot dažādi viedokļi, pat ja tie daļai sabiedrības liekas nepieņemami

(t.sk. par vēlēšanām, etniskajām attiecībām, vakcināciju, karu, pieminekļa nojaukšanu u.tml.)



42.4%
Pilnīgi piekrītu

44.4%
Drīzāk piekrītu

6.1%
Drīzāk nepiekritu

„

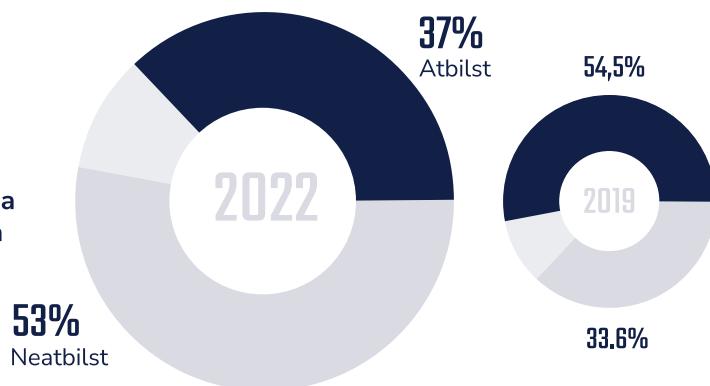


Gunta Līdaka,
LMĒP Ētikas padomes locekle:

“Latvijā lielais vairums cilvēku vēlas no medijiem saņemt daudzpusīgu informāciju, taču krīzes parāda, ka ir jāmācās, kā runāt ar auditoriju situācijās, kad patiesība liekas pašsaprotama, piemēram, par pandēmiju un karu. Šajos apstākļos daudzpusīgu informāciju sniegt nav vienkārši. No vienas puses – no medija gaida, ka tas paudīs attieksmi, rādīs risinājumu. No otras puses – ja cilvēki nesaņem pietiekami daudzpusīgu informāciju no medija, viņi to meklē citur, iespējams, arī neuzticamos avotos. Kara atspoguļojumā medijiem grūtības sniegt pilnu informāciju rada apstāklis, ka daļa informācijas nav pārbaudāma, bet citos gadījumos tās vienkārši nav. Tāpēc svarīgi cik iespējams objektīvi analizēt notikumus, balstīties uz faktiem, uzticamiem profesionāliem avotiem, atspoguļot dažādus aspektus. Svarīgi ir par šiem faktiem runāt, uzturēt viedokļu daudzpusību. Nepareizākais ir izlikties, ka citu viedokļu nav. Tas ir uzticešanās un mediju izdzīvošanas jautājums. Pat vienas jomas un nostājas ekspertu starpā viedokļi atšķirsies niānsēs un skatpunktos.”

Pēdējos trīs gados ir strauji mazinājusies Latvijas iedzīvotāju pārliecība, ka masu mediju sniegtā informācija ir objektīva. Par tās objektivitāti ir pārliecināti 37% aptaujāto, bet pretējās domās ir 53% aptaujāto (2019. gadā par informācijas objektivitāti bija pārliecināti 54,5% aptaujāto, bet pretējās domās bija 33,6%).

Vai Jūsuprāt masu
informācijas līdzekļos
atspoguļotā informācija
kopumā ir objektīva un
atbilst realitātei?



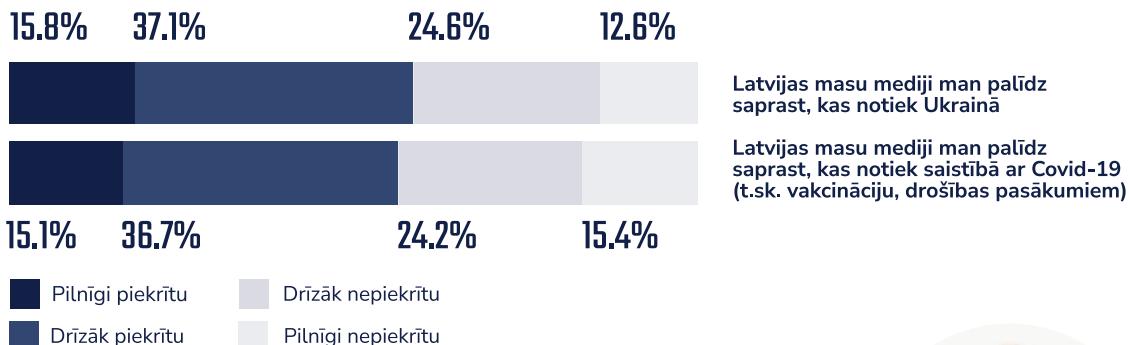
Mediju loma un atbildība



Latvijas Mediju
ētikas padome

Medijiem joprojām ir nozīmīga loma, sniedzot cilvēkiem informāciju par aktualitātēm. Piemēram, vairāk nekā puse (52,9%) aptaujāto atzīst, ka Latvijas mediji palīdz viņiem izprast notiekošo Ukrainā. Pretējās domās ir 37,2% aptaujāto.

Līdzīgās domās Latvijas iedzīvotāji ir par mediju darbu saistībā ar Covid-19 pandēmiju – 51,8% aptaujāto uzskata, ka mediji tiem ir snieguši noderīgu informāciju par vakcināciju, drošības pasākumiem un tamlīdzīgiem jautājumiem. Pretējās domās ir 39,6% aptaujāto.



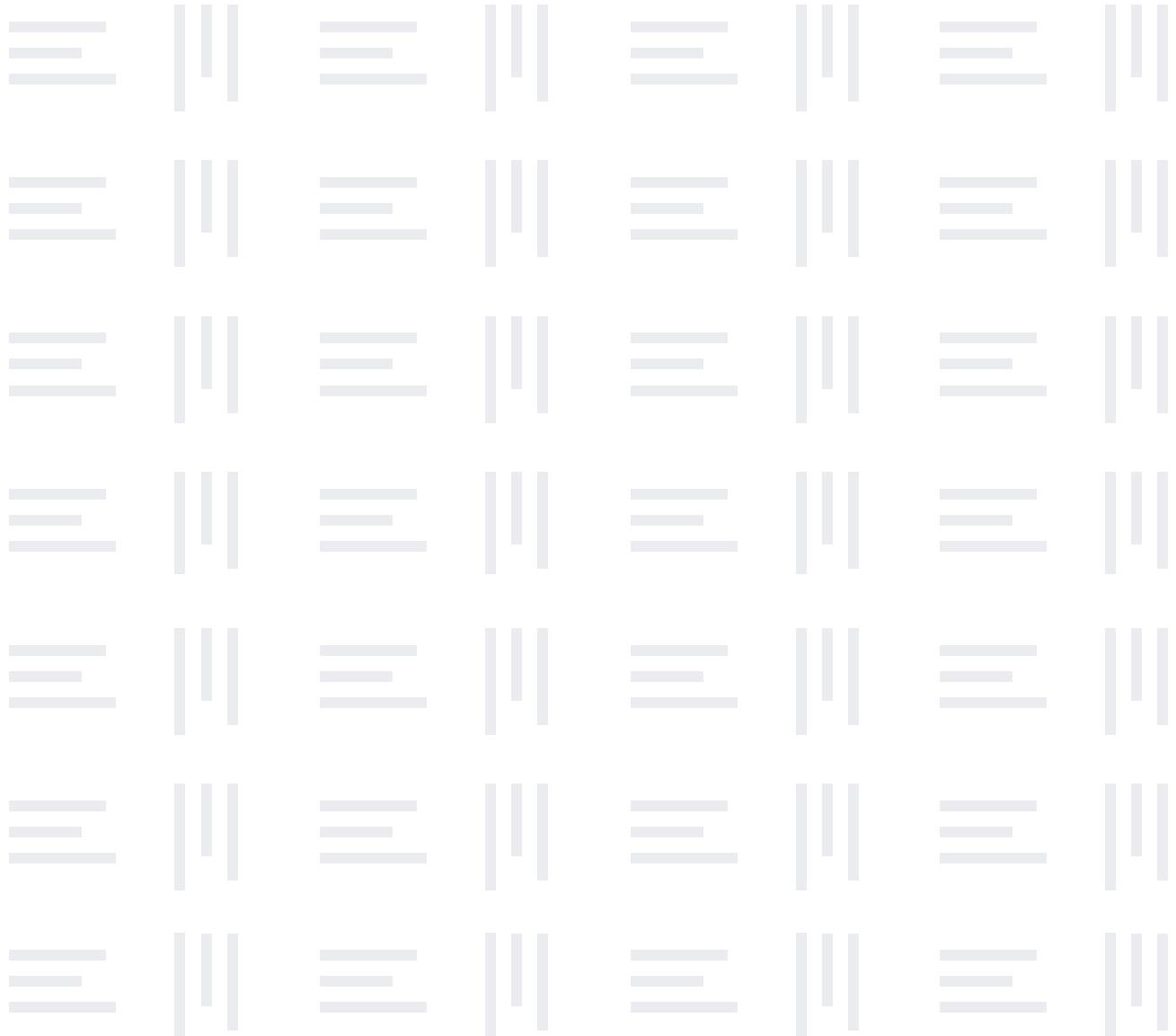
Skaidrīte Lasmane,
LMĒP Ētikas padomes locekle:



“Vēlos uzsvērt mediju lomu morālās atmosfēras, morālā klimata, morālā noskaņojuma veidošanā. Tas man šķiet tik svarīgi, ka vienmēr esmu ne ciniski, bet skeptiski izturējusies pret nostāju, ka medijam ir jābūt objektīvam, neitrālam. Objektivitātes jēdziens šodien ir daudzkārt apdomāts, jāsaka, ka pat ņaučīgs, jo medijs izvēlas notikumus, žurnālists izvēlas notikumus, to rāmējumu, izvēlas, par ko runāt, par ko nerunāt, kā runāt, kā nerunāt. Jo īpaši krīzes situācijās, kad apdraudēti cilvēki un vērtības, neutralitāte nav iespējama, tā ir pat amorāla un bīstama, lai arī cik ļoti kāds to formāli negribētu. To redzējām Covid-19 krīzē, bet jo īpaši Krievijas morāli ne ar ko neattraisojamā iebrukuma un Ukrainā sāktā kara sakarā.

Medijiem ir lielas iespējas veidot emocionālo noskaņojumu. Vēlos teikt paldies Latvijas medijiem un žurnālistiem par sprātīgā, līdzsvarotā un kopdarbīgā emocionālā noskaņojuma veidošanu Covid-19 izraisītās krīzes laikā. Mediji palīdzēja pārvarēt nevajadzīgas bailes, apjukumu, neziņas izraisītu haosu un stiprināt darbīgu līdzdalību krīzes pārvarēšanai. Arī Ukrainas kara laikā Latvijas mediju radītajā noskaņojumā dominē nepārprotams atbalsts Ukrainas valstij, solidaritāte ar to, palīdzības gatavība, līdzcietība kopā ar kara šausmu līdzpārdzīvojumu un asu protestu pret Krievijas imperiālismu un agresiju.

Tas, kas mediju radītajā noskaņojumā tiek veidots un ko vajadzētu vēl vairāk uzsvērt un pastiprināt, ir līdzcietība, kopdarbība un izturība. Solidaritāte ir ikviena indivīda pozitīvas līdzdalības aicinājums un, kas man liekas ļoti svarīgi, – izturības veicināšana, koncentrējoties ne vien uz ītaudību un upuru ciešanām, bet arī uz varību un uzvarēšanu. Turpretim tas, kas bloķē, vājina šo emocionāli labvēlīgā, pozitīvā noskaņojuma veidošanu, ir publiskais cinisms, kas dažkārt, ārpuskrīzes apstākļos, noderīgs dogmatiskas domāšanas pārvarēšanai, taču attur no konstruktīvas līdzdalības krīzes laikā. Publiskais cinisms ir kāda kopīgi atzītā lietderīguma atklāts apšaubījums un noliegums. Skepses un cinisma retorika, ko nereti piedzīvojam medijos, ir ironija, sarkasms, izsmiekls, nīrdzīgums, noniecinājums, ko visu kopā es apzīmētu ar vārdu īaunums. Tas pārpilda komentārus interneta medijos un izteikumus sociālajās platformās. Publiskais cinisms ir tas, kas bremzē pozitīvu līdzsiesaistes domāšanu, kas attur no sprātīgas un perspektīvas kopdarbības. To ir jāspēj atpazīt un saukt vārdā.”



Kultūras ministrija

Informatīvais materiāls par Latvijas Mediju ētikas padomes darbu
sagatavots ar Kultūras ministrijas finansiālu atbalstu.

Materiāls sagatavots 2022. gada novembrī.