



Nacionālā elektronisko plašsaziņas līdzekļu padome

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

APSTIPRINĀTS

Ar Nacionālās elektronisko plašsaziņas līdzekļu padomes
2024.gada 28.marta lēmumu Nr. 116/1-2

2024.GADA EIROPAS PARLAMENTA VĒLĒŠANU PRIEKŠVĒLĒŠANU AĢITĀCIJAS PERIODA MONITORINGA I STARPZIŅOJUMS PAR PERIODU NO 2024.GADA 10.FEBRUĀRA LĪDZ 9.MARTAM

IEVADS

2024.gada Eiropas Parlamenta vēlēšanas ir noteiktas 2024.gada 8.jūnijā. 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 2024.gada Eiropas Parlamenta vēlēšanām ilgs no 2024.gada 10.februāra līdz 8.jūnijam. Šī perioda laikā ir piemērojamas Priekšvēlēšanu aģitācijas likuma normas.

Elektroniskajiem plašsaziņas līdzekļiem līdz 2024.gada 11.janvārim 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” – “Eiropas Parlamenta vēlēšanas 2024” (pieejams: <https://www.neplp.lv/lv/eiropas-parlamenta-velesanas-2024>).

Atbilstoši Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likuma 57. un 60. pantā noteiktajai kompetencei NEPLP 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 2024.gada 31.janvārī apstiprināto **“Nacionālās elektronisko plašsaziņas līdzekļu padomes darbības plānu 2024. gada Eiropas Parlamenta vēlēšanu priekšvēlēšanu aģitācijas perioda uzraudzībai”**. Darbības plānā ir definētas NEPLP uzdevumi pirms un pēc priekšvēlēšanu aģitācijas perioda, kā arī tā laikā. Plāns iekļauj informāciju par uzdevumiem un to izpildes termiņiem. Gan pirms priekšvēlēšanu aģitācijas perioda, gan tā laikā NEPLP sadarbojas arī ar citām institūcijām, piemēram, sniedzot informatīvus ziņojumus Korupcijas novēršanas un apkarošanas birojam un Valsts valodas centram par konkrētu elektronisko plašsaziņas līdzekļu programmās un pakalpojumos demonstrēto raidījumu atbilstību Priekšvēlēšanu aģitācijas likuma prasībām. Tāpat NEPLP tīmekļa vietnē ir izvietota informācija par uzsāktajiem administratīvo pārkāpumu procesiem par iespējamiem Priekšvēlēšanu aģitācijas likuma pārkāpumiem, kā arī veidota sadarbība ar Valsts kanceleju un Nacionālo informācijas aģentūru “LETA”.

Viens no NEPLP darbības virzieniem ir vērsts uz preventīvu darbību veikšanu – elektronisko plašsaziņas līdzekļu informēšanu un brīdināšanu par Priekšvēlēšanu aģitācijas likumā noteiktajiem ierobežojumiem un pienākumiem, kas ievērojami konkrētos laika periodos. Elektronisko plašsaziņas līdzekļu informēšana tiek īstenota gan izvietojot NEPLP tīmekļa vietnē atgādinājumus, gan informējot elektroniskos plašsaziņas līdzekļus ar e-pastu starpniecību. Vienlaikus NEPLP ir izstrādājusi un apstiprinājusi vadlīnijas elektronisko plašsaziņas līdzekļu darbībai priekšvēlēšanu aģitācijas perioda laikā, kā arī būtiskākie jautājumi, riski īsumā aprakstīti NEPLP izveidotā prezentācijā elektronisko plašsaziņas līdzekļu pārstāvjiem. Informatīvie materiāli ir izvietoti NEPLP mājaslapā internetā sadaļā “Mediju monitorings” – “Vēlēšanas” – “Vadlīnijas darbībai priekšvēlēšanu aģitācijas perioda laikā” (pieejams: <https://www.neplp.lv/lv/vadlinijas-elektronisko-plassazinas-lidzeklu-darbibai-prieksvelesanu-agitacijas-perioda-laika>)

NEPLP pēc veic pastāvīgu un sistemātisku elektronisko plašsaziņas līdzekļu radio un televīzijas programmu, kā arī pakalpojumu pēc pieprasījuma monitoringu. Monitoringa veikšanai tiek izmantoti divi monitoringa rīki, no kuriem viens ir specifiski priekšvēlēšanu aģitācijas periodam paredzēts monitoringa programmatūras rīks, kurā identificēti raidījumi un to fragmenti, kas saistīti ar vēlēšanām, deputātu kandidātiem un politisko spēku līderiem. Attiecībā uz audiovizuālo pakalpojumu pēc pieprasījuma sniedzēju monitoringu tiek izmantots katra audiovizuālā pakalpojuma pēc pieprasījuma sniedzēja tīmekļa vietnē izvietotais raidījumu katalogs. Kopumā laika periodā no 2024.gada 10.februāra līdz 9.martam dažādu elektronisko plašsaziņas līdzekļu programmās un pakalpojumos monitorētas ne mazāk kā 850 satura vienības.

Monitoringa mērķis ir pārbaudīt, vai elektroniskie plašsaziņas līdzekļi ievēro Priekšvēlēšanu aģitācijas likuma 3. panta pirmajā daļā noteikto slēptās priekšvēlēšanu aģitācijas aizliegumu un citus nozari regulējošajos normatīvajos aktos noteiktos pienākumus, ierobežojumus un aizliegumus.

II. KOMERCIĀLIE ELEKTRONISKIE PLAŠSAZIŅAS LĪDZEKĻI

1. Radio programmas

Veicot radio programmu monitoringu, NEPLP izlases kārtībā monitorē 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”, “Radio Tev”, 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 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 (10.februāris – 9.marts) kopumā galvenokārt bijis saistīts ar Saeimas vai Ministru kabineta darbu, ģeopolitisko situāciju Pasaulē, plūdiem Jēkabpilī un gaidāmajiem izaicinājumiem saistībā gan ar skolu tīkla reformu, gan ar iespējamām izmaiņām Latvijas novadu teritoriālajā reformā. 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 februāra – marta mēnešos nav izvietoti atsevišķi īpaši vēlēšanām veidoti raidījumi un priekšvēlēšanu debates.

Saistībā ar gaidāmajām Eiropas Parlamenta vēlēšanām februāra un marta mēnešos sniegta informācija par iesniegto deputātu kandidātu skaitu Eiropas Parlamenta vēlēšanās, izlozētajiem partiju kārtas numuriem un partiju reitingiem. Kopumā atspoguļotas politisko spēku pārstāvju aktivitātes saistībā ar aktualitātēm, valdības un Saeimas darbu. Politisko spēku atspoguļojums uzskatāms par vispārīgu, neizceļot nevienu politisko spēku. Tāpat NEPLP konstatē, ka radio programmās tiek izvietota apmaksāta priekšvēlēšanu aģitācija, taču aģitācijas apmaksātāji ir norādīti. Atsevišķās programmās izvietoti arī sludinājumi par tikšanos ar vēlētājiem.

Atsevišķās komerciālo elektronisko plašsaziņas līdzekļu radio programmās arī priekšvēlēšanu aģitācijas periodā turpinās informācijas izvietošana par Eiropas Parlamenta aktualitātēm, Latviju pārstāvošo deputātu aktivitātēm un iniciatīvām, tādējādi informējot sabiedrību par notikumiem un Eiropas Parlamenta iniciatīvu virzību.

2. Televīzijas programmas

Komerčiālo elektronisko plašsaziņas līdzekļu televīzijas programmu, tāpat kā radio programmu, monitorings tiek veikts izlases veidā, lielākoties monitorējot programmas, kurās tiek izplatīti dažādi ziņu, diskusiju vai informatīva rakstura raidījumi, kuros atspoguļota jaunākā informācija un politiskās aktualitātes, vienlaikus tiek veikts arī izklaidējoša rakstura raidījumu monitorings, jo deputāte kandidātu piedalīšanās izklaides raidījumos priekšvēlēšanu aģitācijas perioda laikā ir īpaši izvērtējama un pamatojama. Priekšvēlēšanu aģitācijas periodā galvenokārt tika veikts šādu komerciālo televīzijas programmu monitorings: “RE:TV”, “TV3”, “TV 24”, “STVPirmā!”, “360 TV”, 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 ir 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, nevalstisko organizāciju pārstāvjus 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 lieguma noteikšanu Latvijā ievest virkni lauksaimniecības un lopbarības produktu no Krievijas un Baltkrievijas, plūdiem Jēkabpils novadā, problēmām atsevišķos novados pieņemt pašvaldības budžetu, kā arī ar izaicinājumiem skolu tīkla reformā.

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", "STOPkadri ar Armandu Puči", "Ziņu Top 5", "Nacionālo interešu klubs", "Nedēļa. Post Scriptum", "Dienas personība", "Uz līnijas", "Naudas cena", "Globuss", "Kur tas suns aprakts" un "Latvijas labums". Raidījumā "Ziņu TOP 5" lielākoties viesi ir šī brīža Saeimas deputāti, ministri un arī tie, kuri kandidēs Eiropas parlamenta vēlēšanās. Raidījuma saturs ir par aktuālajām tēmām valstī un sabiedrībā, piemēram, saistībā ar drošības jautājumiem, pašvaldību problēmām ar budžeta sastādīšanu, problēmām ar skolu tīkla reformu. 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.

Vienlaikus NEPLP ir novērojusi, ka atsevišķu televīzijas programmu ietvaros priekšvēlēšanu aģitācijas perioda laikā biežāk raidījumos piedalās personas, tajā skaitā deputātu kandidāti un politisko spēku pārstāvji, kuru atspoguļojuma intensitāte konkrētā elektroniskā plašsaziņas līdzekļa programmā tieši priekšvēlēšanu aģitācijas perioda laikā ir pieaugusi, salīdzinot ar iepriekšējiem periodiem. NEPLP turpinās veikt monitoringu un sekot līdzi šīm tendencēm.

3. Audiovizuāli pakalpojumi pēc pieprasījuma

Audiovizuālu pakalpojumu pēc pieprasījuma monitorings, tāpat kā televīzijas un radio programmu monitorings, tika veikts izlases veidā. Īpaša uzmanība pievērsta tādiem audiovizuāliem pakalpojumiem pēc pieprasījuma kā AS “Delfi” pakalpojumam “Delfi TV”, SIA “TVNET GRUPA” pakalpojumam “RUSTVNET.lv”, un SIA “Global Entertainment” pakalpojumam “Latvijas ziņas”, kuros izvietotā satura būtisks īpatsvars ir tieši informatīvi, ziņu un diskusiju raidījumi. Vienlaikus izlases veidā veikts arī citu Latvijas jurisdikcijā esošu audiovizuālu pakalpojumu pēc pieprasījuma monitorings.

Sabiedrībai aktuālas tēmas, tajā skaitā tēmas, kas saistītas ar politiskajām aktualitātēm, atspoguļotas, piemēram, raidījumā “Latvijas Ziņas. 200 sekundes”, kā arī “Spried ar Delfi”, “Kāpēc” un citos raidījumos. Priekšvēlēšanu aģitācijas perioda laikā raidījumā tiek atspoguļota informācija par Saeimas, Ministru Kabineta un pašvaldību politiskajām aktivitātēm, notikumiem pasaulē un Latvijā. Vienlaikus secināms, ka atsevišķos raidījumos, piemēram, raidījumā “Latvijas Ziņas. 200 sekundes” raidījumu vadītāji izvairās no konkrētu politiķu un partiju pieminēšanas, piemēram, ziņojot par Saeimas darbu kopumā, nevis izceļot konkrētas personības.

Saistībā ar Eiropas Parlamenta vēlēšanām raidījumā tikusi sniegta informācija tikai par Eiropas Parlamentam pieteikto partiju sarakstu izlozi, kurā pirmo vietu ieguva partija “Saskaņa” un 16.vietu partija “Stabilitātei!” 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 un vienotu informatīvo telpu. 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 politisko spēku aktivitātēm, kā arī Ministru kabineta un Saeimas darbību un aktualitātēm pašvaldībās. 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, tādējādi nav uzskatāms, ka kāda no partijām vai to apvienībām būtu tikusi īpaši izcelta.

Veicot priekšvēlēšanu perioda monitoringu un izplatītā satura analīzi VSIA “Latvijas Radio” programmās par laika periodu no 2024.gada 10.februāra līdz 9.martam, 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, bet tiek veidotas intervijas ar Eiropas Parlamenta deputātu kandidātiem, kurās šie deputātu kandidāti iepazīstina klausītājus ar sevi un ar to, ko vēlas sasniegt darbā Eiropas parlamentā. Programmā “Latvijas Radio – 1” izvietotā informācija un aktualitātes, kas saistītas ar politisko darbību atspoguļotas Ziņās un tādos informatīvos raidījumos kā “Labrīt!”, “Brīvais mikrofons”, “Pēcpusdiena” 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 diskusiju raidījumos un intervijās.

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 All Media Latvia, SIA “ReMedia”. Savukārt visbiežāk pieminētie politiskie spēki – “Jaunā Vienotība”, “Nacionālā apvienība” un “Zaļo un Zemnieku savienība”.

Kopumā periodā no 10.februāra līdz 9.martam elektronisko plašsaziņas līdzekļu programmās un pakalpojumos tikuši atspoguļoti gan atsevišķu politiķu viedokļi, darbības, gan diskusijas par dažādiem jautājumiem un aktualitātēm, īpaši par ģeopolitisko situāciju pasaulē, aktualitātēm ārpolitikā, kā arī Saeimas un Ministru Kabineta darbu, situāciju Latvijas pašvaldībās saistībā ar budžeta pieņemšanu un iespējamām teritoriālajām izmaiņām. 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 raidījumi veidoti profesionāli, ievērojot normatīvajos aktos noteiktos raidījumu veidošanas principus, kā arī nodrošinot viedokļu daudzveidību. Apmaksāta aģitācija elektronisko plašsaziņas līdzekļu programmās lielākoties tiek izvietota

atbilstoši normatīvajos aktos noteiktajam, bet ir konstatēti atsevišķi iespējami slēptas priekšvēlēšanu aģitācijas gadījumi, par ko uzsākti administratīvo pārkāpumu procesi.

Vienlaikus NEPLP ir konstatējusi, ka atsevišķos gadījumos radio programmu ietvaros dienas programmas sākumā ir izvietota kāda intervija ar kāda politiskā spēka pārstāvi vai politikas ekspertu, bet vēlākos raidījumos dienas gaitā iekļauti viens vai vairāki fragmenti no sākotnējā raidījuma. Tādējādi veidojas situācijas, kurās raidījuma klausītājus, kuri nav dzirdējuši pilnu sākotnējā raidījuma versiju, kurā sniegta plaša informācija par dažādiem politiskajiem spēkiem, var sasniegt tikai atsevišķi intervijas fragmenti, kuros pozitīva vai negatīva informācija, tajā skaitā par deputātu kandidātiem, sniegta bez konteksta. Ievērojot minēto, elektroniskajiem plašsaziņas līdzekļiem īpaši priekšvēlēšanu aģitācijas perioda laikā rūpīgi jāizvērtē, kā informāciju varētu uztvert vidusmēra klausītājs, kurš nav dzirdējis pilnu raidījuma versiju.

NEPLP elektronisko plašsaziņas līdzekļu darbībā pirmajā priekšvēlēšanu aģitācijas perioda mēnesī ir konstatējusi iespējamus Priekšvēlēšanu aģitācijas likuma pārkāpumus. Tāpat NEPLP februāra un marta mēnesī ir saņēmusi iedzīvotāju sūdzības par iespējamām 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 turpināt sadarbību 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*