

**Elektronisko plašsaziņas
līdzekļu darbība
priekšvēlēšanu aģitācijas
perioda laikā**

**NEPLP
19.03.2024.**

Normatīvajos aktos noteiktās prasības

Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likums

+

Priekšvēlēšanu aģitācijas likums

+

uzraugošo iestāšu sagatavotie
iekšējie normatīvie akti (vadlīnijas, skaidrojumi)

Normatīvajos aktos noteiktās prasības

Raidījumu veidošana

Raidījumu dalībnieki

Informācijas sniegšana

Vizuālo elementu izvietošana

Slēpta priekšvēlēšanu aģitācija

A person is seen from behind, sitting in a chair and watching a television. The television screen displays a video conference with several participants. The room has a bookshelf in the background filled with books. A large, semi-transparent white circle is overlaid on the right side of the image, containing the title text.

Raidījumu veidošana

Tas, kādu informāciju un kādā veidā raidījumā sniegt,
kādas viesus aicināt, par kādiem tematiem veidot
diskusiju, ir elektroniskā plašsaziņas līdzekļa
redakcionāla izvēle!

Saskaņā ar EPLL 25.pantā noteikto:
«*Elektroniskie plašsaziņas līdzekļi uzņemas
redakcionālo atbildību. [..]*»

Raidījumu veidošana I

Vēlēšanu dienā un **60** dienas pirms tās **aizliegts izplatīt to personu vadītus raidījumus, komentārus, intervijas un reportāžas**, kuras:

- ir pieteiktas par deputātu kandidātiem
- pirms vēlēšanām publiski ir paziņojušas par savu līdzdalību kādas politiskās partijas, politisko partiju apvienības vai vēlētāju apvienības darbībā

Priekšvēlēšanu aģitācijas periodā pirms 2024.gada Eiropas Parlamenta vēlēšanām šī prasība būs spēka no

2024.gada 9.aprīļa

Raidījumu veidošana II

- Vēlēšanu dienā, kā arī **30** dienas pirms vēlēšanu dienas priekšvēlēšanu aģitācijas materiālu izvietošana elektroniskā plašsaziņas līdzekļa **televīzijas programmās** un raidījumos ir aizliegta.

Priekšvēlēšanu aģitācijas periodā pirms 2024.gada Eiropas Parlamenta vēlēšanām šī prasība būs spēka no **2024.gada 9.maija**

- Vēlēšanu dienā, kā arī **dienu pirms** vēlēšanu dienas priekšvēlēšanu aģitācijas materiālu izvietošana elektroniskā plašsaziņas līdzekļa **radio programmās un raidījumos**

Priekšvēlēšanu aģitācijas periodā pirms 2024.gada Eiropas Parlamenta vēlēšanām šī prasība būs spēka no **2024.gada 7.jūnija**

Raidījumu veidošana II

Gan deputātu kandidāti, gan publiski atpazīstami politisko spēku līderi nedrīkst būt raidījumu un notikumu komentētāji, izņemot gadījumus:

- 1) kad konkrēto personu nav iespējams aizstāt ar citu,
- 2) kad raidījumu vai epizodi nav iespējams demonstrēt pēc priekšvēlēšanu aģitācijas perioda beigām, jo tā būs zaudējusi aktualitāti

Raidījumu veidošana III

Lemjot par deputāta kandidāta vai publiski atpazīstama politiskā spēka līdera atspoguļošanu, **izvērtējami šādi kritēriji:**

- **sabiedriskā interese** zināt attiecīgās personas viedokli,
- personas atspoguļojuma **intensitāte** attiecīgajā raidījumā, kā arī programmā kopumā,
- nepieciešamība garantēt godīgus dažādu politisko spēku konkurences apstākļus priekšvēlēšanu aģitācijas periodā




Raidījumu veidošana IV

- raidījuma vadītājs **profesionāli vada** raidījumu, uzdod **konkrētus** jautājumus,
- neļauj raidījuma dalībniekiem ietekmēt raidījuma gaitu sev vēlamā virzienā,
- apzināti neuzdod tādus jautājumus, kas izceļ deputāta kandidāta personības pozitīvās/negatīvās iezīmes,
- **informācija par politiskajiem spēkiem** netiek izplatīta tā, lai konkrēti politiskie spēki tiktu īpaši izcelti pozitīvi vai tieši pretēji - negatīvi

Raidījumu veidošana V

- raidījuma vadītājs nepieciešamības gadījumā **pārtrauc** raidījuma dalībnieku (piemēram, konstatējot, ka tiek uzsākta aģitācija par konkrētu deputātu kandidātu),
- izvērtējot nepieciešamību, raidījuma vadītājs informē auditoriju, ka raidījuma dalībnieka pausto informāciju ir ieteicams pārbaudīt

Nosacījumi attiecināmi arī uz raidījumiem **tiešraidē!**

A person is seen from behind, sitting in a chair and watching a television. The television screen displays a video conference with several participants. The room has a bookshelf filled with books in the background. A large, semi-transparent white circle is overlaid on the right side of the image, containing the text.

Raidījumu dalībnieki

Raidījumu dalībnieki I

Elektroniskie plašsaziņas līdzekļi nodrošina, ka:

- programmā tiek nodrošināts **samērīgs** politisko spēku atspoguļojums,
- programmā tiek nodrošināts **vienlīdzīgs** dažādu politisko spēku atspoguļojums,
- raidījumos **sistemātiski nepiedalās** tikai viena vai dažu politisko spēku pārstāvji,
- tiek nodrošināta **viedokļu daudzveidība**,
- auditorija tiek informēta par to, ka raidījums ir daļa no **raidījumu cikla**

Tiesu prakse

«Tiesas ieskatā, vienpersoniska politiskās partijas pārstāvja piedalīšanās raidījumā nav atzīstama par diskusiju (nav PAL 32.pantā noteiktais gadījums).»

«Tas vien, ka raidījumā piedalās vairāki cilvēki, nenozīmē, ka raidījumā tiek nodrošināta viedokļu daudzveidība.»

Piemēram:

- visi raidījuma dalībnieki pārstāv vienu politisko spēku,
- uzaicināti tikai pozīcijas deputāti.

Raidījumu dalībnieki II

Elektroniskie plašsaziņas līdzekļi nodrošina, ka:

- **izklaides raidījumos** nepiedalās deputātu kandidāti (piemēram, ēst gatavošanas raidījumi, sarunu raidījumi u.tml.),
- raidījumu ietvaros netiek pausta **personīga informācija** par deputātu kandidātu privāto dzīvi, pozitīvajām iezīmēm u.tml.,
- kā publisku notikumu, piemēram, sporta sacensību, **komentētāji** nav izvēlēti deputātu kandidāti

Raidījumu dalībnieki III

- Raidījumu veidotājiem jānošķir deputātu kandidātu aktivitātes no šo personu kā **valsts amatpersonu** aktivitātēm.
- Lemjot par deputātu kandidāta – valsts amatpersonas – atspoguļošanu, jāizvērtē šādi kritēriji:
 - 1) sabiedriskā interese zināt attiecīgās amatpersonas viedokli,
 - 2) šīs amatpersonas iepriekšējā atspoguļojuma intensitāte,
 - 3) nepieciešamība garantēt godīgus dažādu politisko spēku konkurences apstākļus

Veicot amata pienākumus, nedrīkst tikt veikta slēpta priekšvēlēšanu aģitācija!

Raidījumu dalībnieki IV

Lai veicinātu viedokļu daudzveidību, ieteicams raidījumu dalībnieku vidū iekļaut ne tikai dažādu politisko spēku pārstāvjus, bet arī neitrālus jomas **ekspertus.**

Arī ekspertu pausta aģitācija var būt slēpta aģitācija!

A person is seen from behind, sitting in a chair and watching a television. The TV screen displays a video conference with several participants. The room has a bookshelf filled with books in the background. A large, semi-transparent white circle is overlaid on the right side of the image, containing the text.

Informācijas sniegšana

Informācijas sniegšana I

- Raidījumu **tēmas tiek izvēlētas, izvērtējot riskus**, kas var rasties, veidojot diskusijas par konkrētām tēmām.
- Raidījumi veidojami un organizējami tā, lai dalībnieki nevarētu brīvi izvēlēties **sev vēlamu** diskusijas tematu, tādējādi virzot raidījuma gaitu sev vēlamā virzienā.
- Raidījumā netiek pausta apvainojoša vai citādi aizskaroša informācija.
- Iespēju robežās raidījumā tiek pausta **pārbaudīta informācija**, par kuru iespējams pārliacināties

Informācijas sniegšana II

Atspoguļojot kādu jaunu politiskā spēka vai deputātu kandidāta iniciatīvu, jālīdzsvaro sabiedrības interese tikt informētiem par konkrēto iniciatīvu ar nepieciešamību nodrošināt godīgus dažādu partiju konkurences apstākļus.

Piemēram: likumprojekta virzīšana Saeimā, iniciatīva Eiropas Parlamentā u.tml.

Ieteicams:

- 1) informēt par vairāku politisko spēku nostājām attiecībā uz konkrēto iniciatīvu,
- 2) izklāstīt iniciatīvas kontekstu auditorijai

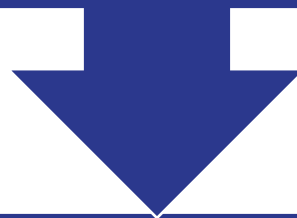
Informācijas sniegšana III

Atspoguļojot iedzīvotāju aptauju rezultātus par politisko spēku vai amatpersonu popularitāti priekšvēlēšanu aģitācijas periodā, jāievēro šādi principi:

- 1) ja ir šaubas par metodoloģisko korektumu, jāizsver, vai pastāv pietiekama sabiedriskā interese aptaujas publiskošanai,
- 2) jāizvairās no aptaujas rezultātu sensacionalizēšanas,
- 3) aptaujas rezultāti jāatspoguļo kā daļa no tendences, nevis kā atsevišķi no konteksta atrauti skaitļi,
- 4) jāsniedz pietiekama informācija, lai vēlētajiem varētu novērtēt aptaujas rezultātu ticamību

!Vēlēšanu dienā likumā noteiktajā vēlēšanu norises laikā elektronisko plašsaziņas līdzekļu raidījumos **aizliegts iekļaut sabiedriskās domas aptaujas rezultātus** par politisko partiju, politisko partiju apvienību vai atsevišķu deputātu kandidātu popularitāti.

Ja raidījuma laikā auditorijai ir iespēja piedalīties aptaujā/balsojumā par politisko spēku vai deputātu kandidātu popularitāti vai iespējamajiem vēlēšanu rezultātiem



Raidījumā jāsniedz informācija, ka šīs aptaujas rezultāti nav uzskatāmi par reprezentatīviem un norāda tikai uz konkrētās aptaujas dalībnieku viedokli.

Informācijas sniegšana IV

Sludinājumi par tikšanos ar vēlētājiem (PAL 14.pants)

- 1) tiek nolasīts **iepriekš sagatavots teksts** (sludinājums) par politiskās partijas, politisko partiju apvienības vai deputāta kandidāta tikšanos ar vēlētājiem,
- 2) paziņojumā (sludinājumā) tiek norādīts **tikai** politiskās partijas, politisko partiju apvienības nosaukums vai deputāta kandidāta vārds un uzvārds, tikšanās laiks un vieta,
- 3) izplatot paziņojumu (sludinājumu), skaidri un nepārprotami norādāms, kura politiskā partija, politisko partiju apvienība vai kurš deputāta kandidāts šā paziņojuma (sludinājuma) izplatīšanu apmaksājis.

A person is seen from behind, sitting in a chair and watching a television. The TV screen displays a video conference with several participants. The room is dimly lit, with a bookshelf filled with books visible in the background. A large, semi-transparent white circle is overlaid on the right side of the image, containing the text.

Vizuālie elementi

Vizuālie elementi I

- Raidījumos **ir atļauts** iekļaut politisko spēku simboliku, tomēr šādu elementu izvietošana raidījumā nedrīkst būt pārmērīga.
- Politisko spēku logo un citu vizuālu atpazīstamības elementu iekļaušana raidījumā, ja tam nav tiešas saistības ar raidījuma saturu vai arī ja tas ir tieši un nepārprotami veidots kāda politiskā spēka popularizēšanai, var tikt uzskatīta par slēptu priekšvēlēšanu aģitāciju.
- Jāvērtē, kā konkrēto vizuālo elementu varētu uztvert **vidusmēra skatītājs**.

Vizuālie elementi II

Izvēloties filmēt raidījumu publiskā vietā, jāņem vērā riski, kas ar to saistīti (tajā skaitā trešo personu rīcība).

No tiesu prakses: «PAL 3.panta aizliegums iekļaut slēptu priekšvēlēšanu aģitāciju attiecināms vienlīdz kā uz privātu tā arī uz publisku vietu. Apstāklis, ka sūdzības iesniedzējs izvēlējās raidījumu filmēt publiskā vietā nekādā mērā nesamazina pienākumu ievērot PAL 3. panta pirmās daļas aizliegumu.»

A person is seen from behind, sitting in a chair and watching a television. The TV screen displays a video conference with several participants. The room has a bookshelf in the background filled with books. A large, semi-transparent white circle is overlaid on the right side of the image, containing the title text.

Slēpta priekšvēlēšanu aģitācija

Slēpta priekšvēlēšanu aģitācija

Tiek veikta aģitācija

+

Netiek norādīts aģitācijas apmaksātājs

Slēpta priekšvēlēšanu aģitācija I

- **Priekšvēlēšanu aģitācija** – politiskās partijas, politisko partiju apvienības, vēlētāju apvienības vai deputāta kandidāta **reklamēšana** plašsaziņas līdzekļos, ja tā satur tiešu vai netiešu **aicinājumu balsot «par» vai «pret»** kādu politisko partiju, partiju apvienību vēlētāju apvienību vai deputātu kandidātu.
- **Slēpta priekšvēlēšanu aģitācija** – aģitācija, par kuru saņemta samaksa un kuras apmaksātājs (atlīdzības devējs) pretēji Priekšvēlēšanu aģitācijas likuma noteikumiem nav norādīts.

Slēpta priekšvēlēšanu aģitācija II

Slēptas priekšvēlēšanu aģitācijas pazīmes ir, piemēram:

- 1) informācijas sniegšana sabiedrībai par politiskā spēka vai deputāta kandidāta politisko vai profesionālo darbību elektroniskajos plašsaziņas līdzekļos, tādējādi uzsverot politiskā spēka vai deputāta kandidāta pozitīvās vai negatīvās darbības,
- 2) deputāta kandidāta parādīšanās bez pamatota iemesla, piemēram, deputāta kandidāts tiek izmantots kā kāda notikuma galvenais komentētājs,
- 3) sabiedrībai nenozīmīgu kandidāta privātās dzīves notikumu atspoguļošana, lai palielinātu konkrētā kandidāta popularitāti

Pirms katras programmā izvietotās priekšvēlēšanu aģitācijas un uzreiz pēc tās skaidri un nepārprotami jānorāda, kurš aģitācijas veicējs to ir apmaksājis.

Netiek norādīts aģitācijas apmaksātājs = slēpta priekšvēlēšanu aģitācija

Samaksa

Samaksa = jebkāda atlīdzība

Tajā skaitā jebkuri mantiski labumi, pakalpojumi, tiesību nodošana, atbrīvošana no pienākuma, atteikšanās no kādām tiesībām par labu citai personai u.c. (PAL 1.panta 5.punkts)

Samaksa var nebūt naudas izteiksmē!

Par samaksu uzskatāma arī atsvabināšana no samaksas pienākuma.

Ja elektroniskais plašsaziņas līdzeklis atbrīvojis kādu no samaksas pienākuma, secināms, ka priekšvēlēšanu aģitācija norit uz elektroniskā plašsaziņas līdzekļa rēķina.

Tiesu prakse

- «PAL 3. panta pirmajā daļā paredzētā administratīvā pārkāpuma sastāva konstruēšanai nav jākonstatē un jāiegūst pierādījumi par atlīdzības devēju un atlīdzības došanas apmēru un faktu.»
- «Ja plašsaziņas līdzeklis, kura darbība ir raksturojama kā darbība peļņas gūšanas nolūkā, atbrīvojis kādu no samaksas pienākuma, tad secināms, ka priekšvēlēšanu aģitācija norit uz elektroniskā plašsaziņas līdzekļa rēķina, to pamato arī apstākļi, ka elektroniskie plašsaziņas līdzekļi nosaka samaksu par aģitācijas materiālu izvietojumu.»

Tiesu prakse

- *«Ja kādā no elektroniskā plašsaziņas līdzekļa raidījumiem izplatīta slēpta priekšvēlēšanu aģitācija, nav nozīmes tam, ka programmā demonstrēti vēl citi raidījumi, jo raidījumu dažādība pati par sevi nedod tiesības kādu no tiem veidot, lai acīmredzami popularizētu kādu konkrētu politisko spēku.»*
- *«Nav nozīmes apstāklim, vai attiecīgais deputāta amata kandidāts vēlēšanās ir ievēlēts vai nē, jo PAL paredzēta atbildība par aģitācijas noteikumu pārkāpumiem, lai nodrošinātu likumīgas vēlēšanas.»*



**Paldies par
uzmanību!**