

Biedrība "Latvijas Mediju ētikas padome"  
Jānis Lielpēteris  
Dzirnavu iela 21  
Rīga, LV-1010  
Latvija

Rīga  
2019. gada 29. novembris

## ATZINUMS

### MEDIJU ĒTIKAS JAUTĀJUMI: IZVĒLĒTĀ UZRAUDZĪBAS MEHĀNISMA PLUSU UN TĀ DARBĪBAS PLAŠUMA PRASĪBAS

#### IEVADS

- Pēc Latvijas Mediju ētikas padomes (turpmāk arī – MĒP vai Padome) 2019. gada 28. oktobra lūguma esam sagatavojuši Prezentāciju (.ppt formātā) par mediju ētikas jautājumiem: Latvijas mediju ombuda institūta analīzi un mediju ētikas regulatoru potenciālajām pilnvarām digitālajā laikmetā. Prezentāciju papildina Atzinums (t.i., šis dokuments), kurā plašāk aprakstītas Prezentācijā minētās tēzes.
- Prezentācija un Atzinums sagatavoti, balstoties uz Latvijas Republikas tiesību aktiem un publiski pieejamu informāciju par citās valstīs pastāvošajiem institūtiem.
- Prezentācijā un Atzinumā atspoguļoto jautājumu analīze ir veikta vidē, kur tiesību sistēma joprojām ir attīstības stadijā, tādējādi daļa no ierosinājumiem ir balstīti, galvenokārt, uz mūsu profesionālo izpratni, kā arī vispārējiem un konkrētās nozares tiesību principiem.

Zvērinātu advokātu biroja Sorainen vārdā

zvērīnāta advokāte, partnere Ieva Andersone  
zvērīnāts advokāts Andris Tauriņš  
juriste Madara Meļņika  
jurista palīdzē Krista Niklase

*dokuments ir sagatavots elektroniski un tādēļ nav parakstīts*

**SORAINEN**

**Rīga, Latvija**  
Kr. Valdemāra iela 21  
LV-1010 Rīga  
+371 67 365 000  
latvia@sorainen.com  
PVN reģ. nr. LV90002573483

**Tallina, Igaunija**  
+372 6 400 900  
estonia@sorainen.com

**Vilņa, Lietuva**  
+370 52 685 040  
lithuania@sorainen.com

**Minska, Baltkrievija**  
+375 17 306 2102  
belarus@sorainen.com

## Saturs

1.	Kāpēc Latvijā izvēlēts šāds mediju ētikas uzraudzības modelis? .....	3
1.1.	Citu valstu piemēri.....	3
1.2.	Valstu izveidoto institūtu nošķirošās pazīmes.....	7
1.3.	Valsts institūcijas (tiesībsargs): .....	7
1.4.	Vienpersonisks mediju ombuds .....	8
1.5.	Mediju padome kā pašregulācijas institūts:.....	8
1.6.	Apvienojošais modelis.....	9
2.	Latvijā izvēlēta modeļa priekšrocības.....	10
3.	Mediju ētikas starptautiskās aktualitātes un tendences .....	10
3.1.	Ētikas jautājumu problemātika Latvijā un ārvalstīs .....	10
3.2.	Ētikas un tiesību normu piemērošana pēc iespējas plašākam personu lokam.....	11
3.2.1.	Šībrīža regulējums Latvijā.....	12
3.2.2.	Plašsaziņas līdzekļa definīcija un ar to saistītās ētikas prasības.....	12
3.2.3.	Pret viltus ziņu mājaslapām piemērojamās normas .....	15
3.2.4.	Citas satura publicētājus internetā aptverošās tiesību normas, kas sevī ietver arī ētikas normas .....	15
3.2.5.	Ieteikumi MĒP sasniedzamības veicināšanai..... <b>Error! Bookmark not defined.</b>	
3.2.6.	Secinājumi par ētikas normu piemērošanas iespēju plašumu .....	17
3.3.	Ētikas normu piemērošanas izaicinājumi digitālajā laikmetā.....	18
3.3.1.	Citu valstu piemēri .....	18
3.3.2.	Secinājumi .....	22

# 1. KĀPĒC LATVIJĀ IZVĒLĒTS ŠĀDS MEDIJU ĒTIKAS UZRAUDZĪBAS MODELIS?

## 1.1. Citu valstu piemēri

Kā secināts 2018. gada 6. jūlijā Latvijas Žurnālistu asociācijai iesniegtā ZAB Sorainen pētījuma ietvaros,<sup>1</sup> pastāv dažādi mediju ētikas uzraudzības modeļi. Kā daži no valstu piemēriem minami:

- Lietuvas Žurnālistu Ētikas Inspektora birojs:
  - Inspektoru nominē mediju asociācijas un ieceļ parlaments;
  - Inspektoram nevar būt politisko saistību;
  - Darbu atbalsta viņa birojs; tā ir publiska institūcija, kuru finansē valsts budžets;
  - Inspektors ir atbildīgs Lietuvas parlamentam par savām ikgadējām aktivitātēm;
  - Institūta misija ir "nodrošināt, ka sabiedriskā informācija respektē cilvēktiesības un brīvības";
  - 2017. gadā bija 253 sūdzības - lielākā daļa par internetu un presi. 18 lēmumi pārsūdzēti Viļņas reģiona administratīvajā tiesā; 92% atstāti spēkā, 86% no tiesas sprieduma apelācijām Augstākā tiesa nepieņēma;
- Lietuvas Publiskās (sabiedriskās) informācijas ētikas asociācija:
  - Biedrība, kuru dibināja sabiedriskās informācijas izplatītāji un žurnālistu asociācijas, tomēr tās uzdevumus nosaka Sabiedriskās informācijas Akts (*Law on the Provision of Information to the Public*);
  - Radīta kā atsevišķa juridiskā persona;
  - Sabiedriskās informācijas ētikas komisija kā izpildorgāns, kurā ir 7 biedri, katrs no tiem pārstāv vienu dibinātājorganizāciju;
  - Iejaukšanās pašregulācijā, nosakot konkrētas darbības robežas;
- Igaunijas Preses Padome (preses ētikas komisija):
  - kritizēta, jo tā esot mediju īpašnieku varā un kalpo to interesēm;
  - Kritizēta arī padomes lēmumu objektivitāte, ņemot vērā, ka Padomē darbojas 6 mediju pārstāvji un 4 sabiedrības pārstāvji;
- Igaunijas sabiedriskā medija ombuds;
- Nīderlandes Preses Padome:
  - Padomē darbojas četri priekšsēdētāji, desmit žurnālistu pārstāvji un desmit nežurnālisti (laji);

---

<sup>1</sup> 37 lpp, nav publicēts.

- Vadītājs - augsta līmeņa žurnālists, viņa aizvietotāji - tiesu sistēmas pārstāvji. Vadītājs arī pārstāv Padomi;
- Sekretārs un vicesekretārs – juristi;
- Visu iesaistīto personu noslodze: no darba brīvajā laikā papildus pamata pienākumiem;
- Tiek iecelti amatā uz četriem gadiem ar iespēju atkārtot vienu termiņu;
- Pēc sūdzības iesniegšanas un izpētes veikšanas savāktie materiāli tiek nosūtīti četriem Padomes dalībniekiem (diviem žurnālistiem, diviem nežurnālistiem) un priekšsēdētājam, kas uzklausa abas puses un izlems par lietu;
- Vācijas Preses Padome:
  - Padomes Plēnumā darbojas 28 dalībnieki - no katras no četrām žurnālistu un izdevniecību dibinātājasociācijām tiek nosūtīti septiņi;
  - No plēnuma tiek ievēlētas sūdzību komisijas: divas vispārējās komisijas ar astoņiem dalībniekiem un viena ar sešiem dalībniekiem redakcionālajai datu aizsardzībai;
  - Priekšsēdētājs mainās katrus divus gadus, rotējot pa organizācijām. Arī paši žurnālisti un publicisti darbojas savās pozīcijās divus gadus;
  - Vairāk kā 95% Vācijas izdevniecību ir piekritušas šādai “kolēģu nosodījuma” (*peer scolding*) sistēmai;
- Somijas Preses Padome:
  - Padomē darbojas priekšsēdētājs un 10 biedri, kas tiek ievēlēti uz trīs gadiem. Septiņas personas pārstāv dažādas kompetences plašsaziņas līdzekļu jomā, bet trīs personas pārstāv sabiedrību;
  - Konsīlija darbību nosaka Harta, kuru ir parakstījušas visas organizācijas, kas piekritušas pašregulācijai un akceptējušas tās mērķus;
- Īrijas Preses Konsīlijs:
  - 13 dalībnieki, kurus ieceļ neatkarīga Iecelšanas Komiteja;
  - Biedri tiek meklēti publiska konkursa ceļā, ieceļot sešas personas, kas ir piekritušas iestāties komitejā;
  - Septītais biedrs ir priekšsēdētājs (neatkarīgs);
  - Pārējās sešas vietas ir rezervētas personām ar būtisku pieredzi žurnālistikā un preses industrijā; šīs personas tiek ieceltas, balstoties uz preses organizāciju nomināciju pamata;
- Dānijas Preses Padome:
  - Padomē darbojas priekšsēdētājs, priekšsēdētāja vietnieks un 6 citi biedri, kurus ieceļ tieslietu ministrs;

- Priekšsēdētājs un tā vietnieks ir juristi, kurus iesaka Dānijas Augstākā tiesa;
- Divus biedrus ieceļ pēc Dānijas žurnālistu biedrības ieteikuma;
- Divi biedri tiek iecelti, lai pārstāvētu drukātās preses un televīzijas redakcijas;
- Divus biedrus ieceļ kā sabiedrības pārstāvjus pēc Dānijas pieaugušo izglītības konsīlija ieteikuma;
- Lai izlemtu lietu, padomē darbojas četri cilvēki - viens no katras jomas;
- Bosnijas un Hercegovinas Preses Padome:
  - Kopsapulcē darbojas visi biedrības biedri. Tiekas vienreiz gadā;
  - Sūdzību komisija - padomdevējorgāns, kas darbojas biedrībā un kuru izveido valde uz divu gadu periodu ar atkal ievēlēšanas iespēju;
  - Sūdzību komisija tiekas pēc vajadzības, bet ne retāk kā četras reizes gadā;
  - Sūdzību komisijas biedri nevar darboties biedrības valdē un nevar būt politiķi un partiju aktīvistu, politisko institūtu biedri vai vēlēšanu institūciju aktīvistu;
  - Atbilstoši 2018. gada 26 jūnijā norādītajai informācijai šobrīd komisijā darbojas:
    - trīs dažādu universitāšu filozofijas fakultāšu profesori;
    - TV kanāla mājaslapas redaktors;
    - divi juristi (*lawyer*) no divām pilsētām;
    - tiesnesis;
    - trīs žurnālisti;
- Slovēnijas Preses tiesa un Ētikas komisija:
  - sūdzības izskata deviņi ievēlētie žurnālisti un redaktori un divi sabiedrības pārstāvji;
- Īrijas Mediju Ombuda un Mediju padomes līdzpastāvēšana:
  - No preses un valdības neatkarīgs preses konsīlijs un preses ombuds;
  - Īrijā izveidota īpaša komisija, kas kopīgi veidoja preses ombuda un preses konsīlija izveidi. Tās ietvaros kodeksa komisija, kurā darbojās pārstāvji no visas industrijas, ieskaitot galvenos redaktorus, piekrita ētikas kodeksam;
  - Institūtu izveides laikā daudz tika ņemts vērā Tieslietu ministrijas viedoklis;
- Beļģijas NVO Raad vood de Journalistiek:
  - Padomes Sekretārs ir arī RVJ ombuds, kas atbild uz sabiedrības jautājumiem par preses ētiku;
  - Kad sūdzība ir iesniegta, sekretārs sazinās ar iesaistītajām pusēm un mediācijas procesa ietvaros mēģina panākt izlīgumu, kas izdodas aptuveni 30% gadījumu;
  - Ja izlīgums nav iespējams, sūdzību nodot RVJ;

- Pēc pušu uzklaušanās, padome pieņem lēmumu, kas tiek publicēts padomes mājaslapā un žurnālā "De Journalist"; lēmuma īsu kopsavilkumu publicē arī iesaistītais medijs;
- Zviedrija (uzmanības vērts piemērs – 1916. gada institūts):
  - Zviedrijas sistēma nav balstīta likumos. Tā ir pilnībā brīvprātīga un to finansē Nacionālais Preses Klubs, Zviedrijas Žurnālistu Apvienība, Zviedrijas Mediju Publicētāju Asociācija un Žurnālu Publicētāju Asociācija, kuras arī ir pieņēmušas Zviedrijas Preses, Radio un Televīzijas Ētikas Kodeksu;
  - Preses Padomes priekšsēdētājs ir tiesnesis. Kā biedri darbojas viens pārstāvis no katras no 4 organizācijām un trīs sabiedrības pārstāvji, kuriem nav ļauts būt ar jebkāda veida sasaisti ar avīžu izdošanu vai preses organizācijām;
  - Preses Ombudu ieceļ komisija, kuras sastāvā ir galvenais parlamentārais tiesībsargs, Zviedrijas advokātu kolēģijas priekšsēdētājs un apvienoto preses organizāciju priekšsēdētājs. PO darba devējs ir Preses Ombuda Fonds, kuru administrē un sponsorē Nacionālais Preses Klubs, Zviedrijas Žurnālistu Apvienība, Zviedrijas Mediju Publicētāju Asociācija un Žurnālu Publicētāju Asociācija;
  - Preses ombuds nodrošina sabiedrībai informāciju un attīsta tās izpratni saistībā ar preses ētikas jautājumiem (publiski pasākumi, lekcijas, raksti specializētajos un vispārīgajos žurnālos, lekcijas žurnālistu izglītības centros);
  - Preses ombuda centrālā kompetence: nodrošina padomu un palīdzību indivīdiem, kas jūtas aizvainoti ar internetā, avīzē vai citā periodiskā izdevumā publicētu informāciju; arī uzsāk lietu pēc savas iniciatīvas;
  - Pēc sūdzības saņemšanas preses ombuds izskata, vai to var labot faktu kļūdas labojums vai replikas publicēšana. Šajā nolūkā preses ombuds var sazināties ar avīzi. Ja tas nav iespējams, preses ombuds var uzsākt izmeklēšanu, ja tas uzskata, ka varētu būt pārkāpti labas prakses principi. Preses ombuds var lūgt avīzes redaktoram atbildēt uz izteiktajiem pārmētiem. Personai savukārt ir dota iespēja komentēt avīzes atbildi;
  - Kad izmeklēšana ir pabeigta, preses ombuds var izbeigt lietu, ja nav pietiekami svarīgs jautājums, lai izteiktu avīzei kritiku, vai nodot informāciju Preses Padomei, lai tā pieņemtu nolēmumu;
  - Ja lieta izbeigta, viena mēneša laikā var iesniegt apelāciju Padomē;
  - Ja preses ombuds izlemj, ka lietu jānodod Preses Padomei, vispirms jāpastāv šādiem kritērijiem:
    - Sūdzībai ir jēgpilns pamats;
    - Sūdzībai ir nozīme, gan attiecībā uz (ētikas) pārkāpumu, gan personai nodarīto kaitējumu;
    - Sūdzība attiecas uz relatīvi nesenu publikāciju;

- Ja preses ombuds ir atteicies sūdzību iesniegt tālāk un persona ar publikāciju ir tieši aizskarta, viena mēneša laikā tā sūdzību var tieši nodot Preses padomei;
- Pēc preses ombuda un/vai Padomes starpniecības izmantošanas persona var vērsties tiesā;
- Gadā 350-400 sūdzības. 30% izskata Padome pēc preses ombuda pieprasījuma vai apelācijas ietvaros, pārējās ir nepamatotas vai pats izdevums publicējis atvainošanos, repliku u.c. 10-15% sūdzību - Preses Padomes formālā kritika.

## 1.2. Valstu izveidoto institūtu nošķirošās pazīmes

No piemēriem, kā arī Latvijā jau eksistējošo institūtu (Tiesībsargs, LŽA) apzināšanas un analogijas piemērošanas secināms, ka preses kontroli iespējams izveidot vienā no četriem formātiem:

- kā valsts apstiprinātu tiesībsargu;
  - kā mediju ombudu: vienu nozarē atzītu un autoritatīvu personu, kas vienpersoniski pieņem lēmumus, sniedz atzinumus;
  - kā mediju pārstāvju izveidotu institūciju;
  - kā mediju ombuda un mediju padomes kopinstitūciju, nodalot kompetences;
- Katram no piemēriem ir savi plusi un mīnusi.

## 1.3. Valsts institūcija (tiesībsargs)

Plusi	Mīnusi
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Aptver visus medijus, nevis tikai reģistrētos vai tos, kas piekrituši šādai sistēmai.</li> <li>○ Lielākas iespējas aptvert arī sabiedriskos medijus.</li> <li>○ Valsts finansējuma piesaiste. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Jau šobrīd paredzētie līdzekļi?</li> </ul> </li> <li>○ Šķietami objektīvāks sabiedrības un politiķu acīs.</li> <li>○ Viena persona kā autoritāte – reprezentatīvi.</li> <li>○ Līdzība ar tiesībsarga institūtu – lielāka personu izpratne.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Pamatnostādnes paredz pašregulāciju – daļēji neatbilst mērķim. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Arī vispārīgi attālināts no pašregulācijas tās tipiskā formā.</li> </ul> </li> <li>○ Sarežģītāka institūta ieviešana (valsts institūts, jāveido speciāls likums, sarežģītāka ombuda iecelšana).</li> <li>○ Vairāk vienpersonisks.</li> <li>○ Ļoti atkarīgs no ieceltās personas autoritātes.</li> <li>○ Lielāka atkarība no valsts budžeta, Saeimas labvēlības. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Jāietver likumā budžeta stabilitātes klauzulas.</li> </ul> </li> <li>○ Saeimas iesaiste ombuda iecelšanā.</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pazīstams institūts, ņemot vērā, ka Latvijā nav spēcīgas mediju pašregulācijas tradīcijas.</li> <li>○ Stabils – nodibināts ar likumu.</li> <li>○ Pilnas slodzes darbs – ātrāka sūdzību izskatīšana, rūpīgāks mediju telpas monitorings, vairāk iesaistes.</li> <li>• Piem.: Igaunijas mediju ombuds apsolījis atbildēt uz sūdzībām 10 dienu laikā, bet iespēju robežās vēl ātrāk.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Var norādīt uz neitralitāti; izvirzīšanā un iecelšanā iesaistītas visas puses.</li> </ul>
---	--

#### 1.4. Vienpersonisks mediju ombuds

Plusi	Mīnusi
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Pilnas slodzes darbs – ātrāka sūdzību izskatīšana, rūpīgāks mediju telpas monitorings, vairāk iesaistes.</li> <li>○ Personiskas atbildības uzņemšanās.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Pamatnostādnes paredz pašregulāciju – daļēji neatbilst mērķim. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Arī vispārīgi attālināts no pašregulācijas tās tipiskā formā.</li> </ul> </li> <li>○ Ļoti atkarīgs no ieceltās personas autoritātes.</li> <li>○ Starptautiski reti sastopams;</li> <li>○ Mediju ombuda atzinumi ir saistoši (tikai) tiem medijiem, kuri iestājušies biedrībā vai pievienojušies ētikas kodeksam.</li> </ul>

#### 1.5. Mediju padome kā pašregulācijas institūts

Plusi	Mīnusi
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Apvieno visus mediju pārstāvjus vienā biedrībā.</li> <li>○ Pašregulācija kā starptautiski atzītais labākais variants: preses padomju pārsvars lielākajā daļā valstu.</li> <li>○ Koleģiāls institūts pārvaldē un ētikas jautājumu izvērtēšanā.</li> <li>○ Elastīgāka pārvalde: vienkāršāk grozīt statūtus, sadalīt uzdevumus, sekot līdzi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Izmaksas tikai uz mediju organizāciju pleciem.</li> <li>○ Pārmetumi no politiķu/sabiedrības puses par neobjektivitāti – pastāv tieša sasaiste ar žurnālistiem.</li> <li>○ Varētu darboties tikai attiecībā uz tiem medijiem, kas piekrituši šāda veida sistēmai.</li> </ul>



<p>aktualitātēm un atbilstoši pielāgot institūcijas darbu.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Vienkāršāk sadalāmi uzdevumi (nav viss uz vienas personas pleciem).</li> <li>○ Jau pastāv līdzīgi institūti – vieglāk ieviešams.</li> <li>○ Vieglāk norobežoties no politiskās ietekmes.</li> <li>○ Iespēja kļūt par AIPCE – Alliance of Independent Press Councils of Europe – biedru (<a href="http://www.aipce.net/">http://www.aipce.net/</a>) .</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apšaubāmi, ka aptvers sabiedriskos medijus;</li> <li>• Ļoti nozīmīga būtu vara nosodīt “klikšķu ēsmas” – šo mājaslapu īpašnieki vai pārvaldnieki diez vai pievienosies šāda tipa organizācijai;</li> <li>• Tomēr pastāv iespēja šo problēmu novērst ar paziņojumu institūtu, Padomei izsakot nesaistošu viedokli arī par šādām lapām.</li> <li>○ Kopē (pavērs plašākā mērogā) jau esošos institūtus.</li> <li>○ Nepieciešama visu (maksimāli daudz) mediju organizāciju sadarbība.</li> <li>○ Relatīvi vienkārša darbības izbeigšana (iestājoties Biedrību un nodibinājumu likumā noteiktajiem kritērijiem).</li> <li>○ Darbs kā blakus slodze – sūdzības izskata Sūdzību komisijas sanāksšanas reizēs, mediju monitoringam un citām aktivitātēm nepieciešami īpaši aktīvi biedri.</li> </ul>
---	--

## 1.6. Apvienojošais modelis

- 1. variants: tiek veidots gan Ombuda, gan Mediju Padomes institūts pēc Zviedrijas vai Beļģijas parauga.
- 2. variants: ombudu ievēl un finansē paši mediji, piemēram, trīs lielāko mediju nevalstisko organizāciju un žurnālistu nevalstisko organizāciju pārstāvji, Nacionālās elektronisko plašsaziņas līdzekļu padomes pārstāvis un tiesībsargs. Tam ir visas mediju tiesībsarga kā valsts amatpersonas (t.i., tiesībsargam identiskas amatpersonas) funkcijas, nodalot to no valsts amatpersonas statusa un sasaistes ar Saeimu, bet tomēr nostiprinot ombuda stāvokli Mediju likumā.

Plusi	Mīnusi
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Samazināta sabiedrības izpratne,</li> <li>○ Mazāk reprezentatīvs ombuds,</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Pārsūdzības iespējas,</li> <li>○ Sadalītas funkcijas,</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Neskaidrība, kurā gadījumā kurš orgāns izsaka publisko viedokli,</li> <li>○ Ombuda “bezzobainība” (ja tam ir tiesības tikai veikt mediāciju),</li> <li>○ Potenciāli lielākas izmaksas par divām institūcijām.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Ombuds visām pusēm uzticams kā mediators, jo zināms, ka tas nevar uzlikt nekāda veida sankcijas.</li> </ul>
---	--

## 2. LATVIJĀ IZVĒLĒTĀ MODEĻA PRIEKŠROCĪBAS

Secināms, ka Latvijas mediju ētikas padome kā Latvijas modelis izvēlēts:

- pirmkārt, daudzskaitlīgo citu valstu piemēru un pieredzes dēļ;
- otrkārt, starptautisko institūciju, piemēram, Eiropas Komisijas uzsvērtās pašregulācijas nozīmes dēļ;
- treškārt, jo tā vislabāk atbilst Ministru kabineta 2016. gada 8. novembra rīkojumam Nr. 667 “Par Latvijas mediju politikas pamatnostādņēm 2016.-2020. gadam”, ar kuru apstiprinātas minētās pamatnostādnes.

Šāda institūta izveide bija krietni vienkāršāka kā jaunas valsts institūcijas izveide. Turklāt MĒP eksistence arī neizslēdz tās attīstību un modifikāciju, piemēram, par divpakāpju sistēmu, kas būtu līdzīga Zviedrijā eksistējošajam institūtam.

Būtiski, ka šāds institūts vislabāk nodrošina mediju neatkarību no nevēlamas valsts institūciju un politiskās ietekmes un tas var gan efektīvi aizsargāt medijus no nepamatotiem uzbrukumiem, gan izteikt aizrādījumus pašiem medijiem.

Lai gan institūtam ir savi mīnusi, piemēram, attiecībā uz viltus ziņu analīzi un to mediju tvērumu, kas nav pievienojušies organizācijai, plusi, tostarp neatkarība no politiķiem, tos atsvēr.

## 3. MEDIJU ĒTIKAS STARPTAUTISKĀS AKTUALITĀTES UN TENDENCES

### 3.1. Ētikas jautājumu problemātika Latvijā un ārvalstīs

Analizējot mūsdienu mediju tendences, secināms, ka ētikas jautājumu problemātika mūsdienu mediju vidē saistās:

- pirmkārt, ar jautājumu, kā un vai medijiem pielīdzinājamiem informācijas publicētājiem (interneta mājaslapas, viltus ziņu lapas, *influenceri*) iespējams piemērot ētikas normas, it sevišķi ņemot vērā šībrīža normu un sociālo platformu pārklāšanos, un,

- otrkārt, ar ētikas normu izaicinājumiem digitālajā vidē, piemēram, sociālajos tīklos publicētas informācijas pārpublicēšanas medijos vai personām pilnībā identisku neīstu video radīšanas un izmantošanas (*deepfakes*) tiesiskumu.

### **3.2. Izaicinājums Nr.1: ētikas un tiesību normu piemērošana pēc iespējas plašākam personu lokam**

#### **3.2.1. *Ētikas normu specifika***

Izšķir trīs jēbūtības normu kategorijas: 1) morāle; 2) tikumi; 3) tiesības.<sup>2</sup>

Morāle jeb tikumības normas nosaka cilvēka sirdsapziņas pienākumus. Tikumības normas orientē cilvēku uz tikumiski labo un pareizo. Morāles normas veido pati sabiedrība, realizējot savu iekšējo apziņu saskatāmā veidā. Te var runāt par sabiedrisko morāli, kura izpaužas valdošajos uzskatos par tikumiski pareizo. Sabiedrisko morāli ietekmē sabiedriskās institūcijas, cilvēku vadošās sociālās grupas. Sabiedriskā morāle mainās laika gaitā. To ietekmē sabiedrības dzīves apstākļi, politiskie notikumi un citi apstākļi. Tiesību normu jaunrades procesā morāles un ētikas normu ievērošanai ir liela nozīme.<sup>3</sup> Morāles normas ir tikumisko priekšstatu forma, kurā fiksēts pamatatzinums, uzvedības paraugs, noteikums, prasība pret daudzām viena tipa rīcībām. Novirzes no morāles normu priekšrakstiem un to pārkāpšana, neievērošana tiek aplūkotas kā ļaunais, bet ievērošana – kā labais.<sup>4</sup>

Tiesību norma ir abstrakts, vispārīgs un saistošs sabiedrības uzvedības priekšraksts. Tiesību normas attiecas uz visiem sabiedrības locekļiem un uz abstraktu vairākkārtēju gadījumu skaitu. Tiesību norma nav domāta atsevišķa indivīda vienreizēja gadījuma regulēšanai. Tiesību norma attiecas ne tikai uz vienu konkrētu situāciju, bet uz visām tiesību normā ietvertajām abstrakti aprakstītajām situācijām.<sup>5</sup>

Morāles normas tiek nereti iekļautas tiesību normās, lai pastiprinātu to saistošo raksturu un nostiprinātu noteiktas morāles vērtības visaugstākajā līmenī vai arī palīdzētu tiesību piemērotājam sarežģītus neviennozīmīgus gadījumus atrisināt, ievērojot ne tikai tehniskos tiesību risinājumus, bet arī morāles kategorijas.<sup>6</sup>

Likums ir skaidri definēts izpildāmu noteikumu kopums, kas attiecas uz visiem, bet ētika ir personisks jautājums, kas atspoguļo, kā cilvēks izvēlas vadīt savu dzīvi. Likums ir minimāls paredzamās uzvedības rādītājs, kas jāievēro ikvienam. Turpretim ētika ir augstāks, bet neobligāts uzvedības/rīcības līmenis. Viedoklis ir šāds: “Ir jauki būt ētiskam, bet mūsu rīcībai

---

<sup>2</sup> J. Neimanis. Ievads tiesībās. Rīga, 2004. 43. lpp.

<sup>3</sup> Turpat.

<sup>4</sup> V. Jakubaņecs. Tiesību normas. 2. izdevums. Rīga: P&Ko, 2002. 28. lpp.

<sup>5</sup> J. Neimanis. Ievads tiesībās. Rīga, 2004. 45. lpp.

<sup>6</sup> J. Neimanis. Ievads tiesībās. Rīga, 2004. 44. lpp.

jābūt likumīgai.”<sup>7</sup> Saistošais spēks rodas tikai tad, ja persona pati pieņem ētikas kodeksu kā saistošu kādas grupas ietvaros.

Tas nozīmē, ka tik ilgi, kamēr ētikas (morāles) normas nav iekļautas tieši piemērojamās tiesību normās, tās nevar attiecināt uz visiem sabiedrības locekļiem. Ētikas normas uz kādu konkrētu sabiedrības grupu var attiecināt tikai tad, ja sabiedrības grupa šīs normas ir atzinusi par sev saistošām pašregulācijas ceļā, piemēram, radot kādu organizāciju un pieņemot tās ētikas kodeksu. Personām ārpus konkrētās organizācijas ietvara organizācijas izvēlētais ētikas kodekss nebūs saistošs. Arī žurnālistu sabiedrisko organizāciju ētikas kodeksi attiecas tikai uz šo organizāciju biedriem, kas pārstāv nelielu mediju profesionāļu daļu.<sup>8</sup> Tas tieši atzīts arī Latvijas mediju ētikas padomes ētikas kodeksā: “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.”<sup>9</sup>

Šī ir uzskatāma par galveno Mediju Ētikas Padomes problēmu un izaicinājumu digitālajā laikmetā – lielākā daļa pārkāpēju ir personas ārpus MĒP biedru un attiecīgi arī ētikas kodeksa darbības un Padomes kompetences loka. Līdz ar to turpmākajās šīs nodaļas apakšnodaļās izvērstā analīze kā iespējams nodrošināt ētikas normu kompetenci arī pār personām, kas acīmredzami rīkojas neētiski, bet kuras nav MĒP biedri.

### 3.2.2. *Mediju štrīža regulējums Latvijā*

#### (a) *Plašsaziņas līdzekļa definīcija un ar to saistītās ētikas prasības*<sup>10</sup>

Latvijā ētikas normas pagaidām tiek piemērotas tikai medijiem. Līdz ar to būtisks ir jautājums, kas būtu atzīstams par “mediju”.

Atbilstoši likuma “Par presi un citiem masu informācijas līdzekļiem” (Preses likums) 2.panta pirmajai daļai,<sup>11</sup> Latvijā medija definīcija balstīta satura piegādes formās jeb tehnoloģijās: “[..] *prese un citi masu informācijas līdzekļi [..] ir avīzes, žurnāli, biļeteni un citi periodiski izdevumi (iznāk ne retāk kā reizi trīs mēnešos, vienreizējā tirāža pārsniedz 100 eksemplārus), kā arī elektroniskie plašsaziņas līdzekļi, kinohronika, informācijas aģentūru paziņojumi, audiovizuāli ieraksti, kas paredzēti publiskai izplatīšanai. Interneta vietni var reģistrēt kā masu informācijas līdzekļi*”.

Tātad plašsaziņas līdzekļa obligāta pazīme ir atbilstība vienai no Preses likuma 2.panta pirmajā daļā minētajām satura piegādes formām. Par obligātu pazīmi atzīstama arī Preses likuma

<sup>7</sup> Khanka S.S. Business Ethics and Corporate Governance (Principles and Practices). S. Chand Publishing, 2014, p. 40.

<sup>8</sup> Rožukalne A. Tiesas un mediji. Atrisināmas vai neatrisināmas pretrunas?. Jurista Vārds, 27.06.2017., Nr. 27 (981), 17.-20.lpp.

<sup>9</sup> Ētikas kodeksa 2.1. punkts.

<sup>10</sup> Izraksts no vēl npublicētas I.Andersones un M.Meļņikas nodaļas grāmatā Informācijas sabiedrības tiesības U.Ķīņa redakcijā.

<sup>11</sup> Likuma Par presi un citiem masu informācijas līdzekļiem 2.p. Pieņemts 20.12.1990. *Latvijas Republikas Augstākās Padomes un Valdības Ziņotājs*, 5/6 14.02.1991.

4.panta pirmajā daļā norādītais darbības veids un saturs: “masu informācijas līdzekļi vāc, sagatavo un izplata informāciju”.

Papildu tam, plašsaziņas līdzekļa obligāta pazīme ir arī tā dibināšanas un izdošanas fakts, un attiecīgi dibinātāja un izdevēja esamība,<sup>12</sup> kā arī neatkarīgas redakcijas esamība.<sup>13</sup> Tomēr ne visas publikācijas, kas tiek izdotas, ir uzskatāmas par plašsaziņas līdzekļiem, jo Preses likuma 2.panta otrā daļa sašaurina subjektu loku, norādot, uz ko likuma noteikumi neattiecas.<sup>14</sup> Visbeidzot, likums nosaka, ka informācijas līdzekļi ir jāreģistrē.<sup>15</sup>

Secināms, ka pašlaik no Preses likuma izrietošā definīcija, pirmkārt, nosaka konkrētu masu medija jēdziena izpratni – par masu informācijas līdzekli var tikt atzīts tikai 2.panta pirmajā daļā iekļauts reģistrēts informācijas līdzeklis, kas atbilst 4. un 8.pantā noteiktajām pazīmēm. Otrkārt, šāda definīcija sniedz plašsaziņas līdzekļu piemērus, bet nedefinē, kas tie būtībā ir. Treškārt, no Preses likumā plaši aprakstītās reģistrācijas procedūras varētu šķist, ka mediji savu statusu un visas privilēģijas, piemēram, avotu aizsardzību, teorētiski iegūst tikai pēc reģistrācijas (taču šādas konkrētas prasības likumā nav). Tādēļ pirmšķietami varētu uzskatīt, ka likums nosaka reģistrācijas esamību kā plašsaziņas līdzekļa obligātu pazīmi. Tajā pašā laikā neregistrētiem medijiem, kas tomēr pēc savas būtības būtu pielīdzināmi reģistrētajiem medijiem (piemēram, interneta vietnēm, kurās tiek publicēti dažādi ziņām līdzīgi paziņojumi), likums tieši nenosaka pienākumus un ierobežojumus.

Reaģējot uz šiem problēmjasautājumiem, jau 2012. gadā Augstākās Tiesas Senāts atzina, ka Preses likuma 2. pantā noteiktais masu informācijas līdzekļu uzskaitījums nav izsmeļošs un attiecīgi reģistrācijas fakts nav uzskatāms par plašsaziņas līdzekļa obligātu pazīmi, bet gan tikai par fakultatīvu.

Lietas galvenais jautājums bija, vai interneta portālam *apollo.lv*, kas nebija reģistrēts kā masu informācijas līdzeklis, būtu piemērojamas Preses likuma normas. Gramatiski interneta vietnes nebija iekļautas Preses likuma 2. panta sākotnējā redakcijā. Tomēr, Senāta ieskatā, veicot tiesību tālākveidošanu, minētā tiesību norma attiecināma arī uz tiem masu informācijas līdzekļiem, kas darbojas interneta vidē un veic Preses likuma 4. pantā noteiktās darbības.<sup>16</sup> Turklāt būtiski, ka gala spriedums lietā tika pieņemts pēc 2011. gada 22. septembra grozījumiem Preses likumā, kas noteica, ka interneta vietni *var reģistrēt* kā masu informācijas līdzekli. Senāta ieskatā, šie grozījumi apstiprināja tā viedokli, ka likumdevēja griba nav izslēgt no masu informācijas līdzekļu loka interneta portālus. Savukārt fakts, ka analizētais interneta portāls atbilstoši Preses likuma 9. pantam nebija reģistrēts Uzņēmuma reģistra masu informācijas līdzekļu reģistrā, Senāta ieskatā, nebija atzīstams kā portāla statusu mainošs, “jo lēmums izdarīt Uzņēmumu reģistrā ierakstu tikai publiski konstatē jau pastāvošo tiesisko

---

<sup>12</sup> Preses likuma 8.panta pirmā daļa nosaka, ka “tiesības dibināt un izdot masu informācijas līdzekļus ir juridiskajām un fiziskajām personām, kā arī personālsabiedrībām.”

<sup>13</sup> Preses likuma 8.panta otrā daļa paredz, ka “attiecības starp dibinātāju, izdevēju un redakciju regulē līgums”, bet 16.panta ceturtnā daļa precizē, ka redaktors, veicot savus pienākumus, ir neatkarīgs, no kā secināma arī obligāta redakcijas neatkarības pazīme.

<sup>14</sup> “Šā likuma noteikumi neattiecas uz valsts varas un pārvaldes institūciju instrukcijām, normatīvajiem aktiem, tiesu un arbitrāžas prakses periodiskajiem biļeteniem, mācību un zinātnisko iestāžu izdotajiem materiāliem un pašvaldību informatīvajiem izdevumiem.”

<sup>15</sup> Likuma Par presi un citiem masu informācijas līdzekļiem 2.p. Latvijas Republikas Augstākās Padomes un Valdības Ziņotājs, 5/6.

<sup>16</sup> Latvijas Republikas Augstākās tiesas Senāta Civillietu departamenta 2012. gada 17. oktobra spriedums lietā Nr. SKC-637/2012, 11. punkts.

statusu, nevis to rada”<sup>17</sup>. Tas nozīmē, ka masu informācijas līdzekļa definīcija piemērojama arī neregistrētiem interneta portāliem.

Šis spriedums ir spilgts piemērs saturiskajai plašsaziņas līdzekļu definīcijas pielietošanai praksē. Interneta portāls arī bez reģistrācijas tika atzīts par plašsaziņas līdzekli, jo tā darbība atbilda Preses likuma 4. pantam: norisinājās informācijas vākšana, sagatavošana un izplatīšana, tā apstiprinot, ka šis darbības veids ir plašsaziņas līdzekļa obligāta pazīme. Turpmākajā tiesu praksē, atsaucoties uz šo spriedumu, Preses likuma normas tika piemērotas arī attiecībā uz tādiem konkrētajā brīdī neregistrētiem interneta portāliem kā “kasjauns.lv”<sup>18</sup> un “delfi.lv”<sup>19</sup>. Īpaši interesants ir Administratīvās apgabaltiesas 2018. gada 12. jūlija spriedums, kura ietvaros, cita starpā, tiesa aktīvi ir analizējusi<sup>20</sup> Eiropas Padomes nosauktos mediju kritērijus, piemēram, informācijas publicēšanas mērķi.

Tas nozīmē, ka pēc būtības Latvijā judikatūrā jau ir paplašināta mediju izpratne, pieļaujot medija statusa un tiesību piemērošanu arī masu informācijas līdzekļu reģistrā neregistrētām interneta vietnēm, kas pēc savas darbības (ko savukārt analizē tiesa vai attiecīgais tiesību normu piemērotājs) ir identiskas reģistrētiem ziņu portāliem. Attiecīgi secināms, ka reģistrācijas fakts Uzņēmumu reģistrā ir nevis obligāta, bet fakultatīva plašsaziņas līdzekļa pazīme. Tomēr līdz šim mediju jēdziens vēl nav piemērots interneta vietnēm, kas nav saistītas ar kādu iespiestu žurnālu<sup>21</sup> vai nav atzītas kā ilgus gadus sabiedrībā pazīstamas interneta ziņu vietnes (nepievēršot tiešu uzmanību tikai vērienam, bet gan citiem mediju kritērijiem): t.i., mediju definīcija vēl nav paplašināta uz interneta emuāru rakstītājiem vai viltus ziņu vietnēm.

Ņemot vērā šādus ierobežojumus gan attiecībā uz žurnālista definīciju (tam obligāti jābūt žurnālistu biedrībā vai jāstrādā kādā specifiskā medijā), gan mediju izpratni kā tādu, MĒP būtu ieteicams iedvesmoties no Apvienotās Karalistes Žurnālistu apvienības (*National Union of*

---

<sup>17</sup> Ibid. 11. punkts.

<sup>18</sup> Limbažu rajona tiesas 2015. gada 26. novembra spriedums lietā Nr. C27200514. 2015.

<sup>19</sup> Administratīvās rajona tiesas 2017. gada 21. decembra spriedums ar lietas arhīva Nr. A42-01972-17/14. 2017; arī Rīgas apgabaltiesas 2015. gada 28. janvāra spriedumu lietā Nr. C30761212. 2015. (publiski pieejamajā sprieduma versijā anonimizēts arī interneta vietnes adreses nosaukums)..

<sup>20</sup> “Administratīvās apgabaltiesas ieskatā likuma [Par presi un citiem masu informācijas līdzekļiem] 2.panta pirmās daļas pēdējā teikuma vārds “var” nenozīmē izvēli starp interneta vietnes kā masu informācijas līdzekļa reģistrēšanu vai neregistrēšanu Uzņēmumu reģistrā. Šim vārdam apgabaltiesas ieskatā ir cita nozīme – tas apzīmē to, ka papildus normā iepriekš uzskaitītajiem masu informācijas līdzekļiem, arī interneta vietne var būt masu informācijas līdzeklis.

Tomēr no likuma “Par presi un citiem masu informācijas līdzekļiem” 8.-13. pantā noteiktā regulējuma Administratīvās apgabaltiesas ieskatā neizriet, ka interneta vietne kā masu informācijas līdzeklis par tādu nebūtu atzīstama tikai tādēļ, ka nav reģistrēta Uzņēmumu reģistrā. Proti, no šā likuma 9. panta trešās daļas izriet, ka masu informācijas līdzeklis uzskatāms par nodibinātu, pamatojoties uz lēmumu par masu informācijas līdzekļa dibināšanu. [...] Tādējādi fakts, ka interneta vietne delfi.lv nav reģistrēta masu informācijas līdzekļu reģistrā, nav pamats tam, lai to neatzītu par masu informācijas līdzekli.

Papildus tam no publiski pieejamās informācijas Nacionālās elektronisko plašsaziņas līdzekļu padomes interneta vietnē [www.neplpadome.lv](http://www.neplpadome.lv) konstatējams, ka AS “Delfi” ar 2016. gada 5. jūlija paziņojumu ir paziņojusi par sevi kā pakalpojumu pēc pieprasījuma sniedzēju katalogā Delfi.tv. Šā elektroniskā plašsaziņas līdzekļa darbības mērķis ir atspoguļot aktuālo un svarīgāko sabiedrībā, kultūrā, biznesā, ārzemēs un izklaidē. Pakalpojuma kataloga formāts ir ziņas, raidījumi, Aculiecinieks, Populārākais, Rus. Elektronisko sakaru tīkls, kurā pakalpojums tiek izplatīts, ir internets [...].

Apgabaltiesai arī no dzīvē gūtiem novērojumiem nav pamata apšaubīt, ka AS “Delfi” interneta vietnēs veic masu informācijas līdzeklim raksturīgu darbību. Pamatojoties uz minēto, pieteicēja arguments, ka trešās personas interneta vietnes nav uzskatāmas par elektroniskajiem plašsaziņas līdzekļiem [...], nav pamatots.”

<sup>21</sup> Limbažu rajona tiesas 2015. gada 26. novembra spriedums lietā Nr. C27200514. 2015.

*Journalists*), kuras ietvaros darbojas arī Ētikas Padome. Tā apvieno fotogrāfus, producentus, prezentētājus, interneta vietņu pārvaldniekus, satura radītājus, reklāmas tekstu rakstītājus, dizainerus, sociālo mediju darbiniekus, emuāru autorus, podkāstu veidotājus, preses darbiniekus, komunikāciju pārvaldītājus, foto un video žurnālistus. Ņemot vērā, ka preses (ētikas) padomju kompetences nereti (tai skaitā arī Latvijā) ir attiecināmas tikai uz tās biedriem, šādi iespējams ētikas normas piemērot krietni plašākam personu lokam.

(b) *Pret viltus ziņu mājaslapām piemērojamās normas*

Viltus ziņu mājaslapas pagaidām, kā redzams augstāk, nav ietvertas mediju definīcijā. Tomēr, kā to norāda 2018. un 2019. gada notikumi (ziņas par lielveikala “Alffa”<sup>22</sup> sabrukšanu vai cietumnieku aizbēgšanu un tiem sekojošie tiesas procesi<sup>23</sup>), pret viltus ziņām iespējams vērsties, balstoties uz Krimināllikuma normām.

Huligānisms Krimināllikumā definēts kā “rupja sabiedriskās kārtības traucēšana, kas izpaužas acīmredzamā necieņā pret sabiedrību vai bezkaunībā, ignorējot vispārpieņemtās uzvedības normas un traucējot cilvēku mieru, iestāžu vai uzņēmumu (uzņēmējsabiedrību), vai organizāciju darbu.” Vispārpieņemtās uzvedības normas potenciāli ietver arī ētikas normas. Arī no Krimināllikuma komentāros piedāvātā huligānisma skaidrojuma izriet, ka huligānisms kā pārkāpums ir tieši saistīts ar ētiku (morāli).

Atbilstoši Krimināllikuma komentāriem, huligānisms Krimināllikuma 231. panta ietvaros apdraud sabiedrisko kārtību un cilvēku mieru.<sup>24</sup> Sabiedriskā kārtība ir tiesību normām un sadzīves noteikumiem atbilstoša kārtība sabiedrībā, kas nodrošina iestāžu, uzņēmumu un organizāciju netraucētu darbību, cilvēku mierīgu dzīvi, darbu un atpūtu, kā arī īpašuma un citu tiesību aizsardzību.<sup>25</sup> Vainīgais, rupji (ievērojamā mērā, būtiski, nopietni) traucējot sabiedrisko kārtību, tīši aizskaroši vērsas pret citiem sabiedrības locekļiem, paužot atklātu, cinisku sabiedrisko interešu nonievāšanu, nostādot tām pretī savas personiskās intereses, tas ir, izrāda acīmredzamu necieņu pret sabiedrību vai bezkaunību. Acīmredzama necieņa pret sabiedrību ir personas publiski, skaidri un nepārprotami izteikta sabiedrības interešu noliegšana, nonievāšana, kas izdarīta, neslēpti ignorējot tiesību normu priekšrakstus un morāles normu prasības. Savukārt bezkaunība ir tāda personas prettiesiska uzvedība, kas atklāti pauž vispārzināmu uzvedības normu ignoranci, aizskar citu personu tikumības un kauna jūtas.<sup>26</sup>

No objektīvās puses huligānismu raksturo aktīvas darbības, kas var izpausties kā ilgstoša sabiedriskās kārtības un cilvēku miera traucēšana, kāda pasākuma izjaukšana, atklātas seksuāla rakstura darbības, rupja un aizskaroša vērsšanās bez iegansta vai izmantojot maznozīmīgu

---

<sup>22</sup> Viens no argumentiem, ko apsūdzētais izmantoja savai aizstāvībai, bija, ka ziņa rakstīta par Alffa ar diviem “f”, nevis zināmo lielveikalu “Alfa” Juglā

<sup>23</sup> <https://www.apollo.lv/6802382/video-tas-ir-ka-bridinajums-viltus-zinu-autoriem-neidam-draud-lidz-pieciem-gadiem-cietuma>

<sup>24</sup> U. Krastiņš, V. Liholaja, D. Hamkova. Krimināllikuma komentāri. Trešā daļa (XVIII-XXV nodaļa). Rīga: Tiesu namu aģentūra, 2016, 276. lpp.

<sup>25</sup> U. Krastiņš. Juridisko terminu vārdnīca. Rīga: Nordik, 1998, 230. lpp.; U. Krastiņš, V. Liholaja, D. Hamkova. Krimināllikuma komentāri. Trešā daļa (XVIII-XXV nodaļa). Rīga: Tiesu namu aģentūra, 2016, 276. lpp.

<sup>26</sup> U. Krastiņš, V. Liholaja, D. Hamkova. Krimināllikuma komentāri. Trešā daļa (XVIII-XXV nodaļa). Rīga: Tiesu namu aģentūra, 2016, 276. lpp.

ieganstu pret mazgadīgiem, sirmgalvjiem, grūtniecēm, cilvēkiem ar izteiktiem fiziskiem defektiem, utt.<sup>27</sup>

No subjektīvās puses huligānismu raksturo tiešs nodoms, jo vainīgais apzinās savu darbību kaitīgumu, proti, ka rupji traucē sabiedrisko kārtību un tādējādi pauž acīmredzamu necieņu pret sabiedrību, un apzināti tās veic.<sup>28</sup>

Tātad: vainīgais rīkojas neētiski un apzinās to. Tas nozīmē, ka huligānisma inkriminēšana ir spēcīgs ierocis cīņā pret īpaši būtiskiem ētikas normu pārkāpumiem.

(c) *Citas satura publicētājus internetā aptverošās tiesību normas, kas sevī ietver arī ētikas normas*

Informācijas izplatīšanu internetā un ārpus tās un pienākumu to darīt ētiskā (atbilstoši tiesību normās noteiktajiem ētikas principiem) veidā nosaka arī citas tiesību normas.

- Informācijas sabiedrības pakalpojumu likuma regulējums:
  - Pretlikumīgu saturu jāizņem pēc paziņojuma par tā pretlikumību saņemšanas.
  - Galvenokārt attiecībā uz sociālo tīklu pārvaldītājiem, bet ne informācijas publicētājiem.
- Patērētāju tiesību aizsardzības likums un Negodīgas komercprakses aizlieguma likums:
  - Aizsargā interneta satura patērētājus no maldinošas komercprakses (reklāmas), līgumu neizpildes, negodīgiem līgumu noteikumiem, neētiskas produktu izvietojuma un citiem aizskārumiem.
- Civillikums: goda un cieņas aizskārumi
  - Personas tiesības pieprasīt ziņu atsaukumu un atlīdzību.
- Vispārējā Datu aizsardzības regula
  - Individū tiesības iebilst pretlikumīgai to datu apstrādei, tiesības tikt aizmirstiem (cik ētiski ir, piemēram, vairākus gadus pēc tam, kad policija konkrēto personu vairs nemeklē, medijā turēt meklētās personas bildi?).
  - Iespēja vērsties pašā medijā, iesniegt lūgumu meklētājprogrammas pārvaldītājiem vai Datu valsts inspekcijā.

### **3.2.3. *Ieteikumi ētikas normu netiešās piemērošanas veicināšanai***

UNESCO 2019. gada pētījumā par mediju ētikas tiesībsargiem Dienvidaustrumeiropā un labāko praksi digitālajā laikmetā<sup>29</sup> secināts, ka paraugprakse ietver:

<sup>27</sup> Turpat, 277. lpp.

<sup>28</sup> Augstākās tiesas Senāta Krimināllietu departamenta 2007. gada 8. marta lēmums lietā Nr. SKK-13/2007, krimināllieta Nr. 11092044803; U. Krastiņš, V. Liholaja, D. Hamkova. Krimināllikuma komentāri. Trešā daļa (XVIII-XXV nodaļa). Rīga: Tiesu namu aģentūra, 2016, 279. lpp.

<sup>29</sup> Published in 2019 by the United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, 7, place de Fontenoy, 75352 Paris 07 SP, France and UNESCO Brussels Office



- īpašu etiķešu, kuras mediju ētikas padomes biedri publicētu savās mājaslapās, ieviešanu;
- reklāmdevēju mudināšanu pārtraukt reklāmu konkrētajos medijos, ja plašsaziņas līdzekļi neievēro noteiktus ētiskos kritērijus;
- mobilo tālruņu lietojumprogrammu izstrādi un
- investēšanu sabiedrības medijprasmē.

Secināms, ka būtiska ir arī MĒP sasniedzamības (lietotnes, kurā sabiedrības pārstāvji varētu iepazīties ar ētikas regulējumu/ziņot par pārkāpumiem izveidi) un popularitātes (kvalitātes etiķešu izstrāde) veicināšana. Šādi sabiedrība tiktu vairāk iesaistīta ētikas jautājumu izvērtēšanā ikdienā.

Mūsaprāt, ļoti būtisks ieteikums ir arī reklāmdevēju informēšana, īpaši, ņemot vērā, ka viltus ziņu mājaslapu galvenais ienākums ir tieši šajās mājaslapās publicēto reklāmu skatījumi. Šādu informēšanu varētu veicināt, pirmkārt, ar ētikas normu melno sarakstu, otrkārt, tieši uzrunājot reklāmdevējus un, treškārt, arī viņiem izveidojot īpašu kvalitātes etiķeti “Reklāmas izvietotas tikai ētiskos medijos”.

Šādi būtu iespējams ētikas normas netieši piemērot tām personām, pār kurām MĒP nav tiesas kompetences (t.i., kuras nav MĒP biedri).

Nākotnē potenciāli apsverama arī iespēja līdzīgi LSM.lv piedāvātajam lasītāju iesaistes rīkam “Atzīmē kļūdu un ar vienu klikšķi nosūti to mums” MĒP biedru vidū ieviest arī ētikas normu pārkāpumu meklēšanas un nosūtīšanas rīku.

#### ***3.2.4. Secinājumi un ieteikumi saistībā ar ētikas normu piemērošanas iespēju plašumu***

Secināms, ka ētikas normas pagaidām iespējams piemērot tikai attiecībā uz MĒP biedriem, turklāt mediju definīcija Latvijā pagaidām arī tieši neaptver interneta viltus ziņu mājaslapas un citus pielīdzināmos medijus. Tomēr iespējas, kas jau šobrīd ir pieejamas un potenciāli varētu tikt ieviestas Latvijā, varētu būt pietiekamas kontroles nodrošināšanai atbilstoši ētikas normu tiešās piemērošanas lokam un pat nedaudz ārpus tā, iesaistot sabiedrību, citas institūcijas un personas ārpus MĒP biedru loka.

- Pret viltus ziņu mājaslapām iespējams efektīvi vērsties ar tiesībaizsargājošo iestāžu starpniecību, balstoties uz Krimināllikuma 231. pantu, t.i., huligānismu. Kā redzams no prakses, šis ir pietiekami efektīvs līdzeklis, lai vērstos pret personām, kas lielai daļai sabiedrības radījušas būtisku morālo kaitējumu.
- Tiesībaizsargājošajām iestādēm iespējams arī efektīvi bloķēt šādu aizskarošo mājaslapu domēnus, ja tie reģistrēti Latvijā – tomēr šī noteikti būtu iespēja, kuru izmantot vēl efektīvāk, līdzīgi NEPLP vērsšanās pret naida runu izplatošiem kanāliem.
- Interneta ziņu mājaslapas aptver mediju definīcija. Iespējams, tiesām jāattīsta praksi šajos jautājumos, mediju definīcijā un ar to saistītajā atbildības lokā ieskaitot arī par huligāniskām atzītās lapas.

- Ētikas normu atzīšanu sabiedrībā varētu veicināt ar MĒP lietotni, ātrākas ziņošanas iespējām un īpašām kvalitātes etiķetēm ētiskiem medijiem.
- Pret personām un mājaslapām, kas informāciju izplata ārvalstu kanālos (mājaslapās, Facebook, Instagram) MĒP iespējams vērsties, īstenojot starporganizāciju sadarbību.
  - MĒP varētu sadarboties ar viltus ziņu pārbaudītājorganizācijām, publicējot uz to ziņojumu pamata publiskus paziņojumus politiķiem un sabiedrībai.
  - MĒP iespējams iesaistīties sabiedrības izglītošanā, sadarbojoties ar institūcijām, kas jau ir sagatavojušas medijpratības materiālus.
  - MĒP potenciāli varētu sadarboties ar Facebook, aktīvi ziņojot par aizskarošiem/viltus ierakstiem.
  - MĒP potenciāli varētu sadarboties ar PTAC, cīnoties pret neētisku produktu izvietojumu un reklāmu (bloggeru un toksiskā šoka sindroma lieta<sup>30</sup>).
  - Iespēja noslēgt sadarbības līgumus ar Latvijas Influenceru un bloggeru asociāciju un citām institūcijām, lai aptvertu arī šādus žurnālistus/informācijas publicētājus un nodrošinātu to publicētā satura ētiskumu.
  - Būtiski – popularizēt ētikas kodeksu un tā uztveramību, aicināt MĒP pievienoties arvien vairāk biedru, mudināt arī personas ārpus MĒP loka rīkoties ētiski un atbildīgi, norādot iemeslus, kāpēc tas nepieciešams.

### 3.3. Ētikas normu piemērošanas izaicinājumi digitālajā laikmetā

#### 3.3.1. Mūsdienu teorētiskie izaicinājumi

Sabiedriskajās diskusijās<sup>31</sup> kā daži no normu un ētikas izaicinājumiem, ar kuriem varētu sastapties mediji, minēti *deepfakes* un cita fotomanipulācija, privātuma tiesību ievērošana, nopludinātu publisko (valdības) dokumentu izmantošana, datorizētā ziņu rakstīšana, interviju sagatavošana pa e-pastu, žurnālistu aktivitāte sociālajos tīklos, ziņu publicēšanas ātrums, kas nenovēršami noved pie kļūdām,<sup>32</sup> algoritmu izmantošana,<sup>33</sup> ziņu un reklāmas saplūšana<sup>34</sup> un citi jautājumi.

<sup>30</sup> Vairāk: <https://jauns.lv/raksts/sievietem/354912-divas-latvija-popularas-influenceru-klaji-melo-tacu-vainigas-nejutas-un-turpina-biznesu>

<sup>31</sup> Pavlik V.J. Concept: Media Ethics in the Digital Age. Media Ethics, Fall 2012, Vol. 24, No. 1. Pieejams: <https://www.mediaethicsmagazine.com/index.php/browse-back-issues/144-fall-2012/3998645-concept-media-ethics-in-the-digital-age>

<sup>32</sup> Ward J.A. S. Digital media ethics. Center for Journalism Ethics, University of Wisconsin-Madison. Pieejams: <https://ethics.journalism.wisc.edu/resources/digital-media-ethics/>

<sup>33</sup> Dorr N.K., Hollnbuchner K. Ethical Challenges of Algorithmic Journalism. Digital Journalism, 19.04.2016., p.404-419. Pieejams: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/21670811.2016.1167612>

<sup>34</sup> Dorr N.K., Hollnbuchner K. Ethical Challenges of Algorithmic Journalism. Digital Journalism, 19.04.2016., p.404-419. Pieejams: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/21670811.2016.1167612>

Tomēr – cik daudzi no šiem izaicinājumiem ir teorētiski un cik daudzi praktiski? Lai analizētu, kādi tieši ir preses padomēs visbiežāk apspriestie mediju ētikas digitālā laikmeta izaicinājumi, analizējām Lietuvas un Igaunijas pēdējo gadu mediju padomju lēmumus par šo tēmu.

### 3.3.2. *Citu valstu piemēri: praktiskā puse*

Lietuvas sabiedrības informēšanas ētikas komisijas lēmumi:

- Žurnālists AT, ievietojot konkrēto komentāru savā sociālā tīkla Facebook kontā, pārkāpa Lietuvas Sabiedrības informācijas ētikas kodeksa 21. pantu, kurā noteikts, ka žurnālistam jābūt profesionāli sagatavotam un jāizvairās no neķītru, aizskarošu vārdu un izteicienu izmantošanas savos darbos, kā arī 59. pantu, kas paredz žurnālistiem un sabiedriskās informācijas producentiem ievērot Mediju ētikas kodeksa noteikumus, paužot savu viedokli sabiedriskajā telpā.<sup>35</sup>
- G.Š., ievietojot ziņu savā sociālā tīkla Facebook kontā, pārkāpis ētikas kodeksa 4. pantu, kurā noteikts, ka ziņas un viedokļi ir skaidri jānošķir, un 59. pantu, kas žurnālistiem pieprasa ievērot plašsaziņas līdzekļu ētikas kodeksu, paužot savu viedokli sabiedriskajā telpā.<sup>36</sup>
- Tas pats attiecībā uz R.V.<sup>37</sup> un A.U.<sup>38</sup> citos lēmumos.
- AU, izmantojot savu vārdu un attēlu „U pelmeņu” reklāmā, ir pārkāpis ētikas kodeksa 28. pantu, kas žurnālistiem aizliedz izmantot viņu vārdu, tēlu un balsi reklāmā, izņemot sociālās reklāmas vai plašsaziņas līdzekļu pašu reklāmas.<sup>39</sup>

Lietuvas Žurnālistiskās ētikas inspektora viedoklis:

- Attiecībā uz informāciju, kas tika izplatītā Facebook lapā, kuras nosaukums bija saistīts ar konkrētas personas vārdu: informācijas izplatīšana par pretendenta nelikumīgajām darbībām (piemēram: "mums ir pierādījumi, ka viņš ir negodīgs cilvēks. Un mēs vēlamies brīdināt citus nezaudēt modrību", "mēs esam uzzinājuši, ka AES ir apkrāpis daudz cilvēku" utt.) šajā gadījumā pārsniedz vārda brīvības robežas un parāda satur apmelošanas kā noziedzīga nodarījuma pazīmes.<sup>40</sup>

Igaunijas Preses padomes (Pressinõukogu) lēmumi:

- Persona iesniedza sūdzību pret laikrakstu, argumentējot, ka raksts bija neprecīzs un izmantoja informāciju ārpus konteksta. Laikraksts pamatoti izmantoja slēgtā Facebook grupā publicēto informāciju, jo cilvēki varēja viegli pievienoties grupai un apkopot tajā

<sup>35</sup> Commission of Ethics in the Provision of Information to the Public (VIEK) decision No. EKS-07/18 2018-02-20, Pieejams: <http://www.etikoskomisija.lt/veikla/nutarimai>

<sup>36</sup> VIEK decision No. EKS-38/18 2018-09-04, Pieejams: <http://www.etikoskomisija.lt/veikla/nutarimai>

<sup>37</sup> VIEK decision No. EKS-14/18 2018-05-22, Pieejams: <http://www.etikoskomisija.lt/veikla/nutarimai>

<sup>38</sup> VIEK decision No. EKS-33/18 2018-08-07, Pieejams: <http://www.etikoskomisija.lt/veikla/nutarimai>

<sup>39</sup> VIEK decision No. EKS-09/17 2017-02-15, Pieejams: <http://www.etikoskomisija.lt/veikla/nutarimai>

<sup>40</sup> Informācija no: <http://www.zeit.lt/lt/naujienos/zurnalistu-etikos-inspektoriaus-tarnybos-viesai-skelbiamas-sprendimas/286>

pieejamo informāciju. Informācijas vākšana šādā veidā bija pieļaujama, jo ziņas bija sabiedrībai svarīgas.<sup>41</sup>

- Sūdzības iesniedzēja iebilda, ka avīze izmantoja viņas Facebook ziņu savā rakstā, nelūdzot viņai atļauju. Preses padome: laikraksts ievēroja ētikas kodeksu, jo Facebook ziņa bija publiska.<sup>42</sup>
- Laikraksts bija publicējis personas viedokli bez tās atļaujas. Preses padome: tika ievērots ētikas kodekss, jo rakstā izmantotā informācija bija publiski pieejama, un raksts atsaucās uz Facebook ziņu.<sup>43</sup>
- Personasprāt, raksts satur neprecīzu informāciju. Preses padome: rakstā izmantotā informācija tika iegūta no sociālā tīkla publikācijas un attēlota ar sociālā tīkla ziņā minētajām emocijām. Tāpēc tika ievērots ētikas kodekss.<sup>44</sup>
- Sūdzības iesniedzējs iebilda, ka interneta vietne bez viņa atļaujas pārpublicēja viņau Facebook ierakstu. Preses padome: laikraksts ievēroja ētikas kodeksu. Informācija tika iegūta tiesiski, jo slēgtās Facebook grupas dalībnieks nosūtīja ziņu uz tīmekļa vietni. Turklāt informācija no sabiedrības skatupunkta bija svarīga.<sup>45</sup>
- “Influencere” iebilda, ka konkrētu mediju raksti bez pamata ir viņu aizskāruši un iznīcinājuši viņas reputāciju. Preses padome: laikraksts rīkojās atbilstoši ētikas kodeksam. Pieteicēja ir publiska persona, kas sociālajos medijos atspoguļo savu dzīvi un ir reklamējusi dažādus produktus.<sup>46</sup>

Igaunijas Preses Padomes (Avaliku Sõna Nõukogu) lēmumi:<sup>47</sup>

- Žurnālists rakstā izmantoja tekstu no emuāra ziņas, neprasot blogera atļauju un tekstā izlaižot vairākas rindkopas. Rezultātā raksts bija mērķtiecīgi maldinošs un parādīja emuāra autori un viņas vīru sliktā gaismā. Preses padome: laikraksts neievēroja labu žurnālistikas praksi. Ja no emuāra tiek pārpublicēta informācija, būtu lietderīgi par to

---

<sup>41</sup> Complaint nr 612 (complaint made by Eve Joosing regarding Eesti Päevaleht) <https://www.eall.ee/pressinoukogu/kaebused.php>

<sup>42</sup> Complaint nr 909 (complaint made by Silja Viljak regarding Õhtuleht) <https://www.eall.ee/pressinoukogu/kaebused.php>

<sup>43</sup> Complaint nr 620 (complaint made by Jan Ignahhin regarding Hiiu Leht) <https://www.eall.ee/pressinoukogu/kaebused.php>

<sup>44</sup> Complaint nr 838 (complaint made by Aleksandr Tšaplõgin regarding Delfi) <https://www.eall.ee/pressinoukogu/kaebused.php>

<sup>45</sup> Complaint nr 726 (complaint made by S.S regarding website rus.postimees.ee) <https://www.eall.ee/pressinoukogu/kaebused.php>

<sup>46</sup> Complaint nr 742 (complaint made by Merilin Taimre regarding Elu24, Postimees) <https://www.eall.ee/pressinoukogu/kaebused.php>

<sup>47</sup> These two are different institutions, but they both called themselves Estonian Press Council in English. Pressinõukogu was established by Estonian Newspaper Association after Estonian Newspaper Association left Avaliku Sõna Nõukogu. They have similar tasks and both deal with similar cases.

informēt emuāru veidotāju. Īpaši neētisks bija fakts, ka informācija no emuāra ziņas tika izmantota manipulatīvā veidā.<sup>48</sup>

- Lieta par maldinošu Facebook ziņas pārpublicēšanu<sup>49</sup>:
  - Laikraksta mājaslapā bez atļaujas tika pārpublicēts personas Facebook ieraksts. Preses padomes ieskatā laikraksts nerīkojās atbilstoši labai žurnālistikas praksei.
  - Sociālie mediji un emuāru ieraksti ir līdzīgi tradicionālajiem masu informācijas līdzekļiem, tomēr šie teksti ir arī intelektuālais īpašums, tāpēc, lai tos publicētu, parasti ir nepieciešama autoru atļauja.
  - Saskaņā ar labo atsauču rakstīšanas praksi, ja medijs publicē materiālus, kas jau ir publicēti citur, tas var atsaukties uz virsrakstu un vienu teikumu no materiāla. Pretējā gadījumā (ja medijs vēlas atsaukties uz vairākiem teikumiem), jālūdz autora atļauja. Laikraksts teica, ka viņi ir saņēmuši atļauju, sūdzības iesniedzējs sacīja, ka viņš nav devis atļauju publicēt ziņu pilnā garumā.
  - Lietošanas atļaujai jābūt formātā, ko var reproducēt rakstiski, lai izvairītos no turpmākiem strīdiem. It īpaši šis atļaujas trūkums uzsverams tāpēc, ka vietnē ir publicēts arī Facebook ziņas ekrānuzņēmums. Tādējādi medijs uz ierakstu vairs neatsaucas, bet to tieši reproducē.
  - Fakts, ka autors ir kopīgojis ziņu publiski, nedod automātiskas tiesības reproducēt ziņu. Šī autora izdarītā izvēle parāda tikai to, kurš var redzēt Facebook ierakstu. Tomēr katrai personai būtu jāapsver iespējamās sekas, ko var izraisīt ierakstu ievietošana sociālajos medijos.
  - Padome neapšaubā pašu ziņu vērtību. Tomēr ziņas bija iespējams publicēt arī bez Facebook ieraksta un tā autora īpašas izcelšanas. Padome saskata arī privātuma problēmu, stāsta galvenā varoņa – zēna – plašo aprakstu dēļ. problēmu saistībā ar privātumu, sīki aprakstot zēnu stāsta centrā. Saskaņā ar ētikas kodeksu, dati un viedokļi par noteiktu personu (gan garīgo, gan fizisko) veselību netiek izpausti, ja vien indivīds nepiekrīt datu izpaušanai vai ja šāda izpaušana ir sabiedrības interesēs.

Minētais lietu apskats ļauj secināt, ka šobrīd praksē vislielākie ētikas izaicinājumi ir mediju veikta informācijas pārpublicēšana no sociālajiem tīkliem un žurnālistu viedokļu publicēšana tajos. Šīs problēmas pamatā ir vairāki ētikas kodeksos jau ietverti pamatprincipi, piemēram, atsaukšanās uz avotiem, avotu pārbaude un personas privātuma ievērošana (nodalot privātpersonu un publiski zināmu personu privātuma robežas). Tas nozīmē, ka šie nav izaicinājumi, kuriem nepieciešams veidot jaunus ētikas kodeksus, bet kuri jāizvērtē jau eksistējošo normu gaismā, pielāgojot tās digitālajam laikmetam un katrai individuālajai situācijai. Piemēram, attiecībā uz ziņu pārpublicēšanu, ņemot vērā augstākminētos lēmumus,

---

<sup>48</sup> Complaint 501 (complaint made by Kati Lindström regarding Äripäev) [http://www.asn.org.ee/asn\\_lahendid.php?action=view&num=501](http://www.asn.org.ee/asn_lahendid.php?action=view&num=501)

<sup>49</sup> Complaint 622 (complaint made by H.Urbala regarding Postimees) [http://www.asn.org.ee/asn\\_lahendid.php?action=view&num=622](http://www.asn.org.ee/asn_lahendid.php?action=view&num=622)

secināms, ka publiski pieejamus sociālo tīklu ierakstus pēc būtības drīkstētu izmantot kā avotus/pamatu mediju ziņām, tomēr nepieciešama sabiedrības ieinteresētība konkrētajā informācijā, personas privātuma ievērošana (tam, iespējams, nozīmējot ne visas ziņas pārpublicēšanu), autora norādīšana un konkrētās situācijas individuāla analīze.

Citu valstu ētikas komisiju lēmumi diemžēl nav pieejami angļu valodā. Tomēr papildus Lietuvas un Igaunijas mediju padomju lēmumiem vērts uzsvērt, ka iepriekšminētajā UNESCO 2019. gada pētījumā par mediju ētikas tiesībsargiem Dienvidaustrumeiropā un labāko praksi digitālajā laikmetā kā viens no paraugprakses piemēriem uzsvērtā arī jaunu vadlīniju par ziņu automatizāciju un mākslīgo intelektu izstrāde. Lai gan Latvijā neviens no šiem jautājumiem vēl nav izraisījis sabiedrisko diskusiju par mediju ētikas piemērošanu no praktiskās perspektīvas, nenoliedzams, ka tiem jau nepieciešams pievērst uzmanību, ņemot vērā, ka automatizētās ziņas jau vairākus gadus izmanto tādas aģentūras kā Associated Press.<sup>50</sup>

### 3.3.3. *Secinājumi*

Kā jau minēts iepriekš 3.2.1. sadaļā, ētikas normas nosaka cilvēka sirdsapziņas pienākumu. Žurnālistikas ētikas kodeksi satur jau daudzas dekādes atzītas normas, kas cilvēciski atzīstamas par ētiska un uzticama medija pamatpienākumiem, piemēram, diskriminācijas un naida kurināšanas aizliegumu, faktu un viedokļu nošķirumu, faktu autentiskuma pārbaudi, redakcijas veidota satura un reklāmas nošķirumu un citus.

Ētikas normu stabilitāte un to eksistence kā žurnālista darba pamats, kā arī principu (piemēram, godprātības) plašus ļauj secināt, ka mediju ētikas pamatkodeksam ir jāpaliek nemainīgam, jo principus veiksmīgi iespējams piemērot arī attiecībā uz jaunajiem izaicinājumiem. Piemēram, ētikas pamatprincips attiecībā uz diskriminācijas aizliegumu vai informācijas objektīvu atspoguļošanu žurnālistam tikpat daudz aizliedz publicēt šādu neētisku rakstu laikrakstā kā izplatīt propagandu vai neobjektīvu un nepārbaudītu informāciju par kādu sabiedrības grupu sociālajos tīklos. Izsakot viedokli sociālajos tīklos, žurnālistam tieši jānorāda, ka tas ir viedoklis, nevis ziņa. Nav pieļaujama maldinošu fotogrāfiju izveide, ja tie var kaitēt personas reputācijai un precīzi neatspoguļo faktiski notikušo situāciju. Tas, vai žurnālistam bija tiesības izmantot personas sociālo tīklu ziņas, jāizvērtē konstitucionālā privātuma principa kontekstā.

Ziņu un reklāmas saplūšana tiek regulēta ar Latvijā spēkā esošajiem tiesību aktiem un arī te ētikas normas pieprasa norādīt, ka ziņa nav objektīva, bet tās publicēšana tikusi ietekmēta, piesolot tās izplatītājam (influencerim) kādu labumu. Tāpat Latvijas tiesu praksē (“dzejnieku lieta”) skatīta arī faktu un fikcijas norobežošana, tiesa, goda un cieņas aizskārums kontekstā.

Protams, pamatprincipus iespējams arī konkretizēt attiecībā uz jaunajām situācijām. Piemēram, daži avoti norāda uz iespēju un nepieciešamību izveidot atsevišķu kodeksu attiecībā uz žurnālistu darbībām sociālajos tīklos.<sup>51</sup> Mūsdiā, būtu pietiekami ar Lietuvas (un atsevišķu

---

<sup>50</sup> Dorr N.K., Hollnbuchner K. Ethical Challenges of Algorithmic Journalism. Digital Journalism, 19.04.2016., p.404-419. Pieejams: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/21670811.2016.1167612>

<sup>51</sup> Guerrero R. The Ethical Issues of Social Media in Journalism. Medium. Pieejams:L <https://medium.com/@ryan.guerrero/the-ethical-issues-of-social-media-in-journalism-430c85ca8fd1>

mediju, piemēram, New York Times<sup>52</sup> un citu mediju<sup>53</sup>) veikto izvēli papildināt kodeksu ar normām, kas uzsver, ka žurnālists “ievēro Mediju ētikas kodeksa noteikumus, paužot savu viedokli sabiedriskajā telpā, tai skaitā sociālajos tīklos” un “informāciju no sociālajiem tīkliem izmanto atbildīgi, ņemot vērā sabiedrības interesi konkrētajā informācijā, personas privātumu, autora motivāciju, publicējot konkrēto ierakstu, kā arī nepieciešamību autoru sasaistīt ar ziņu vai iespēju ziņu publicēt bez sociālā tīkla ieraksta autora norādīšanas”. No otras puses, kodeksa izveide ļautu arī personām, kas nav žurnālisti, izprast, kurā gadījumā un kā žurnālists sociālajos tīklos darbojas kā mediju pārstāvis un kuros – kā privātpersona.

Lielākus izaicinājumus rada jautājumi par algoritmisko (mehānisko) ziņu rakstīšanu: jautājumi rodas gan datu meklēšanas un izcelsmes līmenī, gan par algoritmisko objektivitāti un atklātību, vērtībām un pamatojumu, kas ietverts algoritmiskajā kodā, kā arī citiem datu apstrādes procesa punktiem<sup>54</sup>. Šie ir brīži, kuros mediju ētikas jautājumi pārklājas ar un tiek krietni ietekmēti no kibernetikas un ar to saistītās ētikas puses, un ētisko atbilžu noskaidrošanai un definēšanai, kā arī – pirmkārt un galvenokārt – koda izstrādei un tā pielietošanai nepieciešams sadarboties gan ar Datu valsts inspekciju, gan citiem jomas pārstāvjiem.

---

<sup>52</sup> Turpat.

<sup>53</sup> Informācija: <https://blogs.lse.ac.uk/polis/2010/03/19/when-journalists-go-online-ethical-challenges-for-news-and-social-media/>

<sup>54</sup> Dorr N.K., Hollnbuchner K. Ethical Challenges of Algorithmic Journalism. Digital Journalism, 19.04.2016., p.404-419. Pieejams: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/21670811.2016.1167612>