



Nacionālā elektronisko plašsaziņas līdzekļu padome

Doma laukums 8A, Rīga, LV-1939, Latvija, tālr. +371 67221848, e-pasts neplp@neplp.lv, www.neplp.lv

2022.GADA SAEIMAS VĒLĒŠANU PRIEKŠVĒLĒŠANU AĢITĀCIJAS PERIODA MONITORINGA I STARPZIŅOJUMS PAR PERIODU NO 2022.GADA 4.JŪNIJA LĪDZ 30.JŪNIJAM

IEVADS

2022.gada Saeimas vēlēšanas ir noteiktas 2022.gada 1.oktobrī. Likumdevējs priekšvēlēšanu aģitācijas veikšanai ir paredzējis speciālu regulējumu, tas ir noteikts Priekšvēlēšanu aģitācijas likumā. Tā 1. panta 4. punkts nosaka: *“Priekšvēlēšanu aģitācijas periods — laika posms no 120. dienas pirms vēlēšanām līdz vēlēšanu dienai. Ja Saeima ir atlaista vai atsaukta vai republikas pilsētas dome vai novada dome tiek atlaista, vai tiek izsludinātas atkārtotas vēlēšanas, priekšvēlēšanu aģitācijas periods ir laika posms no vēlēšanu izsludināšanas dienas līdz vēlēšanu dienai.”* Ievērojot minēto, priekšvēlēšanu aģitācijas periods pirms 2022.gada Saeimas vēlēšanām ilgs no 2022.gada 4.junija līdz 1.oktobrim. Šī perioda laikā ir piemērojamas Priekšvēlēšanu aģitācijas likuma normas.

Elektroniskajiem plašsaziņas līdzekļiem līdz 2022.gada 5.maijam bija pienākums iesniegt Nacionālajai elektronisko plašsaziņas līdzekļu padomei (turpmāk arī – NEPLP) priekšvēlēšanu aģitācijas perioda raidlaika izcenojumus. Raidlaika izcenojumus priekšvēlēšanu aģitācijas periodam elektroniskie plašsaziņas līdzekļi iesnieguši kopumā par 62 radio un televīzijas programmām un pakalpojumiem pēc pieprasījuma. Izcenojumi ir izvietoti NEPLP mājaslapā internetā www.neplp.lv sadaļā “Mediju monitorings” – “Vēlēšanas” – “Saeimas vēlēšanas 2022” (pieejams: <https://www.neplp.lv/lv/saeimas-velesanas-2022>).

NEPLP atbilstoši Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likuma 57. un 60. pantā noteiktajai kompetencei uzrauga, lai elektroniskie plašsaziņas līdzekļi ievērotu Satversmi, Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likumu, kā arī citus likumus, tostarp Priekšvēlēšanu aģitācijas likumu, jo viens no NEPLP uzdevumiem priekšvēlēšanu aģitācijas periodā ir uzraudzīt, lai priekšvēlēšanu aģitācijas materiāli elektronisko plašsaziņas līdzekļu radio un televīzijas programmās, kā arī pakalpojumos pēc pieprasījuma tiktu izvietoti atbilstoši Priekšvēlēšanu aģitācijas likuma prasībām, kā arī, lai elektroniskie plašsaziņas līdzekļi ievērotu likumā noteiktos aizliegumus un

uzliktos pienākumus, piemēram attiecībā uz viedokļu daudzveidības nodrošināšanu elektronisko plašsaziņas līdzekļu programmās un pakalpojumos.

I. ELEKTRONISKO PLAŠSAZIŅAS LĪDZEKĻU MONITORINGS

Priekšvēlēšanu aģitācijas perioda monitorings tiek veikts saskaņā ar “Nacionālās elektronisko plašsaziņas līdzekļu padomes darbības plānu 2022. gada Saeimas vēlēšanu priekšvēlēšanu aģitācijas perioda uzraudzībai”. Darbības plānā ir definētas NEPLP veicamās darbības pirms un pēc priekšvēlēšanu aģitācijas perioda, kā arī tā laikā. Plānā ir noteiktas konkrēti veicamās darbības, to izpildes termiņš un noteikts atbildīgais NEPLP sekretariāta departaments. Gan pirms priekšvēlēšanu aģitācijas perioda, gan tā laikā NEPLP sadarbojas arī ar citām institūcijām, piemēram sniedz informatīvus ziņojumus Korupcijas novēršanas un apkarošanas birojam par konkrētu elektronisko plašsaziņas līdzekļu programmās un pakalpojumos demonstrētu raidījumu atbilstību Priekšvēlēšanu aģitācijas likuma prasībām un ziņoja par uzsāktajiem administratīvo pārkāpumu procesiem, tāpat veidota sadarbība Nacionālo informācijas aģentūru “LETA”, kā arī Valsts kanceleju.

Viens no NEPLP darbības virzieniem ir vērsts uz elektronisko plašsaziņas līdzekļu informēšanu un brīdināšanu par Priekšvēlēšanu aģitācijas likumā noteiktajiem ierobežojumiem un pienākumiem, kas elektroniskajiem plašsaziņas līdzekļiem ievērojami konkrētos laika periodos. Elektronisko plašsaziņas līdzekļu informēšana tika īstenota gan izvietojot NEPLP interneta vietnē attiecīgus brīdinājumus un atgādinājumus, gan informējot elektroniskos plašsaziņas līdzekļus ar e-pastu starpniecību. Savukārt 2022.gada 15.jūnijā NEPLP organizēja vebināru elektronisko plašsaziņas līdzekļu pārstāvjiem par pienākumiem, veidojot un izplatot raidījumus priekšvēlēšanu aģitācijas perioda laikā. Vebinārā piedalījās apmēram 60 pārstāvji no dažādiem elektroniskajiem plašsaziņas līdzekļiem.

Vienlaikus NEPLP ir izstrādājusi un apstiprinājusi vadlīnijas elektronisko plašsaziņas līdzekļu darbībai priekšvēlēšanu aģitācijas perioda laikā, kā arī svarīgākie jautājumi un riski īsumā aprakstīti NEPLP izveidotā prezentācijā elektronisko plašsaziņas līdzekļu pārstāvjiem. Informatīvie materiāli ir izvietoti NEPLP mājaslapā internetā sadaļā “Mediju monitorings” – “Vadlīnijas darbībai priekšvēlēšanu aģitācijas perioda laikā” (pieejams: <https://www.neplp.lv/lv/vadlinijas-elektronisko-plassazinas-lidzeklu-darbibai-prieksvelesanu-agitācijas-perioda-laika>)

NEPLP pēc savas iniciatīvas veic pastāvīgu elektronisko plašsaziņas līdzekļu radio un televīzijas programmu, kā arī pakalpojumu pēc pieprasījuma monitoringu. Monitoringa veikšanai tiek izmantoti divi monitoringa rīki – visu programmu monitoringa rīks, kurā pieejamas vairāk nekā 60 Latvijā izplatītas radio un televīzijas programmas, kā arī specifiski priekšvēlēšanu aģitācijas periodam paredzēts monitoringa programmatūras rīks, kurā identificēti raidījumi un to fragmenti, kas saistīti ar vēlēšanām, deputātu kandidātiem un politisko spēku līderiem. Kopumā laika periodā no 2022.gada 4.jūnija līdz 30.jūnijam analizēti ne mazāk 1500 audio un audiovizuāli sižeti, monitorējot ne mazāk kā 650 raidstundas.

Monitoringa mērķis bija pārbaudīt, vai elektroniskie plašsaziņas līdzekļi ievēro Priekšvēlēšanu aģitācijas likuma 3. panta pirmajā daļā noteikto slēptās priekšvēlēšanu aģitācijas aizliegumu un citus likumā noteiktos pienākumus, ierobežojumus un aizliegumus.

II. KOMERCIĀLIE ELEKTRONISKIE PLAŠSAZIŅAS LĪDZEKĻI

1. Radio programmas

Veicot radio programmu monitoringu, NEPLP izlases kārtībā monitorēja vairākas radio programmas, izvēloties medijus, kuru programmās ir būtisks ziņu raidījumu vai ar politiskām aktualitātēm saistītu raidījumu īpatsvars un kas ir populāri dažādās auditorijās. Priekšvēlēšanu aģitācijas periodā lielākoties monitorētas šādas komerciālo elektronisko plašsaziņas līdzekļu radio programmas: “Radio SWH”, “STAR FM”, “Radio Skonto”, “Baltkom radio”, “Divu krastu radio”, “Autoradio Latvija”, “Kurzemes radio”, taču tika veikts arī citu radio programmu izlases veida monitorings.

Analīze liecina, ka radio programmās apskatāmajā periodā izvietoto ziņu raidījumu saturu politisko aktualitāšu kontekstā būtībā veido ziņu aģentūru sagatavotie materiāli. Minētais liecina, ka ievērojama daļa atspoguļoto politisko aktualitāšu radio programmās, iespējams, ir balstītas tikai ziņu aģentūru radītajā saturā, bez elektroniskā plašsaziņas līdzekļa veiktas analīzes un citu žurnālistikas metožu izmantošanas. Tādējādi ziņu aģentūras pastarpināti ietekmē medijos pieejamo informāciju, kura sasniedz ievērojamu sabiedrības daļu.

Izvērtējot visa priekšvēlēšanu aģitācijas perioda monitoringā konstatēto, secināts, ka politisko partiju, partiju apvienību un atsevišķu politiķu atspoguļojums komerciālo elektronisko plašsaziņas līdzekļu radio programmās priekšvēlēšanu aģitācijas perioda pirmajā mēnesī (jūnijs) kopumā galvenokārt bijis saistīts ar Saeimas vai Ministru kabineta darbu, ģeopolitisko situāciju Pasaulē, gaidāmajiem izaicinājumiem rudenī gan saistībā iespējamu Covid-19

saslimušo skaita pieaugumu, gan ievērojamo cenu pieaugumu. Tāpat atspoguļota informācija par konkrētās dienas vai nedēļas notikumiem, kā arī ar atsevišķu politiķu darbībām un izplatītajiem paziņojumiem. Atsevišķās komerciālo elektronisko plašsaziņas līdzekļu radio programmās politiskie spēki pieminēti tikai ziņu un informatīvo raidīju ietvaros, tiem dienas laikā vairākkārtīgi atkārtojoties, programmu ietvaros jūnija mēnesī nav izvietoti atsevišķi īpaši vēlēšanām veidoti raidījumi un priekšvēlēšanu debates. Vienlaikus secināms, ka radio programmās izplatīta informācija arī par tādiem politiskajiem spēkiem, kas izveidoti salīdzinoši nesēn un plāno kandidēt vēlēšanās, atsevišķos jautājumos atspoguļoti šo politisko spēku pārstāvju viedokļi.

Saistībā ar gaidāmajām Saeimas vēlēšanām jūnija mēnesī plaša informācija sniegta par Centrālās vēlēšanu komisijas darbu un aktualitātēm, kas saistītas ar deputātu kandidātu sarakstu sagatavošanas un iesniegšanas noteikumiem. Kopumā atspoguļotas politisko spēku pārstāvju aktivitātes saistībā ar aktualitātēm, valdības un Saeimas darbu. Politisko spēku atspoguļojums uzskatāms par vispārīgu, neizceļot nevienu politisko spēku. Vienlaikus NEPLP konstatē, ka radio programmās tiek izvietota apmaksāta priekšvēlēšanu aģitācija, taču aģitācijas apmaksātāji ir norādīti. Tāpat konstatēts, ka atsevišķas ar politiskajiem spēkiem saistītas personas izvieto reklāmu par koncertiem un dažādām sabiedriskām aktivitātēm, NEPLP pievērš īpašu uzmanību šāda veida komerciāliem paziņojumiem, vērtējot slēptas priekšvēlēšanu aģitācijas riskus.

2. Televīzijas programmas

Komerčiālo elektronisko plašsaziņas līdzekļu televīzijas programmu, tāpat kā radio programmu, monitorings tika veikts izlases veidā, izvēloties programmas, kurās tika izplatīti dažādi ziņu vai diskusiju raidījumi, kuros atspoguļota jaunākā informācija un politiskās aktualitātes. Priekšvēlēšanu aģitācijas periodā galvenokārt tika veikts šādu komerciālo televīzijas programmu monitorings: “RE:TV”, “TV3”, “TV 24”, taču izlases kārtībā tika veikts arī citu televīzijas programmu monitorings.

Monitoringa dati norāda, ka, līdzīgi kā radio programmās, arī televīzijas programmās politisko partiju un deputātu kandidātu atspoguļojums galvenokārt bija saistīts ar Saeimas vai Ministru kabineta darbu, konkrētās dienas vai nedēļas aktualitātēm, kā arī atsevišķu partiju vai politiķu veiktajām darbībām un izplatītajiem paziņojumiem. Televīzijas raidījumos ir novērojama plašāka atspoguļoto notikumu analīze, iesaistot dažādus viedokļu paudējus, tostarp nozaru ekspertus u.tml. Līdz ar to pretēji novērotajai tendencei radio programmu saturā,

televīzijas raidījumu veidotāji mazina ziņu aģentūru ietekmi uz mediju darba kārtību un saturu, kas nonāk līdz auditorijai.

Informācija saistībā ar politiskajiem spēkiem un to pārstāvju viedokļi, politisko spēku nostājas komerciālo televīzijas programmu ēterā plaši izskanējušas saistībā ar piedalīšanos sarunu festivālā “Lampa”. Sniegta informācija, ka “Lampa” aicinājusi piedalīties 14 politisko spēku pārstāvjus, tomēr ne visi ir piekrituši dalībai. Festivāla ietvaros politisko spēku pārstāvji diskutēja par dažādiem aktuāliem jautājumiem gan par Latvijas un Eiropas drošību, turpmākajiem izaicinājumiem, gan ekonomiskajiem izaicinājumiem, ar kuriem iedzīvotāji saskarsies tuvākajā laikā, kā arī par klimata un energoefektivitātes risinājumiem, izglītību u.tml.

Komerčiālo televīziju programmu ietvaros visbiežāk politiskie spēki tiek pieminēti ziņu raidījumu ietvaros, tomēr politiskie spēki un politiskās aktualitātes tiek atspoguļotas arī citos raidījumos, piemēram, programmā “TV24” izplatīti raidījumi “Preses klubs”, “Nedēļa. Post Scriptum”, “Nacionālo interešu klubs”, “Dienas personība”, “Ziņu Top 5”, “Varas spēles”, “Kur tas suns aprakts” un “Latvijas labums”. Raidījumā “Kārtības rullis” lielākoties viesi ir bijušie deputāti, šī brīža deputāti un arī tie, kas kandidēs 14.Saeimas vēlēšanās. Raidījuma saturs ir par 13.Saeimas veiktajiem darbiem, problēmām un iespējamiem risinājumiem, kas jāveic nākamajā periodā. Raidījuma vadītājs informē skatītājus par viesiem, kas ir ieradušies, viņu amatiem un politiskajiem spēkiem, kuras pārstāv. Raidījuma viesi uz vadītāja jautājumiem atbild pēc būtības, vadītājs kontrolē sarunas gaitu un ļauj izteikties visiem. Atsevišķos komerciālo televīziju raidījumos tiek sniegta informācija arī par politisko spēku reitingiem, tomēr nav konstatējams, ka kāds politiskais spēks tiktu īpaši pozitīvi vai negatīvi izcelts.

3. Pakalpojumi pēc pieprasījuma

Pakalpojumu pēc pieprasījuma, tāpat kā televīzijas un radio programmu, monitorings tika veikts izlases veidā. Īpaša uzmanība pievērsta tādiem pakalpojumiem pēc pieprasījuma kā AS “Delfi” pakalpojumam “Delfi TV”, SIA “VIDZEMES TELEVĪZIJA” pakalpojumam www.retv.lv/raidijumi, SIA “XTV”. Secināts, ka pakalpojumos pēc pieprasījuma nereti tiek izvietota informācija un raidījumi, kas tikuši demonstrēti televīzijas programmās, tomēr tiek nodrošināti arī speciāli pakalpojuma pēc pieprasījuma formātam veidoti raidījumi.

Sabiedrībai aktuālas tēmas, tajā skaitā tēmas, kas saistītas ar politiskajām aktualitātēm, atspoguļotas, piemēram, raidījumā “Spried ar Delfi”. Priekšvēlēšanu aģitācijas perioda laikā raidījumā piedalījušies gan ministri, gan dažādu nozaru pārstāvji, gan Saeimas deputāti un iestāžu pārstāvji. “Spried ar Delfi” sezonas noslēguma raidījumā studijas viesi sniedza

vērtējumu 13.Saeimas darbam, izsakot viedokli, ka elektorāts ir vīlies populistiskajās partijās. Tāpat tika izteikta prognoze, ka 14.Saeima būs sadrumstalota un iespējamās grūtības vienoties. Kopumā nav konstatēts, ka kāds politiskais spēks raidījumu ietvaros būtu īpaši izcelts pozitīvā vai negatīvā aspektā. Nodrošināta viedokļu daudzveidība, slēpta priekšvēlēšanu aģitācija nav konstatējama.

III. SABIEDRISKIE ELEKTRONISKIE PLAŠSAZIŅAS LĪDZEKĻI

Sabiedriskie elektroniskie plašsaziņas līdzekļi nodrošina informāciju, kas nepieciešama, lai katrs sabiedrības loceklis varētu veidot pamatotu un brīvu viedokli. Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu un to pārvaldības likuma 3.panta ceturtā daļa noteic: *“Sabiedriskie elektroniskie plašsaziņas līdzekļi nodrošina viedokļu daudzveidību un savā darbībā ievēro objektivitāti, pienācīgu precizitāti un neitralitāti.”* Savukārt šī panta pirmā daļa noteic, ka *“sabiedriskie elektroniskie plašsaziņas līdzekļi ir brīvi no politiskas, ekonomiskas, atsevišķu interešu grupu un citādas iejaukšanās to darbā.”*

Ar minētajām tiesību normām likumdevējs ir uzsvēris sabiedrisko elektroniskā plašsaziņas līdzekļu veidoto programmu nozīmi un ietekmi sabiedrības viedokļa veidošanā par aktualitātēm politikā, ekonomikā, sociālajā un izglītības jomā, aizsardzības u.c. jautājumos. Līdz ar to likumdevējs ir noteicis sabiedriskajiem elektroniskajiem plašsaziņas līdzekļiem sevišķi augstus standartus programmu un raidījumu veidošanā, neietekmējoties no kādas konkrētas sabiedrības grupas interesēm, bet gan rūpējoties par visas sabiedrības interesēm un vajadzībām. Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu un to pārvaldības likums nosaka konkrētus uzdevumus, kas izpildāmi sabiedriskajiem elektroniskajiem plašsaziņas līdzekļiem, veidojot to radio un televīzijas programmas un pakalpojumus. Aģitācijas perioda laikā tika veikts gan sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu programmu, gan pakalpojuma pēc pieprasījuma monitorings.

Kopumā sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu programmās izvietotais saturs priekšvēlēšanu periodā bijis koncentrēts uz dažādu nozaru un sabiedrībā aktuālu problēmu atspoguļošanu, vienlaikus skatītāji un klausītāji tikuši informēti par priekšvēlēšanu un citām aktualitātēm regulāros ziņu izlaidumos – sniegta informācija par Centrālās vēlēšanu komisijas darbu, politisko spēku aktivitātēm. Tādos programmā “LTV7” izplatītajos informatīvajos raidījumos kā “TĶK” (*“Tieši, precīzi, īsi”*) un “Jauna diena” tiek sniegta dažāda informācija par aktuālajiem notikumiem (*netieši saistīta ar 14.Saeimas vēlēšanām*), kur tiek informēts gan par premjera, gan par valdības ministru, gan par Saeimas deputātu viedokli. Bieži pieminēti tādi

politiskie spēki kā “JAUNĀ VIENOTĪBA”, “Nacionālā apvienība” un “Latvijas Krievu savienība”. Programmā “LTV1” informācija, kas saistīta ar politisko spēku atspoguļojumu un deputātu kandidātiem, kā arī sabiedriskās domas aptaujas rezultātiem galvenokārt atspoguļota ziņu raidījumu ietvaros. Atspoguļojot sabiedriskās domas aptaujas rezultātus, tika demonstrēts, kuru partiju vai partiju apvienību popularitātes līmenis ir palielinājies, bet kuru – samazinājies, taču tika demonstrēts visu partiju un partiju apvienību popularitātes līmenis, tā kā nav uzskatāms, ka kāda no partijām vai to apvienībām būtu tikusi īpaši izcelta.

Veicot priekšvēlēšanu perioda pārbaudi un analīzi VSIA “Latvijas Radio” programmās par laika periodu no 2022.gada 4.jūnija līdz 30.jūnijam, secināms, ka politisko partiju, partiju apvienību un atsevišķu politiķu atspoguļojums lielākoties bijis saistīts ar Saeimas vai Ministru kabineta darbu, konkrētās dienas vai nedēļas aktualitātēm Latvijā un Pasaulē, kā arī atsevišķu partiju vai politiķu, lielākoties esošo ministru, veiktajām darbībām un izplatītajiem paziņojumiem. Atsevišķos gadījumos ir novērojamas telefona intervijas ar esošajiem ministriem attiecībā uz aktualitātēm, valdības lēmumiem kā arī valsts aizsardzības jautājumiem. Netiek veidoti atsevišķi diskusiju raidījumi, kuros piedalītos politisko spēku pārstāvji. Programmā “Latvijas Radio – 1” izvietotā informācija un aktualitātes, kas saistītas ar politisko darbību atspoguļotas Ziņās un tādos informatīvos raidījumos kā “Labrīt!”, “Dienas notikumu apskats”, “Rīta intervija”, “Brīvais mikrofons”, “Rīta temats”, “Pusdiens” un “Krustpunktā”.

Ņemot vērā sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu programmu veidošanas uzdevumus un standartus, konstatējams, ka sabiedrisko mediju saturā ir izvērstāka un padziļinātāka aktualitāšu, tostarp politisko aktualitāšu, analīze. Sabiedriskie mediji, izmantojot ziņu dienesta resursus, veicot notikumu izpēti un analīzi, nepaļaujoties uz ziņu aģentūru radīto saturu, mazina ziņu aģentūru ietekmi uz mediju darba kārtību un saturu, kas nonāk līdz iedzīvotājiem, nodrošinot alternatīvu notikumu atspoguļojumu. Tādās sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu programmās kā “LTV1”, “Latvijas Radio 1”, “Latvijas Radio 4 – Doma laukums” politiskās aktualitātes tikušas atspoguļotas ne tikai ziņu raidījumos, bet arī intervijās un diskusiju raidījumos.

IV. SECINĀJUMI

NEPLP konstatē, ka politisko spēku aktivitāte pirmajā aģitācijas perioda mēnesī vērtējama kā zema. Daļa politisko spēku savas priekšvēlēšanu kampaņas aktīvi veic citās platformās, tostarp interneta vidē, izvietojot dažādas reklāmas un publicējot partijas, partiju apvienības vai atsevišķu deputātu kandidātu viedokļus u.c. informāciju.

Elektroniskie plašsaziņas līdzekļi, kas visaktīvāk nodrošinājuši politisko aktualitāšu atspoguļojumu un politiķu līdzdalību raidījumos ir VSIA “Latvijas televīzija”, VSIA “Latvijas Radio”, AS “TV Latvija”, SIA “Vidzemes televīzija”, SIA All Media Latvia, SIA “Baltkom radio”, AS “Delfi”. Savukārt visbiežāk pieminētie politiskie spēki – “Jaunā Vienotība”, “Jaunā konservatīvā partija” un “Nacionālā apvienība”.

Kopumā periodā no 4.jūnija līdz 30.jūnijam elektronisko plašsaziņas līdzekļu programmās un pakalpojumos tikuši atspoguļoti gan atsevišķu politiķu viedokļi, darbības, gan diskusijas par dažādiem jautājumiem un aktualitātēm, īpaši galvaspilsētā. Programmās izvietoti ziņu raidījumi, kuros bieži iekļautas intervijas. Cita starpā viedokli par deputātu kandidātiem, politiskajiem spēkiem un to iecerēm izteikuši arī klausītāji – piemēram, raidījumā “Brīvais mikrofons”, kurā klausītāji ēterā var paust savu viedokli par dažādiem jautājumiem, tostarp politiskajām aktualitātēm. Izvērtējot elektronisko plašsaziņas līdzekļu demonstrētos raidījumus, konstatēts, ka daļa raidījumu veidoti profesionāli, ievērojot normatīvajos aktos noteiktos raidījumu veidošanas principus, kā arī nodrošinot viedokļu daudzveidību. Apmaksāta aģitācija elektronisko plašsaziņas līdzekļu programmās tiek izvietota atbilstoši normatīvajos aktos noteiktajam, bet slēpti priekšvēlēšanu aģitācijas gadījumi nav konstatēti, tādējādi nav uzsākti administratīvo pārkāpumu procesi.

NEPLP elektronisko plašsaziņas līdzekļu darbībā pirmajā priekšvēlēšanu aģitācijas perioda mēnesī nav konstatējusi iespējamus Priekšvēlēšanu aģitācijas likuma pārkāpumus. Tāpat NEPLP jūnija mēnesī nav saņēmusi iedzīvotāju sūdzības par iespējamiem priekšvēlēšanu aģitācijas pārkāpumiem. NEPLP ieskatā priekšvēlēšanu aģitācijas pārkāpumi ir vieni no būtiskākajiem, kurus elektroniskie plašsaziņas līdzekļi savā darbībā var pieļaut, jo šādi pārkāpumi var radīt sekas demokrātisko procesu norisei valstī. Tādēļ, lai tos novērstu, nepieciešams turpināt veikt preventīvo darbu, skaidrojot tiesību normas elektronisko plašsaziņas līdzekļu pārstāvjiem, kā arī attīstīt sadarbību gan ar citām priekšvēlēšanu aģitācijas periodu uzraugošajām iestādēm, piemēram, Korupcijas novēršanas un apkarošana biroju.

Padomes priekšsēdētājs

Ivars Āboliņš

*DOKUMENTS PARAKSTĪTS AR DROŠU ELEKTRONISKO PARAKSTU UN SATUR
LAIKA ZĪMOGU*