



Latvijas Mediju
ētikas padome

MEDIJU ĒTIKA UN PAŠREGULĀCIJA KĀ UZRAUDZĪBAS MEHĀNISMS

Rīgā, 2020

Priekšvārds

Ņemot vērā mūsdienu mediju vides mainīgumu un strauji augošo tvērumu, pieaug arī cilvēku interese par satura kvalitāti, kas ir cieši saistīta ar mediju ētiku. Mediju ētikas termins sevī ietver ētikas un uzvedības pamatprincipus informācijas iegūšanas, uzglabāšanas, apstrādes un izplatīšanas procesā saistībā ar plašsaziņas mediju darbu.

Satura kvalitāte nozīmīgi ietekmē sabiedrības kritiskās domāšanas veicināšanu, kas ir svarīga prasme informācijas laikmetā, kad cilvēka ikdiena ir piesātināta ar dažāda veida informāciju televīzijā, presē, radio, mediju interneta vietnēs un sociālajos medijos. Mediju ētika pasaulē un Latvijā tiek uzmanīta lielākoties ar pašregulācijas mehānismiem, kuros mediju nozares organizācijas un uzņēmumi piekrist kopīgi izstrādātos ētikas kodeksos nostiprinātiem principiem.

Par aktuāliem mediju ētikas jautājumiem tika diskutēts 2019. gada 22.novembrī, biedrības "Latvijas Mediju ētikas padome" organizētajā pasākumā "Mediju ētika 101*", kur tika prezentēta Venta Sīļa – Rīgas Stradiņa universitātes asociētā profesora un filozofa, izpēte par mediju ētiku postpatiesības laikmetā, kā arī zvērinātu advokātu biroja "Sorainen" advokātu levas Andersones un Andra Tauriņa pētījums par mediju ētikas regulāciju ārvalstīs un Latvijā, tostarp dažādu modeļu stiprajām un vājajām pusēm. Pēc iepazīšanās ar veikto izpēti sekoja paneldiskusija, kurā ar saviem viedokļiem dalījās Stokholmas Ekonomikas augstskolas Rīgā Mediju studiju centra vadītāja Sabīne Sīle-Eglīte, žurnāliste un raidījumu producete Inese Liepiņa, Latvijas Žurnālistu asociācijas valdes loceklis un žurnālists Arnis Krauze un vairāku podkāstu, raidījumu vadītājs un mūziķis Jānis Krīvēns.

Šajā informatīvajā materiālā Jūs varēsiet plašāk iepazīties ar mediju ētikas jēdzienu, mediju ētikas nozīmi gan mediju profesionāļiem, gan auditorijai, mediju ētikas normu uzraudzības mehānismiem, kā arī ar Latvijā izveidoto mediju ētikas uzraudzības mehānismu.

Materiāls izstrādāts, ievērojot biedrības Latvijas Mediju ētikas padome pasākumā Mediju ētika 101* izdarītos secinājumus, ņemot vērā nozares profesionāļu komentārus un ieteikumus pilnvērtīgākam ieskatam konkrētajos mediju ētikas jautājumos.



Kultūras ministrija

Informatīvais materiāls par Mediju ētikas padomes darbu un mediju vidi sagatavots ar Kultūras ministrijas finansiālu atbalstu līdzdarbības līguma par valsts pārvaldes uzdevuma – sabiedrības kritiskās domāšanas stiprināšana attiecībā uz mediju saturu un mediju atbildīguma veicināšana - veikšanu ietvaros.



Latvijas Mediju
ētikas padome

Saturs

Mediju ētika	3
1. Patiesība un precizitāte	6
2. Neatkarība	8
3. Taisnīgums un objektivitāte	10
4. Cilvēcīgums	12
5. Atbildīgums	14
Pašregulācija	17
Pašregulācijas stiprās puses	18
Pašregulācijas vājās puses	19
Mediju pašregulācija un ētikas uzraudzība	20
Mediju Ētikas uzraudzības modeļi pasaulē	21
Latvijas mediju ētikas uzraudzības modelis	24
Mediju ētika 101*	28
Jomas profesionāļu paustās atziņas diskusijā	28



Mediju ētika

Jēdziens “ētika” sevī ietver principus, indivīda rīcību, attiecības, to vērtējumu un zinātnisku sistemizāciju. Aplūkojot ētiku no zinātniskās sistemicāzijas aspekta, var secināt, ka ētikai, pēc filozofu un akadēmiķu uzskatiem un skaidrojumiem, ir vairāki virzieni, kurus var sadalīt astoņos:¹

- 1) antropoloģiskā izpratne;
- 2) normatīvā izpratne;
- 3) rūpes par sevi;
- 4) dabiskā saprātīguma, jeb tikumu ētika;
- 5) analītiskā, jeb morāles valodas analīzes ētika;
- 6) komunikatīvā ētika;
- 7) konsekvenciālā, jeb seku ētika: utilitārisms un pragmatisms;
- 8) komunitārā ētika.

Mediju ētika sastāv no vairākiem ētikas virzieniem – normatīvās ētikas izpratnes, komunitārās ētikas, komunikatīvās ētikas un tikumu ētikas. Morāles organizācijas un institucionalizācijas rezultātā ir iespējama ētikas uzraudzība.²

Šajā kontekstā ētika kā termins raksturo kādu pieņemtu uzskatu sistēmu, kas ir balstīta uz morālēm, tamdēļ nav vienas pareizas atbildes, taču par ētisku tiek pieņemts tas, kas šķiet “labi”, jebšu, atbilst morālēm lielākajai cilvēku daļai konkrētajā grupā.³

Nemot vērā, ka žurnālistika demokrātiskā vidē darbojas sabiedrības interesēs, un tā ir nepieciešama, lai sistēmas (demokrātijas) pilsoņi uzzinātu par svarīgiem un aktuāliem notikumiem, lai zinātu, kā sevi pārvaldīt,⁴ ir ļoti svarīgi, lai indivīdi, kas pilda žurnālistu darbu un mediji, kas šo informāciju izplata, ievērotu pamatprincipus, nekaitējot sabiedrībai, sniedzot tiem nepatiesu, sagrozītu, naidu kurinošu, diskriminējošu, vai kādā citādā veidā būtiski nelabvēlīgi ietekmējošu saturu.

Mediju ētikas kā sevišķas mediju darba sastāvdaļas nozīme palielinās, jo komunikācijas tehnoloģiju attīstības un globalizācijas rezultātā mazinās profesionālu žurnālistu vieta starp visām pieejamajām informācijas radīšanas un iegūšanas iespējām. Informācijas radīšanas un izplatīšanas iespēja mūsdienās kļūst arvien pieejamāka ikvienam indivīdam, tādā veidā mazinot izplatītās informācijas kvalitāti un ētikas principu ievērošanu informācijas sagatavošanā.⁵

¹ Skaidrīte Lasmāne, *Komunikācijas ētika*, Latvijas Universitāte, 2012, lpp 12- 12.

² Skaidrīte Lasmāne, *Komunikācijas ētika*, Latvijas Universitāte, 2012, lpp 34- 39.

³ (*Definition of ethics from the Cambridge Academic Content Dictionary* © Cambridge University Press), Pieejams: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/ethic>

⁴ Elliott, D. (1988). “All is not relative: Essential Shared Values and the Press.” *Journal of Mass Media Ethics*, 3(1), p. 28–32.

⁵ Skaidrīte Lasmāne, *Komunikācijas ētika*, Latvijas Universitāte, 2012, lpp 168- 169.



Lai sekmētu kvalitatīvu mediju darbību, mediji un mediju nozares profesionāļi ievēro vispārējus ētikas standartus. Vadīšanās pēc vispārējiem ētikas standartiem ir svarīga vairāku iemeslu dēļ:

- 1) mediju saturs ietekmē un veido tā patērētāja informācijas telpu;
- 2) noteiktai konkrētā medija patērētāju grupai ar laiku izveidojas uzticība medijam, līdz ar to patērētājs neapšaubā konkrētajā medijā izplatīto informāciju;
- 3) mūsdienās, it sevišķi interneta vidē, ir daudz nepatiesas, neētiskas un neobjektīvas informācijas.

Demokrātiskā vidē žurnālisti bauda arī noteiktas priekšrocības un tiesības, piemēram, vārda brīvību, tiesības saņemt informāciju no valsts un sabiedriskajām organizācijām, saņemt informāciju par publisko līdzekļu izlietojumu, saņemt dažādu informāciju, kas attiecās uz kriminālprocesiem, tiesības apstrādāt fizisku personu datus žurnālistikas mērķiem, tiesības neizpaust informācijas avotu, u.c.⁶ Žurnālistiem ir tiesības un priekšrocības informācijas iegūšanai, jo tie pilda sabiedrībai nozīmīgu darbu, taču tas tiem vienlaikus uzliek pienākumu šīs tiesības un priekšrocības izmantot godprātīgi. Lai sekmētu žurnālistu un mediju profesionalitāti un godprātību, žurnālistu pārstāvētās organizācijas pievienojas ētikas normu ievērošanai, kas ir iekļautas ētikas normu kodeksos. Pasaulē nav universāla mediju ētikas kodeksa vai likuma, kam piekristu visi žurnālisti un mediji, taču lielākais vairums mediju ētikas kodeksu balstās piecās pamatvērtībām jeb pamatprincipos⁷, un tie ir:

1. Patiesība un precizitāte

(Truth and accuracy)

Ne vienmēr ir iespējams garantēt patiesību, taču vienmēr ir iespējams pārbaudīt faktus, kas arī ir viens no žurnālistikas pamatmērķiem. Vienmēr ir jācenšas pēc iespējas precīzāk atspoguļot nepieciešamos faktus un tos pārbaudīt, ja informāciju nav iespējams apstiprināt – par to jāinformē auditorija, vai arī informāciju nedrīkst publicēt.

⁶ Re:Baltica, SSE Rīga Mediju studiju centrs, *Rokasgrāmata žurnālistiem: īsi par mediju likumiem*, (2018).

⁷ *The 5 Principles of Ethical Journalism*, Pieejams: <https://ethicaljournalismnetwork.org/who-we-are/5-principles-of-journalism>

2. Neatkarība

(Independence)

Žurnālistam un medijam ir jābūt neatkarīgam tādā nozīmē, ka tie nedrīkst oficiāli vai neoficiāli sniegt un izplatīt informāciju kādu politisko, korporatīvo vai kultūras interešu vārdā. Žurnālistam ir jādara zināma jebkāda informācija, kas varētu radīt interešu konfliktu, gan redakcijai, gan auditorijai.

3. Taisnīgums un objektivitāte

(Fairness and impartiality)

Liela daļa stāstu vai ziņu ir vairākas iesaistītās puses. Kaut arī nav pienākums katrā darbā izklāstīt pilnīgu visu iesaistīto pušu redzējumu, saturam ir jābūt balansētam un tam ir jāpiešķir konteksts, lai stāsts vai ziņas nebūtu vienpusējas.

4. Cilvēcīgums

(Humanity)

Izplatītajam saturam nevajadzētu nodarīt kaitējumu sabiedrībai. Saturs var būt nepatīkams vai sāpīgs, taču jāapzinās vārdu ietekmi uz sabiedrību un publicitātes ietekmi uz iesaistītajām pusēm.

5. Atbildīgums

(Accountability)

Profesionālas un atbildīgas žurnālistikas pazīme ir spēja saukt sevi pie atbildības, kad tiek pieļautas kļūdas. Kad tās tiek pieļautas, tās ir jāatzīst un jāizlabo. Nav iespējams mainīt ko auditorija saka vai raksta, taču kļūdu vai negodprātības gadījumā ir jānodrošina tiesiskās aizsardzības iespējas.⁸

⁸ The 5 Principles of Ethical Journalism, Pieejams: <https://ethicaljournalismnetwork.org/who-we-are/5-principles-of-journalism>

1. Patiesība un precizitāte

Patiesības un precizitātes princips ir viens no fundamentālajiem stūrakmeņiem kvalitatīvam mediju saturam un žurnālistikai. Tas ir viens no pamatnosacījumiem, lai auditorija uzticētos medijam.

“[..] Ja mediji vairs nevar piedāvāt informāciju, kuru sagatavojis cilvēks, kam rūp jēdziens “patiesība”, tad man šie mediji atkrīt, vienkārši pārstāju tos lasīt [..]”⁹

Cilvēki patērē medijus, jo viņi tiem uzticas. Sabiedrībā ir izveidojies priekšstats, ka medijs par svarīgiem notikumiem sniedz neitrālu, objektīvu un maksimāli precīzu situācijas raksturojumu vai tā atspoguļojumu, tādējādi izpildot medija uzdevumu - vienkārši izskaidrot, iespējams, sarežģītas norises, sabiedrībai.

“Cilvēki nāk vēršas pie medijiem, lai noskaidrotu, ko nozīmē lietas, noskaidrotu lietu nozīmi un daudzos gadījumos noskaidrotu lietu patiesību”¹⁰

Precizitāte iet roku rokā ar patiesību, jo, lai paustu patiesu informāciju, ir jāievēro precizitāte informācijas avotu atlasē un informācijas pārbaudē. Precizitāte un patiesums var tikt apdraudēts mediju darba būtības dēļ. Proti, medijiem darbojoties ātri un cenšoties nodrošināt sabiedrību ar aktuālo informāciju pēc iespējas ātrāk, var tikt ietekmēta izstrādātā medija materiāla kvalitāte, tostarp neievērojot precizitātes un patiesības principus.

Patiesība sevī ietver ne tikai neitrālu un informatīvu aktuālo norīšu atveidojumu, bet arī drosmīgu slēpto (piemēram, koruptīvu) lietu atmaskojumu, kā arī nepamatota vārda brīvības aizlieguma vai ierobežojuma izcelšanu. Patiesības sniegšana paplašināma arī ar tā saukto “sociālo žēlumu”, jeb sociāli neaizsargāto balsu atveidojumu medijos.¹¹

Ievērojot mediju ētikas tendences postpatiesības laikmetā, var secināt, ka žurnālistiem ir vairāk jātiecas uz patiesības noskaidrošanu, nevis visu iesaistīto pušu uzklausišanu.

“[..] Laiks, kad mēs vienkārši prezentējam viedokļus un ļaujām auditorijai pašai izlemēt - tas ir pagājis. Tāpēc, ka tad mēs neproporcionāli lielu uzmanību pievēršam konkrētiem indivīdiem, kuriem ir gana traka ideja, kuru viņi gana skaļi izbļauj [..]”¹²

⁹ Vents Silis - Pētījums “Mediju ētika postpatiesības laikmetā”

¹⁰ BBC Academy - “Truth and Accuracy”, Pieejams:

<https://www.bbc.co.uk/academy/en/articles/art20130702112133794>

¹¹ Zelče, Vita (zin. red.). Latvijas mediju vides daudzveidība. Rīga: LU Akadēmiskais apgāds, 2018. 551 lpp. : il.

¹² Turpat (9)

prezentācijas laikā uzsvēra Vents Silis. Minētais paskaidrots ar piemēru: “Ja par astroloģijas jautājumiem uz televīziju uzaicinātu apaļās zemes un plakanās zemes piekritējus, un abām pusēm atvēlētu vienādu ētera laiku, plakanās zemes piekritējiem tiktu piešķirts neproporcionāli liels svarīgums, kas daļai sabiedrības varētu likt sākt domāt, ka šī plakanās zemes piekritēji ir vesela kustība, kas nav nemaz tik traka.”¹³ Tas nozīmē, ka, veidojot medija materiālu, nav obligāta matemātiska līdzsvara ievērošana starp visiem pastāvošajiem viedokļiem. Tas ir ļoti ciešā sasaistē ar iepriekšminēto ētikas pamatprincipu – taisnīgumu un objektivitāti, kas paredz, ka saturam ir jābūt balansētam un tam ir jāpiešķir konteksts, lai stāsts vai ziņas būtu objektīvas. Tas tiks analizēts sīkāk pie trešā ētikas pamatprincipa skaidrojuma.

No šī piemēra var secināt, ka patiesības atspoguļojums ir svarīgs, lai sabiedrības daļa, kas nevērtē informāciju kritiski, netiktu dezinformēta, vai arī nelabvēlīgi iespaidota ar viedokļiem, kas nesaskan ar faktiem.

Arī Latvijas Mediju ētikas padomes izstrādātais Ētikas kodekss¹⁴ ir balstīts uz iepriekšminētajiem pieciem pamatprincipiem. Latvijas Mediju ētikas padomes ētikas kodeksā patiesums un precizitāte ir iekļauti sekojošajos punktos:

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

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

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 jāpārlicinās 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.¹⁵

¹³ Vents Silis - Pētījums “Mediju ētika postpatiesības laikmetā”

¹⁴ Biedrības “Latvijas Mediju ētikas padome” Ētikas kodekss, ar grozījumiem, kas izdarīti 2019. gada 27.februāra biedru kopsapulcē. Pieejams: https://site-775587.mozfiles.com/files/775587/Etikas_kodekss_20190227_pdf.pdf?1552826658

¹⁵ Biedrības “Latvijas Mediju ētikas padome” Ētikas kodekss, ar grozījumiem, kas izdarīti 2019. gada 27.februāra biedru kopsapulcē. Pieejams: https://site-775587.mozfiles.com/files/775587/Etikas_kodekss_20190227_pdf.pdf?1552826658

2. Neatkarība

Vēl joprojām pasaulē tiek novēroti gadījumi, kad mediji tiek mērķtiecīgi izmantoti uzskatu vai sabiedriskās domas ietekmēšanā, propagandā un jebkādu citu politisku vai finansiālu mērķu sasniegšanā. Tas pastiprina to, ka, lai mediju izplatītā informācija būtu patiesa un precīza, medijiem ir jādarbojas neatkarīgi. Šeit ir arī novērojama sasaiste ar atbildības principu, kas sevī ietver arī atbildību par to, kā informācija ietekmēs auditoriju. Lai novērstu potencionālo medija neatkarības apdraudēšanu, žurnālistam, pirms konkrētā jautājuma izpēti vai informācijas sagatavošanas, vajadzētu apzināties un ziņot redakcijai par iespējamajiem interešu konfliktiem. Medija un žurnālista neatkarība var tikt ietekmēta dažādos veidos, piemēram:

- 1) Finansiāla atbalsta veidā;
- 2) Brīži, kad Informācija tiek sagatavota par pietuvinātām personām;
- 3) Dāvanas, ielūgumi, “žurnālistikas ceļojumi” - finansēti no trešajām pusēm;
- 4) Politisks spiediens pret mediju vai žurnālistu;
- 5) Redakcijas spiediens;
- 6) Redakcijas īpašnieku politiskās intereses;
- 7) Informācijas “saskaņošana” pirms publicēšanas ar informācijas avotu;
- 8) Paralēlas darba vietas dēļ;
- 9) Personīgu finanšu investīciju dēļ.¹⁶

Neatkarīgi mediji un žurnālistika ir viena no svarīgām demokrātijas sastāvdaļām.

“Svarīgs faktors politiskā plurālisma nodrošināšanā un žurnālistu profesionalitātes izpausmē ir žurnālistu autonomija un brīvība.”¹⁷

Neatkarīgi veidots saturs medijā ne tikai nodrošina konkrētā medija patērētāju ar patiesu un objektīvu informāciju, bet arī veicina sabiedrības uzticību, jo neatkarīgs medijs savā ziņā pilda uzrauga jeb kabatas lukturīša funkciju, tiekot iespīdināts tumšajos kaktos, kurus, varbūt, citi izvēlētos ignorēt.¹⁸ Visbiežāk šī kabatas lukturīša funkcija, iegūstot un analizējot informāciju par publisko pārvaldi, tiek saukta arī par sabiedrības “sargsuņa” funkciju, kas tiek atzīta arī tiesu praksē.¹⁹ Gan žurnālistu brīvība, gan redakcionālā neatkarība veicina publisku un politisku notikumu caurskatāmības un atspoguļojuma kvalitātes veicināšanu. Vienlaikus tā nodrošina sabiedrības uzticēšanos medijiem. Šie abi faktori savstarpēji mijiedarbojas – jo caurskatāmāk un profesionālāk tiek pasniegta informācija, jo lielāku uzticamību iegūst medijs sabiedrības acīs. Jo medijs ir uzticamāks sabiedrībai, jo vairāk politisku un publiski

¹⁶ Thomson Reuters Handbook of Journalism, “Independence”, Pieejams:

<http://handbook.reuters.com/index.php?title=Independence>

¹⁷ Zelče, Vita (zin. red.). Latvijas mediju vides daudzveidība. Rīga: LU Akadēmiskais apgāds, 2018. 551 lpp. : il.

¹⁸ Baldwin Chiyamwaka: “MEDIA ETHICS: A Call for Responsible Journalism”, 2008.

¹⁹ Latvijas Republikas Augstākās tiesas Senāta Administratīvo lietu departamenta 2019. gada 19. decembra spriedums lietā Nr. SKA-579/2019, 9. punkts.

svarīgu notikumu ietvaros, tiek izjuts pienākums medijam atbildēt un sniegt patiesu un atbildīgi noformulētu informāciju.

Biedrības “Latvijas Mediju ētikas padome” izstrādātajā ētikas kodeksā mediju neatkarības principi iekļauti šādos punktos:

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.

4.10. Interešu konflikta atklāšana – interešu konflikta gadījumā tas ir atklāti jādeklarē. Iespējama vai šķietama interešu konflikta gadījumā plašsaziņas medija pārstāvis nodrošina informāciju, kas liecina par interešu 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.²⁰

²⁰ Biedrības “Latvijas Mediju ētikas padome” Ētikas kodekss, ar grozījumiem, kas izdarīti 2019. gada 27.februāra biedru kopsapulcē Pieejams: https://site-775587.mozfiles.com/files/775587/Etikas_kodekss_20190227_pdf.pdf?1552826658

3. Taisnīgums un objektivitāte

Taisnīguma un objektivitātes princips jeb citviet dēvēti kā sabalansētība un objektivitāte, īstenojams, atspoguļojot kādu notikumu vai strīdu, vienlīdzīgi iesaistot visas puses. Taisnīguma un objektivitātes princips sastāv no divām galvenajām daļām:

Objektivitāte

pavēstot vai atspoguļojot svarīgus notikumus, žurnālists nepauž savu subjektīvo viedokli un neveido publicējamo saturu, lūkojoties no sava skatu punkta, bet gan objektīvi atspoguļo notikumu vai aktuālo problēmu, balstoties uz faktiem un iesaistīto pušu redzējumu.

Līdzsvars

atspoguļojot notikumu vai ziņu, kuras pamatā ir strīds, ir vienlīdzīgi daudz uzmanības jāvelta visām strīdā iesaistītajām pusēm, dodot tām iespēju sniegt situācijas raksturojumu vai savu redzējumu par aplūkoto situāciju, tādā veidā nodrošinot to, ka visas iesaistītās puses tiek uzklausītas vienlīdzīgi, un visiem ir tikta dota iespēja paust savu viedokli un uzskatus.²¹

Vislielākais risks taisnīguma un objektivitātes principu piemērošanā saistīts ar tādām tēmām kā politika, reliģija, rase, sports, jo šīs ir tēmas, kur lielākajai daļai cilvēku ir savs viedoklis un uzskati, tostarp žurnālistiem un medijiem. Taču ir jāatceras, ka profesionalitātes pazīme ir spēja savā darbā norobežoties no personīgajām simpātijām vai antipātijām pret konkrēto tematu vai kādu no strīdā iesaistītajām pusēm.

Varētu secināt, ka no šī principa izriet, ka žurnālistam ir vienmēr jātiecas pēc iespējas noskaidrot visu iesaistīto pušu viedokļus. Taču ko darīt, kad jautājuma vai aplūkojamās problēmas ietvaros visu dažādo pušu viedokļu uzskausīšana būtu aplama? Žurnālistiem ir jāizvairās arī no "nepareiza līdzsvara" veidošanas medija materiālā.

“Līdzsvara gadījumā ir viens jautājums, kas žurnālistam ir jāuzdod pašam sev, vai netiek sniegts “nepareizs līdzsvars” vienkārši uzrādot pretēju viedokli, kaut arī fakti ir labi zināmi.”²²

Žurnālistam ir jāspēj profesionāli izvērtēt faktus, lai nepieļautu, ka vienlīdz daudz iespējas izteikties ir nepareizu faktu vai apšaubāmu viedokļu sniedzējiem. Lai arī nereti tiek pausts uzskats, ka neviens viedoklis nav nepareizs, jebkurš viedoklis var tikt pamatots ar faktiem. Šis skaidrojums sasaucās ar iepriekš aprakstīto patiesuma un precizitātes principu, kas nosaka, ka žurnālistam ir jātiecas noskaidrot patiesību, to cenšoties pārbaudīt ar faktiem. Vents Sīlis savas izpētes rezultātā mediju ētikā pielietoja vārdu "gvelšana". Gvelšanas mērķis ir atstāt iespaidu, paužot jūtas un

²¹Peter Henshall, UNESCO - "The News Manual: A professional resource for journalists and the media", Volume 3, Chapter 57.

²² Alan D. Abbey, Shalom Harman Institute, National University, San Diego "Balance and Fairness", Pieejams: <https://ethics.journalists.org/topics/balance-and-fairness/>

attieksmi, izmantojot piemeklētus faktus vai pieņēmumus.²³ Mediju uzdevums ir nepieļaut mediju vides izmantošanu gvelšanai. Tādējādi novēršot nelabvēlīgo ietekmi uz cilvēku daļu, kura uztver informāciju, taču nepārbauda faktus.

“[..] ir jāpārdomā, cik un kas ir visas puses [..]”²⁴

Žurnālistam ir svarīgi nepieļaut gvelšanas nonākšanu medijos caur līdzsvara ievērošanu, jo gvelšanu, savas uzbūves dēļ, ir grūti noliegt vai apstrīdēt. Tad kā atpazīt gvelšanu? Tā sastāv no trim daļām:²⁵

- 1) fakti** - atlasīti un izvēlēti, kas ir piemēroti viedokļa paušanai
- 2) pieņēmumi** - nepārbaudīta patiesība, kas var tikt pausta faktu formā
- 3) jūtas un attieksme** - subjektīva un nepārbaudāma informācija.²⁶

Tātad, lai nepieļautu kādu bīstamu vai propogandējošu viedokļu sniegšanu medijos caur gvelšanas paņēmienu, žurnālistiem ir jāizvērtē viedokļu nepieciešamība un objektivitāte, kā arī jācenšas pārbaudīt un izcelt faktus un atspēkot gvelšanu.²⁷

Latvijas Mediju ētikas padomes izveidotajā ētikas kodeksā ir iekļauti vairāki punkti, lai stiprinātu taisnīguma un objektivitātes principu pielietojumu medijos:

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

4.2. Daudzveidība – plašsaziņas līdzekļi nodrošina sabiedrības tiesības saņemt daudzveidīgu.

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

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

4.6.1. Faktu pārbaude – plašsaziņas mediji izvairās no nepārbaudītas informācijas publicēšanas.²⁸

²³ Vents Sīlis - Pētījums "Mediju ētika postpatiesības laikmetā"

²⁴ Arnis Krauze - diskusija "Mediju ētika 101"

²⁵ Turpat (23)

²⁶ Turpat (23)

²⁷ Turpat (23)

²⁸ Biedrības "Latvijas Mediju ētikas padome" Ētikas kodekss, ar grozījumiem, kas izdarīti 2019. gada 27.februāra biedru kopsapulcē, Pieejams: https://site-775587.mozfiles.com/files/775587/Etikas_kodekss_20190227_pdf.pdf?1552826658

4. Cilvēcīgums

Cilvēcīgumu var definēt kā sapratni un laipnību pret citiem cilvēkiem.²⁹ Cilvēcīgums ir relatīvs, jo katrs indivīds vārdu “cilvēcīgums” saprot atšķirīgi un šim vārdam nav universāla jeb pilnībā pareiza definīcija. Tas padara cilvēcīgumu par sarežģīti un plaši skaidrojamu un interpretējamu pamatprincipu. Cilvēcīgums savā būtībā ietver arī tādus vārdus kā līdzjūtība, līdzcietība, iecietīgums, izpratne un sapratne. Šis cilvēcīguma sastāvdaļas palīdz veicināt kvalitatīvāku satura izveidi, nevis integrējot savu uzskatu vai viedokli stāsta atspoguļojumā, kas neatbilstu objektivitātes principam, bet izvēloties par kādiem tematiem un kuros brīžos veidot saturu. Tas ir vairāk attiecināms uz sabiedrībai sensitīvām tēmām, kad žurnālistam ir jājūt līdzī cietušajām pusēm vai ieilgušajai problēmai, lai pilnvērtīgi par to veidotu materiālu.

**“Vispirms esi cilvēks un pēc tam – žurnālists.
Tas nekavē žurnālistiku”³⁰**

Žurnālistam kā jebkuram indivīdam ir jūtas un morāles standarti. Tas, ka citi cilvēki, organizācija vai iestāde rīkojas pretrunīgi žurnālista morāles standartiem, var būt iemesls, lai savu jūtu un ieinteresētības vadīti, žurnālisti tiektos uzzināt patiesību par sabiedrībai aizkustinošiem vai interesējošiem notikumiem, par to paziņojot plašākai sabiedrībai. Žurnālistam jāiejūtas sevis veidotajā stāstā, lai pēc iespējas labāk varētu izprast, un, iespējams, pievērst sabiedrības uzmanību, atrisinātu problēmu. Šis ir sevišķi raksturīgi pētnieciskajai žurnālistikai.³¹

Cilvēcīgums žurnālista darbā ir izsakāms arī kā cieņa pret intervējamajām un mazāk aizsargātajām personām, kā arī sevis veidotā satura potenciālo seku apzināšanās ne tikai pret sabiedrību, bet arī stāstā iesaistītajām pusēm. Latvijas Mediju ētikas padomes izstrādātajā ētikas kodeksā cilvēcības jēdziens iestrādāta punktos:

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;

²⁹ (Definition of humanity from the Cambridge Academic Content Dictionary © Cambridge University Press), Pieejams: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/humanity>

³⁰ Bob Woodward on Ethics and the State of Journalism Today, Pieejams:

<https://alcalde.texasexes.org/2014/10/bob-woodward-on-ethics-and-the-state-of-journalism-today/>

³¹ Steve Buttry, *Humanity is more important and honest than objectivity for journalists*, Steve buttry diary.

Pieejams: <https://stevebuttry.wordpress.com/2010/01/23/humanity-is-more-important-and-honest-than-objectivity-for-journalists/>

4.7.2. Piesardzība darbā ar nepilngadīgajiem – iegūstot, apstrādājot un izplatot informāciju par bērniem un nepilngadīgajiem, ir jāievēro īpaša piesardzība, lai tiem nenodarītu kaitējumu.³²

³² Biedrības "Latvijas Mediju ētikas padome" Ētikas kodekss, ar grozījumiem, kas izdarīti 2019. gada 27.februāra biedru kopsapulcē, Pieejams: https://site-775587.mozfiles.com/files/775587/Etikas_kodekss_20190227_pdf.pdf?1552826658



5. Atbildīgums

Atbildīgums medijos ir sadalāms divās daļās – ētiskā atbildība, kas iet roku rokā ar atbildību pret auditoriju, kā arī juridiskā atbildība, kas var iestāties pret mediju vai arī pret konkrēto žurnālistu gadījumā, ja tas profesionālajā darbībā pārkāpis likumu.

Tulkojot no angļu valodas, vārdu atbildība var skaidrot trīs veidos:

- 1) **Responsibility** – kaut kas, kas ir pienākums, vai arī ar ko ir jātiek galā;³³
- 2) **Accountability** – tas, ka esiet atbildīgs par to, ko darāt un spējat savu darbību pamatot;³⁴
- 3) **Liability** – būt tiesiski atbildīgam par sekām;³⁵

Sasaistē ar mediju un žurnālistu darbu turpmāk tiks analizētas pirmā un otrā vārda “atbildība” nozīmes, jo tieši šīs divas nozīmes ir tās, kas iekļautas mediju ētikas kodeksos. Ja medijs vai žurnālists pārkāpj kādas tiesību normas, iestājas tiesiskā atbildība (*liability*).

Mediju atbildības (*accountability*) pirmsākumi ir meklējami Amerikas Savienotajās Valstīs, kad Profesionālo Žurnālistu sabiedrība (*Society of Professional Journalists*) 1973. gadā, izveidojot savu pirmo ētikas kodeksu, tajā iekļāva vārdu *accountability*, kas tika paskaidrots sekojoši:

“Žurnālistiem ir jāatskaitās sabiedrībai par saviem ziņojumiem un sabiedrībai vajadzētu tikt iedrošinātai paust savas sūdzības pret medijiem.”³⁶

Pēcāk termins *accountability* tika nostiprināts 1986. gadā, kad Kolumbijas Universitātē, Ņujorkā, norisinājās publiskais forums un šis termins tika iekļauts foruma nosaukumā - “*Media Freedom and Accountability*”. Kopš tā laika šis termins tiek vairāk izmantots runājot par medijiem un to atbildīgumu, sasaistē ar uzticības veicināšanu.³⁷

Kvalitatīviem medijiem un žurnālistiem ir jāievēro šis atbildības princips pret indivīdiem, organizācijām un uzņēmumiem, sabiedrību un valsti kopumā, atzīstot sevis pieļautās kļūdas, uzņemoties atbildību par radītajām sekām konkrētās informācijas pasniegšanas rezultātā, kā arī par likuma pārkāpumiem. Diskusijas Mediju ētika 101* paneldiskusijas laikā žurnāliste Inese Liepiņa norādīja:

“Kļūdu atzīšana ir brieduma pazīme [..] arī attiecībās ar savu patērētāju atvainošanās ir brieduma pazīme.”³⁸

³³ (Definition of responsibility from the Cambridge Academic Content Dictionary © Cambridge University Press), Pieejams: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/responsibility>

³⁴ (Definition of accountability from the Cambridge Academic Content Dictionary © Cambridge University Press), Pieejams: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/accountability>

³⁵ (Definition of liability from the Cambridge Academic Content Dictionary © Cambridge University Press), Pieejams: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/liability>

³⁶ Von Krogh, Torbjörn. *Understanding media accountability: Media accountability in relation to media criticism and media governance in Sweden 1940-2010*. Diss. Mid Sweden University, 2012.

³⁷ Turpat (36)

³⁸ Inese Liepiņa - diskusija “Mediju ētika 101*”

Patērētājs šajā gadījumā ir medija auditorija, un, lai auditorija netiktu maldināta, kā arī tai šķīstu pašsaprotami, ka starp lielo informācijas daudzumu var rasties kļūdas, tās vienmēr vajadzētu izlabot un savam patērētājam par to ziņot, tādā veidā palielinot sabiedrības uzticību gan konkrētajam medijam, gan medijiem kopumā. Nepaziņojot par kļūdu labojumiem, vai nelabojot kļūdas vispār

“[..] mēs dodam platformu paši sevi apšaubīt.”³⁹

Atbildība pret savu darbu pastiprina iepriekšminētos pamatprincipus un paaugstina kvalitāti. Ir jāatceras, ka mediji strādā sabiedrības interesēs, tamdēļ arī atbildība pret sabiedrību ir pienākums, kas jāizpilda atbildībā pret neatkarību un piešķirtajām priekšrocībām.

Mediji sabiedrībai sniedz informāciju par aktuāliem un nozīmīgiem notikumiem un procesiem, piemēram, par politiku darbībām un viņu atbildību par savu darbu. Taču, ja medijs pats neuzņemas atbildību par sniegtās informācijas patiesumu, precizitāti un pasniegšanas veidu, kā nodrošināt sabiedrības spēju uzticēties medijiem? Tas ir skaidrojams ar to, ja atbildības uzmanītājs (medijs) pats neuzņemas atbildību par sniegto informāciju, kuru ir ieguvis uzmanot atbildību, - tā gluži vienkārši zaudē jēgu.⁴⁰ Tā pat arī atbildībā pret auditoriju iekļaujās atbildība par dažādu sociālu notikumu izraisīšanu informācijas izplatīšanas rezultātā. Piemēram, ja masu medijā izplatīta maldinoša informācija, kas skar, vai ir saistoša lielai sabiedrības daļai un tādā veidā sabiedrībā tiek izraisīta, piemēram, ekonomisku lēmumu pieņemšana uztraukuma vai šaubu iespaidā. Tāpat kā piemēru var minēt kādu neapdomīgu sabiedrisku akciju izsludināšanu.

Gadījumā, ja žurnālisti veido aplamu saturu, un medijs to publicē, tas var novest pie nākošā veida atbildības – tiesiskās atbildības, kas rodas, pārkāpjot likumu. Katrā tiesību sistēmā ir savi likumi, kas regulē mediju darbību. Galvenokārt, lai mediji ļaunprātīgi neizmantotu savu iespēju sasniegt sabiedrību. Likumi ir daļēji balstīti uz ētikas normām.⁴¹ Medijiem un žurnālistiem, attiecībā uz satura publicēšanu un kvalitāti, var iestāties tiesiskā atbildība, ja tiek pārkāpti kādi no sekojošo likumu pantiem:

- 1) Civillikums** (177., 1635., 2352¹. pants)
- 2) Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likums** (50. - 52. pants)
- 3) Likums Par presi un citiem masu informācijas līdzekļiem** (7., 21., 25. pants)
- 4) Krimināllikums** (143., 157. pants,)
- 5) Fizisko personu datu apstrādes likums** (32. pants)
- 6) Autortiesību likums** (19. – 21., 27., 36. - 39. pants)⁴²

Liela daļa no šajos likumos minētajiem pārkāpumiem, piemēram, nepatiesu ziņu sniegšana, personu nomelnošana, neslavas celšana, citu darbu piesavināšanās, u.c. izriet no neētiskas darbības. Līdz ar to, ja mediji un žurnālisti pievērš lielāku uzmanību

³⁹ Inese Liepiņa - diskusija "Mediju ētika 101"

⁴⁰ Patrick Lee Plaisance (2000) *The Concept of Media Accountability Reconsidered*, Journal of Mass Media Ethics, 15:4, 257-268, DOI: [10.1207/S15327728JMME1504_5](https://doi.org/10.1207/S15327728JMME1504_5)

⁴¹ Amnon Rubinstein, "The Enforcement of Morals in a Secular Society," Israel Yearbook on Human Rights 2 (1972): p.57-98

⁴² Ieva Azanda, Ilze Jaunalksne, Mogens Blicher Bjerregard, *Rokasgrāmata žurnālistiem*, Baltijas pētnieciskās žurnālistikas centrs Re: Baltica, 2018

ētikas normu ievērošanai, tas ļauj tiem nenonākt situācijās, kad par savu darbību ir jāatbild normatīvajos aktos noteiktajā kārtībā.

Biedrības "Latvijas Mediju ētikas padome" ētikas kodekss ir balstīts uz ētiskas mediju un žurnālistikas profesijas pamatprincipiem, taču tajā pašā laikā ietver punktus, kuru pārkāpšanas gadījumā paredzama arī likumā noteiktā atbildība. Tiesiskā atbildība mēdz pārklāties ar ētisko atbildību, taču tām ir dažādas sekas. Kaut arī biedrība "Latvijas Mediju ētikas padome" izvērtē tikai pārkāpumu ētisko raksturu, biedrības kodeksā ir ietverti punkti, kuru pārkāpuma gadījumā medijam vai žurnālistam var iestāties arī tiesiskā atbildība, taču šos juridiskos aspektus Ētikas padome nevērtē. Ētikas padome uzmana atbildīgumu balstoties uz sekojošajiem Ētikas kodeksa punktiem:

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

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.

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

4.6.2. 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.⁴³

⁴³ Biedrības "Latvijas Mediju ētikas padome" Ētikas kodekss, ar grozījumiem, kas izdarīti 2019. gada 27.februāra biedru kopsapulcē, Pieejams: https://site-775587.mozfiles.com/files/775587/Etikas_kodekss_20190227_pdf.pdf?1552826658

Pašregulācija

Pašregulācija – (eng. *Self-regulation*) nozīmē sevi, savu darbinieku, profesijas vai nozares uzmanišanu. Pašregulācija galvenokārt tiek izmantota, lai tiktu ievēroti savstarpēji pieņemti noteikumi, visbiežāk, ētiskas un profesionālas darbības nodrošināšanai.

Pašregulācijas jēdziens var radīt pretrunīgu iespaidu, jo, kā gan ir iespējams regulēt pašam sevi, un, kas garantē pašregulācijas mehānismam nepārvērsties par sev izdevīgu noteikumu izveidošanu, lai ar tiem novērstu sabiedrības šaubas, kad tās rodas par noteikumu ievērošanu? Skatoties no otras puses, cilvēku dabā ir apšaubīt augstākas autoritātes izveidotos noteikumus, tāpēc, bieži vien, daudz labprātīgāk cilvēki seko noteikumiem, par kuriem tie paši ir vienojušies.⁴⁴ Pašregulācija var tikt izmantota vairākiem mērķiem – patērētāja vēlmu dēļ, lai veicinātu konkrētajai nozarei vai sfērai attiecīgo ētikas normu ievērošanu, lai celtu nozares reputāciju, vai arī, lai harmonizētu kādas nozares spēles noteikumus, pašregulācija var kalpot arī, lai netiktu ieviests stingrāks regulējums no valsts puses.⁴⁵

Jebkura veida regulācija sastāv no trim elementiem:

- 1. Noteikumi** – noteikumu kopums, kuri jāievēro;
- 2. Noteikumu uzraudzība** - ieviesto noteikumu uzraudzīšana un situācijas izskatīšana, lai tiktu konstatēts vai noteikumi ir vai nav pārkāpti;
- 3. Noteikumu piemērošana** – izpildoties normas sastāvam ir piemērojamas sekas, kas noteiktas normā.

Pašregulācijas gadījumā noteikumus izveido paši regulācijas subjekti, nevis likumdevējs. Pašregulācijai ir vairāki modeļi, piemēram, nozare var izveidot noteikumus, taču uzraudzības un piemērošanas funkciju atstāt valsts ziņā, vai arī tikai piemērošanu atstāt valsts ziņā. Šādos gadījumos tā tiek saukta par kopregulāciju.⁴⁶ Pašregulācijas gadījumā nozare ir atbildīga par visu trīs posmu nodrošināšanu. Dažādiem noteikumiem ir dažādi regulācijas mehānismi, jo nav viena universāla mehānisma, kas derētu visam. Arī pašregulācijai ir savas stiprās un vājās puses.⁴⁷

⁴⁴ Richard A. Booth, "Self-Regulation in a Democratic Society," *Journal of Air Law and Commerce* 50, no. 3 & 4 (1985): 491-512

⁴⁵ Angela J. Campbell, "Self-Regulation and the Media," *Federal Communications Law Journal* 51, no. 3 (May 1999): 711-772

⁴⁶ Ray Finkelstein; Rodney Tiffen, "When Does Press Self-Regulation Work," *Melbourne University Law Review* 38, no. 3 (2015): 944-967

⁴⁷ Turpat (46)



Pašregulācijas stiprās puses

Ir vairāki apsvērumi, kas norāda uz pašregulācijas stiprajām pusēm:

Efektivitāte

Atšķirībā no valsts mēroga regulējuma, pašregulācijas mehānisms ir spējīgs darboties krietni ātrāk, nekā valsts likumdošanas uzraudzības un piemērošanas mehānisms. Lēmumu pieņemšanas, uzraudzības un piemērošanas process ir krietni ātrāks un izmaksu efektīvāks.

Elastīgums

Atšķirībā no valsts mēroga likumdošanas, noteikumu izmaiņu process nav tik laikietilpīgs un birokrātisks. Tādā veidā noteikumus ir iespējams pielāgot aktuālajām problēmām. Redzot aktuālās problēmas nozares iekšienē, ir iespējams nekavējoties veikt grozījumus, lai tie vislabāk atbilstu praksei, nevis teorijai. Nozares pašas izveidotam pašregulācijas mehānismam arī ir vieglāk norobežoties no politiskās ietekmes⁴⁸, kas mediju nozarē ir izšķiroši svarīgs aspekts.

Kompetence

Noteikumu autors ir nozares pārstāvji, kuri ir savas jomas profesionāļi. To papildina nozares uzticība noteikumiem, kurus ir izveidojuši līdzgaitnieki, nevis kāds no ārpuses. Pārkāpumu gadījumā lietas izskata nozares profesionāļi, tādā veidā nodrošinot iespējami augstāko profesionālo sapratnes līmeni par radušajām situācijām.⁴⁹

Uzticamība

Ja nozares pašregulējošā institūcija godprātīgi un taisnīgi veic sūdzību izskatīšanu un normu piemērošanu, tas var labvēlīgi ietekmēt sabiedrības vērtējumu un uzticību, kas ir ļoti būtiski mediju vidē.

⁴⁸ ZAB "Sorainen" atzinums "MEDIJU ĒTIKAS JAUTĀJUMI: IZVĒLĒTĀ UZRAUDZĪBAS MEHĀNISMA PLUSI UN TĀ DARBĪBAS PLAŠUMA PRASĪBAS", 9.lpp, 2019. gada 29.novembrī, Nav publicēts.

⁴⁹ Ray Finkelstein; Rodney Tiffen, "When Does Press Self-Regulation Work," Melbourne University Law Review 38, no. 3 (2015): 944-967

Pašregulācijas vājās puses

Pasaulē nav regulācijas mehānismu, kuri būtu piemēroti visām situācijām un subjektiem. Runājot par pašregulāciju ir jāatceras arī tās vājās puses un potenciālie riski.

Taisnīgums

Risks, kas veidojas nozarei īstenojot pašregulācijas mehānismu, ir saistīts ar iespēju nozarei pieņemt sev labvēlīgus lēmumus, attaisnojot nepārprotamus pārkāpumus, tādā veidā nenodrošinot pilnībā objektīvu uzraudzības un piemērošanas mehānismu. Nozare var pašregulācijas mehānismu pārvērst par sev labvēlīgi kalpojošu regulējumu.⁵⁰ Potenciāls, ka notiks iepriekšminētā riska iestāšanās, palielinās tad, ja pašregulācijas mehānismā tiek iesaistītas personas, kas darbojas negodprātīgi, vai arī ir pakļautas nozares vai ārējam spiedienam. Kā risinājums šai problēmai ir sabiedrībai caurskatāma pašregulācijas mehānisma un procesa ieviešana.

Nesaistošās sekas

Pašregulācijas mehānisms ir saistošs tikai tām pusēm, kas ir piekritušas ievērot konkrētos noteikumus, līdz ar to nav iespējams pieņemt saistošus lēmumus, kas strādātu kā aizsardzības instruments noteikumu ievērošanai visai noteikumu mērķauditorijai. Tāpat arī sekas noteikumu neievērošanas gadījumos bieži vien nav tik smagas, kā gadījumos, kad tiek pārkāpti valsts izdoti likumi, kuri ir attiecināmi uz visiem konkrētā likuma subjektiem.⁵¹ Piekrist regulējumam ir paša regulējuma subjekta izvēle.

Uzticamības graušana

Gadījumā, ja pašregulācijas praksē ir novēroti kāds no iepriekšminētajiem pašregulācijas trūkumiem, tas nenoliedzami grauj un samazina nozares uzticamību un reputāciju kopumā, kā arī sabiedrības uztveri un viedokli par pašu pašregulācijas mehānismu.⁵² Tas ir novēršams, nepieļaujot abu iepriekšminēto trūkumu iestāšanos praksē.

Lai pašregulācija darbotos, un pilnībā pildītu savu mērķi, personām, kuras ir iesaistītas pašregulācijas mehānismā, jācenšas nepieļaut interešu konfliktus, kā arī pašam pašregulācijas mehānismam ir jābūt pēc iespējas caurskatāmākam.

⁵⁰ Angela J. Campbell, "Self-Regulation and the Media," *Federal Communications Law Journal* 51, no. 3 (May 1999): 711-772

⁵¹ *Turpat* (50)

⁵² *Turpat* (50)

Mediju pašregulācija un ētikas uzraudzība

Mediju pašregulācijas pirmsākumi ir meklējami Amerikas Savienotajās valstīs, 20. gadsimta divdesmitajos gados, kad no paša sākuma pašregulācija bija vērsta tieši uz radio pakalpojumiem to plašās uztveramības dēļ.⁵³

Iepazīstoties ar pašregulācijas analīzi, var secināt, ka pašregulācija ir noderīgs mehānisms, ar kura palīdzību var panākt dažādus vēlamos rezultātus. Pašregulācija ir plaši pielietota dažādās organizācijās, profesijās un nozarēs, lai celtu profesionālās darbības standartus, nostiprinātu darbības pamatprincipus, celtu nozares reputāciju un novērstu potenciāli neētisku darbību. Vienlaikus pašregulācija ir guvusi īpaši plašu pielietojumu tieši mediju jomā piecu tālāk norādīto apsvērumu dēļ.

- 1. Pašregulācija saglabā redakcionālo brīvību**
- 2. Pašregulācija palīdz samazināt valsts iejaukšanos**
- 3. Pašregulācija veicina mediju kvalitāti**
- 4. Pašregulācija kalpo kā pierādījums mediju atbildībai**
- 5. Pašregulācija palīdz sabiedrībai sasniegt medijus⁵⁴**

Pašregulācijai nekādā mērā nedrīkst piedēvēt jebkādas cenzūras vai pašcenzūras īpašības, jo mediju pašregulācija it īpaši uzsver redakcionālo un vārda brīvību. Pašregulācijas mērķim izveidotie ētikas kodeksi nosaka minimālos ētikas un uzvedības noteikumus, lai celtu un izkoptu profesionālos standartus, kā arī celtu mediju darba kvalitāti. Pašregulācija mediju jomā paver jaunas iespējas profesionālajai izaugsmei, jo, piekrītot izstrādātajam ētikas kodeksam, pats medijs norāda uz vēlmi attīstīties un spert soļus iepretim sava satura kvalitātes celšanai. Ir svarīgi izcelt, ka mediju pašregulācijas mehānismi savā būtībā nav domāti, lai sodītu, bet gan veicinātu visas mediju vides attīstību.

Mediju pašregulācija ir svarīga demokrātiskas kultūras attīstībai un izkopšanai, jo demokrātija ir arī spēja racionāli un taisnīgi izskatīt jautājumus strīda situācijās. Tieši caur pašregulāciju cilvēkiem ir iespēja samērā ātri un efektīvi šādos gadījumos saņemt atbildes vai situācijas novērtējumu. Ir svarīgi, ka pati nozare atzīst kolēģu pieļautās kļūdas un uz to norāda, jo tas vairo uzticamību medijiem, kas tuvina medijus sabiedrībai.⁵⁵

⁵³ Angela J. Campbell, "Self-Regulation and the Media," *Federal Communications Law Journal* 51, no. 3 (May 1999): 711-772

⁵⁴ Miklós Haraszti, "The Media Self-Regulation Guidebook", Vienna: OSCE Representative on Freedom of the Media, 2008

⁵⁵ Turpat (53)

No vārda “pašregulācija” izriet, ka medijiem pašiem ir jābūt ar iniciatīvu uzlabot un regulēt mediju vidi, jo tikai tādā veidā pašregulācija var darboties un sasniegt savus mērķus, nevis eksistēt tikai formāli.

Pasaulē ir dažādi mediju ētikas jautājumu uzraudzības modeļi, jo atkarībā no valsts, tajā pastāvošās pārvaldes sistēmas un konkrētās situācijas, uzraudzības modeļi var tikt pielāgoti vai modificēti, lai tie būtu pēc iespējas piemērotāki konkrētajām situācijām. Mediju uzraudzību ir iespējams grupēt pēc šīm pazīmēm:

- **valsts apstiprināts tiesībsargs;**
- **mediju ombuds: viena nozarē atzīta un autoritatīva persona, kas vienpersoniski pieņem lēmumus, sniedz atzinumus** (pašregulācija);
- **mediju pārstāvju izveidota institūcija** (pašregulācija);
- **mediju ombuda un mediju padomes kopinstitūciju, nodalot kompetences** (kopregulācija).⁵⁶

Mediju Ētikas uzraudzības modeļi pasaulē

Lai labāk izprastu to, kā dažādi mediju ētikas regulācijas mehānismi darbojas praksē, ir vērts apskatīt citu valstu piemērus un to darbības pamatprincipus.

◆ 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;⁵⁷

⁵⁶ ZAB “Sorainen” atzinums “MEDIJU ĒTIKAS JAUTĀJUMI: IZVĒLĒTĀ UZRAUDZĪBAS MEHĀNISMA PLUSI UN TĀ DARBĪBAS PLAŠUMA PRASĪBAS”, 9.lpp, 2019. gada 29.novembrī, Nav publicēts.

⁵⁷ Turpat (56)

◆ 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;⁵⁸

◆ Nīderlandes Preses Padome:

- Padomē darbojas četri priekšsēdētāji, desmit žurnālistu pārstāvji un desmit nežurnālisti;
- 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 uzklausīs abas puses un izlems par lietu;⁵⁹

◆ 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;⁶⁰

⁵⁸ Turpat (56)

⁵⁹ Turpat (56)

⁶⁰ Turpat (56)

◆ 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;⁶¹

◆ 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;⁶²

◆ 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;⁶³

◆ 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 Journalistiek"; lēmuma īsu kopsavilkumu publicē arī iesaistītais medijs;⁶⁴

⁶¹ Turpat (56)

⁶² Turpat (56)

⁶³ Turpat (56)

⁶⁴ Turpat (56)

◆ **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 aktīvisti, politisko institūtu biedri vai vēlēšanu institūciju aktīvisti;
- 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;⁶⁵

Šie ir tikai daži no visā pasaulē pastāvošajiem mediju ētikas uzraudzības modeļiem. Ir jāuzsver, ka nav viena universāla modeļa, kas būtu piemērots pilnībā visām valstīm. Svarīgākā komponente ētikas jautājumu uzraudzībā ir tieši pašu mediju iniciatīva ievērot pašu pieņemtus noteikumus un ziņot par pārkāpumiem.

Latvijas mediju ētikas uzraudzības modelis

Latvijā par ētikas jautājumu uzraudzību atbildīgā organizācija ir biedrība Latvijas Mediju ētikas padome, kura tika dibināta 2018. gada 12. decembrī kopumā apvienojoties piecpadsmit mediju nozares asociācijām un uzņēmumiem. Biedru kopsapulcē kopīgi tiek iecelta Ētikas padome uz termiņu - viens gads. Ētikas padome deviņu cilvēku sastāvā izskata un lemj par iesniegtajām sūdzībām. Ētikas padome vadās pēc tās izstrādātā un biedru kopsapulcē apstiprinātā Ētikas kodeksa. Ētikas padomes kompetencē ietilpst:

- ◆ fizisku un juridisku personu iesniegto sūdzību izskatīšana un atzinuma sniegšana par mediju izdarītiem ētikas pārkāpumiem;
- ◆ mediju, mediju uzņēmumu un žurnālistu sūdzību izskatīšana un atzinuma sniegšana ētikas pārkāpuma, mediju vai vārda brīvības ierobežojuma gadījumā;
- ◆ viedokļa paušana par jautājumiem, kas saistīti ar mediju apdraudējumu vai ietekmēšanu, mediju nozares stāvokļa pasliktināšanos, redakcionālo autonomiju vai neatkarību vai citiem apstākļiem, kuros mediji var īstenot savus mērķus un uzdevumus;
- ◆ publisku konferenču rīkošana, kurā tiek prezentēts Ētikas padomes pieredzes apkopojums, ekspertu ziņojumi par dažādiem mediju ētikas un darbības jautājumiem un mediju ētikas vides pētījumi un rezultāti.⁶⁶

⁶⁵ Turpat (56)

⁶⁶ Latvijas Mediju ētikas padome, *Ētikas padome*, Pieejams: <https://www.lmepadome.lv/etikaspadome/>

Latvijas Mediju ētikas padome ir pašregulācijas mehānisms, kuram ir gan savi plusi, gan mīnusi:

+ PLUSI

- + Apvieno visus mediju pārstāvjus vienā biedrībā
- + Pašregulācija kā starptautiski atzītais labākais variants: preses padomju pārsvars lielākajā daļā valstu
- + Koleģiāls institūts pārvaldē un ētikas jautājumu izvērtēšanā
- + Elastīgāka pārvalde: vienkāršāk grozīt statūtus, sadalīt uzdevumus, atbilstoši pielāgot organizācijas darbu
- + Vienkāršāk sadalāmi uzdevumi
- + Jau pastāv līdzīgi institūti – vieglāk ieviešams
- + Norobežojums no politiskās ietekmes
- + Iespēja kļūt par AIPCE – Alliance of Independent Press Councils of Europe – biedru

- MĪNUSI

- Iespējami pārmetumi no politiķu/sabiedrības puses par neobjektivitāti – pastāv tieša sasaiste ar žurnālistiem
- Darbojas tikai attiecībā uz tiem medijiem, kas piekrituši šāda veida sistēmai.
- Sekmīgai darbībai vajadzīga visu (maksimāli daudz) mediju organizāciju sadarbība.
- Darbs kā blakus slodze – sūdzības izskata Sūdzību komisijas sanāksšanas reizēs, mediju monitoringam un citām aktivitātēm nepieciešami īpaši aktīvi biedri.
- Grūtības piemērot ētikas kodeksu attiecībā uz interneta vidē esošajām *fake news*, *deepfakes*, u.c.⁶⁷
- Sabiedrības un mediju nezināšana, neizpratne par pašregulāciju

Ir vairāki iemesli, kamdēļ Latvijā izvēlēts tieši šis ētikas uzraudzības modelis. Skatoties no valsts puses, izveidot šāda veida uzraudzības modeli bija ekonomiski un tehniski visizdevīgāk. Pašreizējais mehānisms var ļoti brīvi un autonomi pildīt savas funkcijas, taču, lai Latvijas Mediju ētikas padome varētu pēc iespējas veiksmīgi īstenot savus, ir nepieciešama sabiedrības izglītošana un informēšana, aktīvāka mediju iesaiste biedrības darbā, pieņemot biedrības ētikas kodeksu par saistošu. Latvijas mediju aktīvāka iesaiste ir īpaši svarīga, jo brīdī, kad kāds medijs kļūst par Latvijas Mediju ētikas padomes biedru, tas piekrīt biedrības izveidotajam Ētikas kodeksam, kā rezultātā, ja tiek iesniegta sūdzība par konkrēto mediju, Ētikas padomes lēmums būs

⁶⁷ ZAB "Sorainen" atzinums "MEDIJU ĒTIKAS JAUTĀJUMI: IZVĒLĒTĀ UZRAUDZĪBAS MEHĀNISMA PLUSI UN TĀ DARBĪBAS PLAŠUMA PRASĪBAS", 9.lpp, 2019. gada 29.novembrī, Nav publicēts.

tam saistošs, un **Ētikas padome ir tiesīga uzlikt par pienākumu pārkāpējam atzīt savu kļūdu, atsaukt publiskoto informāciju un atvainoties.**

Viens no lielākajiem izaicinājumiem Latvijas Mediju ētikas padomei ir un būs piemērot ētikas normas ne tikai attiecībā uz drukātajiem medijiem, elektronisko mediju raidījumiem, vai publikācijām biedru mājaslapās, bet gan ētikas normu piemērošana attiecībā uz tā dēvētajām viltus ziņu saitēm, vai arī klaji neētisku darbību sociālajos tīklos un dažādās mūsdienu digitālajās platformās. Lai arī Ētikas padomei nav juridiski saistoša spēka šādos gadījumos (ja vien viltus ziņu mājaslapu uzturošais uzņēmums nav Latvijas Mediju ētikas padome biedrs). Ētikas padome šajos gadījumos var pieņemt lēmumu vai sniegt informatīva rakstura situācijas novērtējumu, tādā veidā veicinot sabiedrības informētību par ētikas jautājumiem un stiprinot savu redzējumu par konkrētām situācijām.

Digitālajā vidē jēdziens “ētika” ir daudz plašāks nekā tradicionālajos medijos. Lielākoties ētikas normu ievērošanas kontroli digitālajā vidē ir iespējams īstenot ar likumu palīdzību, brīžos, kad neētiska rakstura darbība ir pārvērtusies likuma pārkāpumā. Kā piemērus var minēt iemēram, Krimināllikumu, vai Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa piemērošanu viltus ziņu izplatīšanas gadījumā, kad tas tiek kvalificēts kā huligānisms. Patērētāju aizsardzības likumu un negodīgas komercprakses aizlieguma likuma gadījumos, kad viedokļu līderi jeb “*Influenceri*”, nebrīdinot sabiedrību par to, ka tā ir sadarbība vai apmaksāta reklāma, aktīvi reklamē kādu produktu vai pakalpojumu. Cieņas un goda aizskārums gadījumos jebkur digitālajā vidē ir piemērojams Civillikums.⁶⁸

Taču likumu piemērošana un cilvēku, interneta vietņu un sociālo mediju sodīšana tiesas ceļā ir process, kas saistīts ar lieliem finanšu izdevumiem, tāpēc tā saucamajiem *influenceriem*, *youtuberiem*, podkāstu veidotājiem un citiem satura veidotājiem būtu ieteicams izvērtēt un vienoties ar saviem profesijas pārstāvjiem par pašregulācijas mehānismiem un to ievērošanu. Kā visveiksmīgāko piemēru cīņā par ētisku digitālo vidi var minēt Apvienotās Karalistes žurnālistu apvienību (*National Union of Journalists*), kuras ietvaros darbojas Ētikas padome, kas apvieno un uzrauga:

- ◆ fotogrāfus
- ◆ producentus
- ◆ prezentētājus
- ◆ interneta vietņu pārvaldniekus
- ◆ satura radītājus
- ◆ reklāmas tekstu rakstītājus
- ◆ dizainerus
- ◆ sociālo mediju darbiniekus
- ◆ emuāru autorus
- ◆ podkāstu veidotājus
- ◆ preses darbiniekus
- ◆ komunikāciju pārvaldniekus
- ◆ foto un video žurnālistus⁶⁹

⁶⁸ ZAB “Sorainen” atzinums “MEDIJU ĒTIKAS JAUTĀJUMI: IZVĒLĒTĀ UZRAUDZĪBAS MEHĀNISMA PLUSI UN TĀ DARBĪBAS PLAŠUMA PRASĪBAS”, 9.lpp, 2019. gada 29.novembrī, Nav publicēts.

⁶⁹ Ieva Andersone - diskusija “Mediju ētika 101”*

Ir jāapzinās, ka mediju vidi mūsdienās vairs neveido tikai klasiskie mediji, tāpēc, lai uzraudzītu ētiku mūsdienu mediju vidē pilnvērtīgi, ir jātiecas uz to, lai ētikas principiem piekristu dažādi mūsdienu satura veidotāji un izplatītāji, un, iespējams, pat visi kopīgi vienotos par kādu pašregulācijas mehānismu. Tajā pašā laikā ir svarīgi izglītēt sabiedrību, lai tā spētu atšķirt un piedēvēt lielāku nozīmi tiem satura veidotājiem, kuri ir piekrituši ievērot noteiktus ētikas principus, tādā veidā uzņemoties atbildību par sevi veidoto un plašākai sabiedrībai pasniegto darbu.



Mediju ētika 101*

Publiskā diskusija, "Mediju ētika 101*", sarunu telpā "Birojnīca", tika organizēta ar mērķi pasākuma apmeklētājiem un arī cilvēkiem, kas pasākumu vēroja tiešraidē, skaidrot un veicināt izpratni par mediju ētikas nozīmi ikviena indivīda ikdienā, kā arī iepazīstināt sabiedrību ar mediju ētikas aktualitātēm kopumā, aplūkot citu valstu pieredzi mediju ētikas jautājumu regulēšanā un diskusijas ceļā noskaidrot nozares profesionāļu viedokļus un redzējumu par šī brīža situāciju, aktuālajiem problēmjautājumiem un iespējamo turpmāko situācijas attīstību mediju ētikas jomā. Pasākuma laikā arī klātesošajiem dalībniekiem bija iespēja runātājiem uzdot sev interesējošus jautājumus.

Pasākuma otrajā daļā norisinājās paneļdiskusija, kurā ar saviem viedokļiem, uzskatiem un novērojumiem dalījās Stokholmas Ekonomikas augstskolas Rīgā Mediju studiju centra vadītāja Sabīne Sīle-Eglīte, Žurnāliste un raidījumu producete Inese Liepiņa, Latvijas Žurnālistu asociācijas valdes loceklis un žurnālists Arnis Krauze un vairāku podkāstu, raidījumu vadītājs un mūziķis Jānis Krīvēns. Pasākumu moderēja biedrības "Latvijas Mediju ētikas padome" valdes priekšsēdētājs Jānis Lielpēteris. Paneļdiskusijas laikā tās dalībnieki nonāca pie vairākām vērtīgām atziņām, par kurām vienlīdz vērtīgi padomāt gan medijiem un žurnālistiem, gan mediju patērētājiem. Pasākuma pilno videierakstu ir iespējams noskatīties biedrības "Latvijas Mediju ētikas padome" *Youtube* kontā.⁷⁰

Jomas profesionāļu diskusijā paustās atziņas

- ▶ **Medijiem šajā laikmetā ir jāsāk attālināties no standarta, ka pilnīgi visām pusēm ir jādod vienāds ētera laiks un iespēja izteikties, jo ir jāpārdomā kas un kāpēc ir visas puses, un vai dodot tām spēju izteikties, medijs ar savu darbu nepalīdz aplamu faktu vai sensacionālu ideju sasniegšanai lielākai sabiedrības daļai.⁷¹**
- ▶ **Mediju ētikas uzraugiem ir jābūt uzmanīgiem, kā arī jāizprot, kas ir sūdzības iesniedzējs, un sūdzības konteksts, lai nepieļautu to, ka nelabvēļi izmanto mediju ētikas uzraugu žurnālista darba kavēšanu.⁷²**
- ▶ **Ir svarīgi, ka mediju ētikas uzraugs nodarbojas ne tikai ar ētikas pārkāpumu konstatēšanu medijos vai žurnālistu darbā, bet arī pamatvērtību aizstāvēšanu, piemēram, vārda brīvību.⁷³**

⁷⁰ Diskusijas "Mediju ētika 101*" tiešraides videoieraksts, Pieejams:

<https://www.youtube.com/watch?v=knWLDfjPSCI>

⁷¹ Vents Sīlis, Arnis Krauze - diskusija "Mediju ētika 101"

⁷² Arnis Krauze - diskusija "Mediju ētika 101"

⁷³ Sabīne Sīle-Eglīte - diskusija "Mediju ētika 101"

- ◆ Kļūdas medijos ir jāatzīst un jālabo, svarīgi ir tas, lai šie labojumi tiktu izcelti, lai vairotu sabiedrības uzticēšanos, nevis jāizdara tas pēc iespējas nepamanāk, tikai, lai ziņu atsaukums vai labojums tiktu izdarīts formāli. Kļūdu atzīšana un labošana ir brieduma pazīme un sabiedrība ir jāradina pie tā, ka kļūdīties ir cilvēcīgi.⁷⁴
- ◆ Jaunajos medijos (*Youtube, facebook, twitter, u.c.*) ētika ir relatīvs jēdziens, jo ir daudz mazāk noteikumi, taču atbildīgam satura veidotājam savai auditorijai ir jāatgādina, ka tai pašai ir jāizanalizē pasniegtā informācija, jo autors operē ar dažādiem faktiem kopā ar savu, vai kāda cita cilvēka viedokli par konkrēto jautājumu. Ir konstanti jāatgādina auditorijai, ka pasniegtais saturs nav fakts, vai vienīgā patiesība, bet gan konkrētas personas redzējums.⁷⁵
- ◆ Ir iespējams izveidot pelnošu, kvalitatīvu mediju, kas nenodarbojas ar dzeltenās preses, vai arī tā saucamo "*klikšķu ēsmu*" publicēšanu.⁷⁶
- ◆ Klasisko mediju izaicinājums mūsdienās ir informācijas pasniegšanas veids, jo jaunākās paaudzes vairs medijos nemeklē saturu, kas tiek pasniegts klasiskā viedā, bet gan interesanto, patieso un autentisko, tāpēc ir jādomā arī par to, lai saturu, iespējams, pasniegtu attiecīgajām auditorijām interesējošas un labi zināmas personas.⁷⁷
- ◆ Satura veidotājam un pasniedzējam ir ļoti svarīgi izveidot savstarpēju uzticības saikni ar auditoriju, un to ir iespējams izdarīt, ja satura veidotājs un pasniedzējs pats savā darbā ievēro noteiktu ētikas normu kopumu.⁷⁸

⁷⁴ Inese Liepiņa - diskusija "Mediju ētika 101**"

⁷⁵ Jānis Krīvēns - diskusija "Mediju ētika 101**"

⁷⁶ Sabīne Sīle-Eglīte - diskusija "Mediju ētika 101**"

⁷⁷ Jānis Krīvēns, Arniz Krauze, Sabīne Sīle - Eglīte - diskusija "Mediju ētika 101**"

⁷⁸ Turpat (77)

Pēcvārds

Biedrība “Latvijas Mediju ētikas padome” pateicas pasākuma “Mediju ētika 101*” dalībniekiem, apmeklētājiem un attālinātajiem sekotājiem. Latvijas Mediju ētikas padome pateicas Latvijas Republikas Kultūras ministrijai par pasākuma finansiālo atbalstu, kā arī pasākuma tehniskajam nodrošinājumam no BIROJNĪCA, LETA un We Shoot Stories. Latvijas Mediju ētikas padome vērs uzmanību uz to, ka ir jāturpina sabiedrības, žurnālistu un mediju izglītošana un izpratnes veicināšana par ētiskas dabas jautājumiem ar publisko diskusiju, kā arī jāiegulda darbs, lai pielāgotu savu darbu jaunā – digitalizācijas laikmeta prasībām un aktuālajām mediju satura patēriņa tendencēm.

Mediju ētikas uzraudzība Latvijā pēdējā gada laikā ir uzsākusi straujāku attīstību, taču, lai tā būtu sekmīga arī turpmāk, tas ir kopīgs mediju, žurnālistu un arī sabiedrības darbs. Tāpēc, lūdzam, sekot līdzī notiekošajam mediju vidē un vajadzības gadījumā izmantot Latvijas Mediju ētikas padomes piedāvātās iespējas pārkāpumu izvērtēšanai un novēršanai. To ir iespējams izdarīt gan elektroniskā formātā biedrības “Latvijas Mediju ētikas padome” interneta vietnē www.lmepadome.lv, gan rakstiskā formātā, nosūtot sūdzību vai jautājumu uz juridisko adresi. Vienlaikus, ja iespējamais ētikas normu pārkāpums tiešā veidā nav skāris Jūs, taču, Jūsaprāt, būtu nozīmīgi, lai konkrēto situāciju novērtētu Latvijas Mediju ētikas padome, aicinām sniegt viedokli biedrības interneta vietnē.

Latvijas Mediju ētikas padome uzsver, ka tās mērķis nav sodīt, bet gan veicināt un attīstīt ētisku mediju vidi Latvijā caur sabiedrības, mediju un žurnālistu izglītošanu un vispārējās sabiedrības izpratnes par ētiska rakstura jautājumiem veicināšanu.

