

2020. GADA RĪGAS DOMES ĀRKĀRTAS VĒLĒŠANU PRIEKŠVĒLĒŠANU AĢITĀCIJAS PERIODA MONITORINGA ZIŅOJUMS

IEVADS

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, kā arī to, ka Centrālā vēlēšanu komisija Ievērojot Rīgas domes atlaišanas likumu, Centrālā vēlēšanu komisija 2020.gada 7.jūlijā izsludināja Rīgas domes vēlēšanas, nosakot, ka tās notiks 2020.gada 29.augustā, priekšvēlēšanu aģitācijas periods Rīgas domes ārkārtas vēlēšanām ilga no 2020.gada 7.jūlija līdz 29.augustam. Šī perioda laikā ir piemērojamas Priekšvēlēšanu aģitācijas likuma normas.

Nacionālā elektronisko plašsaziņas līdzekļu padome 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 tiktu izvietoti atbilstoši Priekšvēlēšanu aģitācijas likuma prasībām, kā arī, lai elektroniskie plašsaziņas līdzekļi ievērotu likumā noteiktos aizliegumus un uzliktos pienākumus.

I. ELEKTRONISKO PLAŠSAZIŅAS LĪDZEKĻU MONITORINGS

Priekšvēlēšanu aģitācijas perioda monitorings tika veikts saskaņā ar “Nacionālās elektronisko plašsaziņas līdzekļu padomes darbības plānu 2020. gada Rīgas domes ārkārtas vēlēšanu priekšvēlēšanu aģitācijas perioda uzraudzībai”. Darbības plānā NEPLP definēja 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. Jāuzsver, ka gan pirms, gan priekšvēlēšanu aģitācijas perioda laikā NEPLP sadarbojās arī ar citām institūcijām, piemēram sniedza informatīvus ziņojumus Korupcijas novēršanas un apkarošanas birojam par konkrētu televīzijā demonstrētu raidījumu atbilstību Priekšvēlēšanu aģitācijas likuma prasībām un ziņoja par uzsāktajiem administratīvo pārkāpumu procesiem, tāpat NEPLP sadarbojās arī ar Centrālo vēlēšanu komisiju un Nacionālo informācijas aģentūru "LETA".

Viens no NEPLP darbības virzieniem bija 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, kā arī komunicējot sociālo mediju platformā "Twitter", nosūtot informatīvas vēstules un izplatot preses relīzes. Nepieciešamības gadījumā NEPLP pārstāvji elektronisko plašsaziņas līdzekļu pienākumus skaidroja arī telefoniski. NEPLP ieskatā tādējādi tika veiktas preventīvas darbības, lai veicinātu elektronisko plašsaziņas līdzekļu izpratni par Priekšvēlēšanu aģitācijas likuma noteikumiem un elektronisko plašsaziņas līdzekļu pienākumiem priekšvēlēšanu aģitācijas perioda laikā.

NEPLP pēc savas iniciatīvas veica pastāvīgu elektronisko plašsaziņas līdzekļu radio un televīzijas programmu monitoringu, kopumā analizējot ne mazāk kā divus tūkstošus audio un audiovizuālos sižetus. 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 aizliegumus. Jāatzīmē, ka NEPLP elektronisko plašsaziņas līdzekļu darbībā ir konstatējusi vairākus iespējamus Priekšvēlēšanu aģitācijas likuma pārkāpumus. Kopumā par Priekšvēlēšanu aģitācijas likuma pārkāpumiem NEPLP uzsākusi 12 administratīvo pārkāpumu procesus, kā arī par pārkāpumiem piemērojusi naudas sodus.

Ievērojot to, ka Rīgas domes ārkārtas vēlēšanu priekšvēlēšanu aģitācijas periods ilga īsu laika periodu – tikai 55 dienas, atšķirībā no iepriekšējiem priekšvēlēšanu aģitācijas periodiem NEPLP neveidoja starpziņojumus par konstatēto radio un televīzijas programmās. Taču par konstatēto, veicot elektronisko plašsaziņas līdzekļu radio un televīzijas programmu monitoringu, sabiedrība tika informēta ar NEPLP sagatavoto relīžu starpniecību, ievietojot tās gan NEPLP mājaslapā internetā, gan izplatot tās interneta ziņu portālos. Vērtējot aizvadītā priekšvēlēšanu aģitācijas perioda uzraudzības izpildi, secināms, ka prevencijas un elektronisko plašsaziņas līdzekļu informēšanas darbības virziens atzīstams par veiksmīgu – NEPLP savas kompetences robežās ir veikusi gan preventīvo darbu, gan liela apjoma monitoringu, kā arī, piemērojot tiesību

normas, konstatējusi iespējamus tiesību normu trūkumus, par kuriem diskutēt un novērst nākotnē, izstrādājot tiesību normu grozījumus vai jaunas vadlīnijas normu piemērošanā.

Secināms, ka arī turpmāk NEPLP būtu jāveic preventīvi pasākumi, informējot un atgādinot elektroniskajiem plašsaziņas līdzekļiem par to pienākumiem priekšvēlēšanu aģitācijas perioda laikā, tādējādi palīdzot elektroniskajiem plašsaziņas līdzekļiem labāk izprast tiesību normu regulējumu un vienlaikus mazinot administratīvo pārkāpumu izdarīšanu nākotnē.

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”, “Radio PIK”, taču tika veikts arī citu radio programmu izlases veida monitorings.

Izvērtējot visa priekšvēlēšanu aģitācijas perioda monitoringā konstatēto, secināts, ka politisko partiju, partiju apvienību un atsevišķu politiķu atspoguļojums komerciālo elektronisko plašsaziņas līdzekļu radio programmās visā priekšvēlēšanu aģitācijas periodā kopumā galvenokārt bijis saistīts ar Saeimas vai Ministru kabineta darbu, Covid-19 aktualitātēm, aktualitātēm kaimiņvalstīs, 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, taču programmu ietvaros netika izvietoti atsevišķi īpaši vēlēšanām veidoti raidījumi un priekšvēlēšanu debates. Nereti aktualitātes, kas saistītas ar vēlēšanām, izskanējušas arī ziņu raidījumu ietvaros, piemēram, programmā “STAR FM” ziņu izlaidumos sniegta informācija par Rīgas domes vēlēšanām pieteiktajiem kandidātu sarakstiem, tostarp minot dažādu kandidējošo partiju nosaukumus. Tāpat ziņu raidījumos klausītāji informēti arī par politisko spēku tēriņiem priekšvēlēšanu aģitācijas veikšanai.

Atsevišķās radio programmās diskusiju raidījumos kā dalībnieki regulāri piedalījās deputātu kandidāti, kā arī programmas ietvaros tika izvietoti īpaši vēlēšanām veidoti raidījumi, piemēram Programmas “Radio SWH” ietvaros tika pārrādīts raidījums “Priekšvēlēšanu debates”, kura laikā auditorijai bija iespēja uzzināt vispārīgu informāciju par politiskajiem spēkiem, kas bija pieteikuši savu kandidatūru Rīgas domes ārkārtas vēlēšanās, tāpat šī raidījuma ietvaros

politisko spēku pārstāvji sniedza atbildes uz dažādiem jautājumiem. Savukārt, piemēram, programmā “Baltkom radio” izplatīti tādi raidījumi kā “Baltkom rīts”, “Septiņas dienas un nakts”, “Tieša runa” un citi, kuros regulāri atspoguļotas intervijas ar politisko spēku pārstāvjiem un deputātu kandidātiem. Deputātu kandidāti regulāri piedalījušies raidījumos arī programmā “Radio PIK”. Augusta mēnesī salīdzinājumā ar jūliju visās komerciālo radio programmās lielāks bijis partiju, partiju apvienību atspoguļojums Rīgas domes ārkārtas vēlēšanu kontekstā.

Vērtējot priekšvēlēšanu aģitācijas periodu kopumā, NEPLP secina, ka komerciālo radio programmās izvietoto ziņu raidījumu saturu politisko aktualitāšu kontekstā lielākoties veido ziņu aģentūru sagatavotie materiāli, tātad 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 rodas situācija, kurā ziņu aģentūras pastarpināti var ietekmēt medijos pieejamo informāciju, kura sasniedz ievērojamu sabiedrības daļu un daļēji veido sabiedrības izpratni par notikumiem un aktualitātēm valstī. Politisko partiju nosaukumi, kā arī atsevišķu deputātu vārdi, komerciālo radio programmās visa priekšvēlēšanu aģitācijas perioda laikā izskanējuši saistībā ar jautājumiem par Covid-19 krīzes seku risināšanu, reformām dažādās nozarēs, budžeta pieņemšanu un izlietošanu un Rīgas domes ārkārtas vēlēšanām tāpat politiskie spēki, atsevišķi deputāti un ministri pieminēti saistībā ar aktualitātēm nozarēs un politiskajās partijās vai to apvienībās. Monitorējot priekšvēlēšanu aģitācijas periodā komerciālo radio programmās izvietotos raidījumus NEPLP ir konstatējusi arī slēptas priekšvēlēšanu aģitācijas izvietojumu. Slēptā priekšvēlēšanu aģitācija izpaudusies kā deputāta kandidāta netraucēta izteikšanās par sev vēlamajiem tematiem, tādējādi izceļot savas vai citu deputātu kandidātu pozitīvās iezīmes. Tāpat konstatēts, ka atsevišķos gadījumos raidījumu vadītāji studijas viesus – deputātu kandidātus – nepiesaka kā deputātu kandidātus, bet gan kā neatkarīgus ekspertus vai, piemēram, kā kādas biedrības vadītājus un/vai biedrus, tādējādi maldinot un neinformējot auditoriju par raidījumu dalībnieku balotēšanos Rīgas domes ārkārtas vēlēšanām.

Vērtējot priekšvēlēšanu aģitācijas periodā nodrošināto politisko spēku vienlīdzīgu atspoguļojumu raidījumu ietvaros, NEPLP konstatējusi, ka atsevišķās komerciālo elektronisko plašsaziņas līdzekļu programmās nav ticis nodrošināts samērīgs dažādu politisko spēku atspoguļojums, tādējādi nenodrošinot godīgu konkurenci starp politiskajiem spēkiem, kā arī ietekmējot vēlēšanu politiskās tiesības un brīvības un tādējādi, iespējams, ietekmējot vēlēšanu rezultātu.

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 komerčiālo televīzijas programmu monitorings: “RE:TV”, “TV3”, “RīgaTV 24”, “Pirmais Baltijas Kanāls”, ”, 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 iedzīvotājiem.

Informācijas tematika saistībā ar Rīgas domes ārkārtas vēlēšanām televīzijas programmās apskatāmajā periodā ir plaša. Piemēram, programmā “RīgaTV 24”, tādos raidījumos, kā “Dienas personība ar Veltu Puriņu”, “Preses klubs”, “Nacionālo interešu klubs”, “Uz līnijas”, “Globuss” u.c., programmā “Re:TV” raidījumā “Jautā Jums / "Latvija testē Rīgu”: Priekšvēlēšanu diskusija, tika atspoguļotas vairākas diskusijas par tematiem saistībā ar gaidāmajām Rīgas domes ārkārtas vēlēšanām. Vēlēšanu aktualitātes atspoguļotas arī programmas “TV3” ietvaros tādos raidījumos kā “TV3 ziņas”, “900 sekundes” un “Nekā personīga”. Priekšvēlēšanu aģitācijas perioda pēdējā nedēļā raidījuma “900 sekundes” ietvaros tika veidotas priekšvēlēšanu debates, kurās piedalījās astoņu populārāko partiju kandidātu sarakstu līderi, diskutējot un atbildot uz dažādiem jautājumiem. Kopumā televīzijas programmās atspoguļotajās diskusijās piedalījās dažādu nozaru pārstāvji, kā arī politiķi, tajā skaitā vēlēšanām izvirzītie kandidāti.

NEPLP konstatē, ka ievērojama politiķu līdzdalība bija vērojama elektroniskā plašsaziņas līdzekļa AS “TV Latvija” programmas “RīgaTV 24” raidījumos, kuros par aktualitātēm regulāri tika intervēti vai aicināti piedalīties diskusijās sabiedrībā pazīstami cilvēki, nozaru eksperti un dažādu politisko partiju pārstāvji. Vērtējot elektroniskajā plašsaziņas līdzeklī izplatītos raidījumus, NEPLP atsevišķos raidījumos konstatējusi slēptas priekšvēlēšanu aģitācijas pazīmes. Slēptā priekšvēlēšanu aģitācija izpaudusies vairākās epizodēs, piemēram, pārmērīgi iekļaujot raidījumā partijas logo un citus tās vizuālus elementus, tādējādi nepārprotami popularizējot konkrētos politiskos spēkus. Tāpat programmas ietvaros konstatēts atsevišķu politisko spēku

atspoguļojuma īpatsvars. Šāda rīcība neveicina viedokļu daudzveidību programmā, samazina auditorijas iespējas veidot objektīvu viedokli par vēlēšanu kandidātiem kopumā un var ietekmēt vēlēšanu rezultātus. Televīzijas programmā “Pirmais Baltijas Kanāls Latvija” Politiku publicitāte bijusi zema visa priekšvēlēšanu aģitācijas perioda laikā.

III. SABIEDRISKIE ELEKTRONISKIE PLAŠSAZIŅAS LĪDZEKĻI

Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likuma 66. panta pirmā daļa noteic: “*Sabiedriskie elektroniskie plašsaziņas līdzekļi nodrošina informāciju, kas nepieciešama, lai katrs sabiedrības loceklis varētu veidot pamatotu un brīvu viedokli.*” Tā paša panta otrā daļa nosaka, ka “*sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu programmas tiek veidotas atbilstoši augstām ētikas un kvalitātes prasībām un atspoguļo sabiedrības uzskatu dažādību. Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu programmās nedrīkst atspoguļot tikai atsevišķu politisko, ideoloģisko, ekonomisko, reliģisko vai citu grupu intereses.*”, savukārt panta trešā daļa paredz: “*Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu programmu veidošanā tiek ievērota Latvijas sabiedrības dažādība sociālajā, ekonomiskajā, reģionālajā, izglītības, kultūras un reliģijas ziņā, respektējot cilvēka tiesības un pamatbrīvības, visu cilvēku vienlīdzību likuma priekšā, uzskatu un izteiksmes brīvību, tiesības brīvi saņemt un izplatīt informāciju, nevainīguma prezumpciju, personiskās dzīves, kā arī goda un cieņas neaizskaramību.*” 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. Arī Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likuma 71. panta pirmā daļa nosaka konkrētus uzdevumus, kas izpildāmi sabiedriskajiem elektroniskajiem plašsaziņas līdzekļiem, veidojot to radio un televīzijas programmas.

Kopumā sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu programmās izvietotais saturs priekšvēlēšanu periodā bijis koncentrēts uz dažādu nozaru un sabiedrībā aktuālu problēmu atspoguļošanu, vienlaikus klausītāji tikuši informēti par priekšvēlēšanu un citām aktualitātēm gan regulāros ziņu izlaidumos, gan īpaši veidotos raidījumos, kuros atspoguļoti politisko spēku un deputātu kandidātu viedokļi konkrētos jautājumos, kā arī izteikti pieņēmumi par novērotajām tendencēm priekšvēlēšanu aģitācijas periodā.

Ņemot vērā Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likumā noteiktos 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”, “LTV7”, “Latvijas Radio 1”, “ “Latvijas Radio 4 – Doma laukums” politiskās aktualitātes tikušas atspoguļotas ne tikai ziņu raidījumos, bet arī intervijās un diskusiju raidījumos, kuri veidoti īpaši pirms Rīgas domes ārkārtas vēlēšanām, nolūkā atspoguļot sabiedrībai nozīmīgus tematus un dot iespēju skatītājiem un klausītājiem uzzināt politisko partiju un partiju apvienību, kā arī atsevišķu deputātu nostāju konkrētos aktuālos jautājumos. Šajos raidījumos aicināti piedalīties gan dažādu politisko partiju pārstāvji, gan nozaru eksperti, žurnālisti, uzņēmēji un citi sabiedrībā pazīstami cilvēki. Tāpat atsevišķu raidījumu ietvaros tiek demonstrēti iepriekš sagatavoti sižeti gan par politiskajām partijām, deputātu kandidātiem, gan īsi apkopojumi, kuros atspoguļoti partiju un partiju apvienību piedāvājumi konkrētu nozaru sakārtošanai. 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, bija norādīts un 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. Programmā izvietoti arī raidījumi, kas veidoti īpaši politisko spēku atspoguļošanai, piemēram, deputātu kandidātu un mēra amata kandidātu debates. Savukārt programmā “LTV7” informācija, kas saistīta ar priekšvēlēšanu aģitācijas perioda aktualitātēm, lielākoties tiek sniegta gan ziņu raidījumu ietvaros, gan tādos raidījumos kā “Punkts uz i” un “Personiskā lieta”.

Programmā “Latvijas radio 1” izvietoti ne tikai ziņu raidījumi, bet arī intervijas gan ar politiķiem, gan dažādu nozaru ekspertiem, tāpat izvietoti arī diskusiju raidījumi, piemēram, “Krustpunktā”, “Rīta intervija”, “Labrīt”, “Pusdiens”. Raidījumos kā dalībnieki ir bijuši uzaicināti dažādu politisko partiju pārstāvji, tādējādi nodrošinot viedokļu dažādību. Piemēram, raidījumu ciklā “Rīta intervija”, atbildēt uz īsiem jautājumiem tiek aicināti visu 15 politisko partiju izvēlētie pārstāvji. Raidījumā “Labrīt!” nedēļas ietvaros tiek uzaicināti visu partiju pārstāvji. “Krustpunktā” reizi nedēļā tiek uzaicināti 3 dažādi partiju sarakstu līderi. Tāpat “Latvijas radio 1” programmā biežāk izskan dažādi ziņu apkopojumi “Pusdiens”, “Dienas notikumu apskats”, kuros liela uzmanība veltīta priekšvēlēšanu aktivitātēm. Savukārt programmā “Latvijas radio 4 – Doma laukums” augusta mēnesī uz tādiem raidījumiem kā “Sīkāka

informācija”, “Doma laukums” un “Darbojošās personas” kā viesi tiek aicināti arī politisko spēku pārstāvji un deputātu kandidāti. Programmas ietvaros tiek veidotas diskusijas par aktuāliem jautājumiem Rīgā, piemēram, mājokļu programmām un sabiedrisko transportu. NEPLP ir konstatējusi, ka līdzīgi kā komerciālo elektronisko plašsaziņas līdzekļu radio programmās, arī sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu programmās raidījuma viesi, kuri ir arī deputātu kandidāti, ne vienmēr tiek pieteikti kā deputātu kandidāti, tādējādi pienācīgi neinformējot auditoriju par minēto personu balotēšanos Rīgas domes ārkārtas vēlēšanām.

Kopumā sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu programmās izplatītie raidījumi uzskatāmi par informatīviem, nav konstatēts, ka raidījumos tiktu izvietota slēpta priekšvēlēšanu aģitācija, īpaši pozitīvi vai negatīvi izcelti kādi politiskie spēki vai atsevišķi deputātu kandidāti. Uzskatāms, ka raidījumi veidoti, ievērojot pienācīgu neitralitāti un precizitāti.

Ņemot vērā Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likumā noteiktos sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu programmu veidošanas uzdevumus un standartus, konstatējams, ka sabiedrisko mediju saturā, tostarp informatīvajos un ziņu raidījumos, ir izvērstāka un padziļinātāka aktualitāšu, tostarp politisko aktualitāšu, analīze. No monitoringa datiem izriet, ka nav konstatējams tiešs vai netiešs atbalsts atsevišķu politisko partiju popularizēšanai, ņemot vērā, ka piedalīties raidījumos tikuši aicināti dažādu politisko partiju un partiju apvienību pārstāvji. Tāpat raidījumos aktualitātes komentēja arī žurnālisti, akadēmiķi un nozaru pārstāvji.

Ievērojot to, ka VSIA “Latvijas televīzija” programmā “LTV1” un VSIA “Latvijas Radio” izvietotajos raidījumos piedalīties un diskutēt bija aicināti politisko partiju un partiju apvienību pārstāvji, NEPLP pievērsa pastiprinātu uzmanību šajās programmās izvietoto raidījumu atbilstībai Priekšvēlēšanu aģitācijas likumā noteiktajām prasībām par priekšvēlēšanu aģitācijas izvietojumu. Veicot programmā izvietoto raidījumu monitoringu un izvērtējot un analizējot konkrētus raidījumus ar nozaru ekspertu un politisko partiju un partiju apvienību pārstāvju piedalīšanos, NEPLP ir vērtējusi, vai raidījumos nav saskatāmas slēptas priekšvēlēšanu aģitācijas pazīmes un, analizējot programmās izvietoto raidījumu saturu, nav konstatējusi slēptas priekšvēlēšanu aģitācijas pazīmes.

IV. SECINĀJUMI

NEPLP konstatē, ka salīdzinoši augstāka politisko spēku aktivitāte elektronisko plašsaziņas līdzekļu programmās konstatējama priekšvēlēšanu aģitācijas perioda augusta mēnesī. Sākotnēji, priekšvēlēšanu aģitācijas perioda sākumā, plašākas aģitācijas kampaņas konstatējama citās platformās, nevis elektroniskajos plašsaziņas līdzekļos, jo daļa politisko spēku savas

priekšvēlēšanu kampaņas aktīvi veica citās platformās, tostarp interneta vidē, izvietojot dažādas reklāmas un publicējot partijas, partiju apvienības vai atsevišķu deputātu kandidātu viedokļus u.c. informāciju.

Mediji, kas visaktīvāk nodrošinājuši politisko aktualitāšu atspoguļojumu un politiku līdzdalību raidījumos ir AS “TV Latvija”, VSIA “Latvijas televīzija”, SIA “Baltkom radio”. Kopumā priekšvēlēšanu aģitācijas perioda laikā elektronisko plašsaziņas līdzekļu programmās tikuši atspoguļoti gan atsevišķu politiku viedokļi, darbības, gan diskusijas par dažādiem jautājumiem un aktualitātēm, īpaši galvaspilsētā. Programmās izvietotas intervijas, diskusiju raidījumi, debates. 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. Gan radio, gan televīzijas programmās izvietoti raidījumi, kas veidoti īpaši vēlēšanu atspoguļošanai. Izvērtējot elektronisko plašsaziņas līdzekļu demonstrētos raidījumus, konstatēts, ka daļa raidījumu veidoti profesionāli, ievērojot normatīvajos aktos noteiktos raidījumu veidošanas principus, kā arī nodrošinot viedokļu daudzveidību un ikviena politiskā spēka piedalīšanos, tāpat visiem debašu dalībniekiem ticis dots vienlīdz liels laiks paust savu viedokli un argumentus par konkrētiem jautājumiem, kā arī izteikt replikas un atbildēt uz oponentu jautājumiem. Atsevišķos gadījumos NEPLP konstatējusi pārkāpumus, par kuriem uzsāktas administratīvo pārkāpumu lietvedības. Kopumā par priekšvēlēšanu aģitācijas noteikumu neievērošanu uzsākti 12 administratīvā pārkāpuma procesi un saņemtas 13 sūdzības no elektronisko plašsaziņas līdzekļu lietotājiem.

NEPLP secina, ka elektroniskie plašsaziņas līdzekļi, pieļaujot politisko partiju pārstāvju dalību raidījumos, ne vienmēr ir nodrošinājuši atbilstību žurnālistikas standartiem, kā arī spējuši profesionāli vadīt raidījumus, nedodot uzaicinātajiem politisko spēku pārstāvjiem iespēju tieši vai netieši aģitēt par vai pret kādu politisko partiju vai deputāta kandidātu. NEPLP konstatējusi, ka, izvērtējot priekšvēlēšanu aģitācijas periodu un konstatētos pārkāpumus, nepieciešams precizēt vadlīnijas, kuras priekšvēlēšanu aģitācijas perioda laikā jāievēro elektroniskajiem plašsaziņas līdzekļiem, tādējādi veicinot elektronisko plašsaziņas līdzekļu izpratni par tiesību normu piemērošanu.

NEPLP ieskatā priekšvēlēšanu aģitācijas pārkāpumi ir vieni no būtiskākajiem, kurus elektroniskie plašsaziņas līdzekļi savā darbībā pieļauj, jo šādi pārkāpumi var radīt sekas demokrātisko procesu norisei valstī. Tādēļ nepieciešams turpināt un attīstīt sadarbību gan ar citām priekšvēlēšanu aģitācijas periodu uzraugošajām iestādēm, piemēram, Korupcijas novēršanas un apkarošana biroju, gan vērtēt iespējamās nepieciešamas izmaiņas normatīvajos

aktos. Tāpat NEPLP ieskatā nepieciešams turpināt veikt preventīvo darbu, skaidrojot tiesību normu saturu, kā arī noteikt mehānismu, kādā NEPLP, konstatējot iespējamu priekšvēlēšanu aģitācijas pārkāpumu, būtu iespējams ātri reaģēt un novērst to, lai turpmākajā priekšvēlēšanu aģitācijas perioda laikā līdzīgi pārkāpumi neatkārtotos.