



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 25. aprīļa lēmumu Nr. 142/1-2

2024.GADA EIROPAS PARLAMENTA VĒLĒŠANU PRIEKŠVĒLĒŠANU AĢITĀCIJAS PERIODA MONITORINGA II STARPZIŅOJUMS PAR PERIODU NO 2024.GADA 10.MARTA LĪDZ 9.APRĪLIM

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.

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

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. Savukārt 2024.gada 19.martā 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.

NEPLP veic pastāvīgu un sistemātisku elektronisko plašsaziņas līdzekļu radio un televīzijas programmu, kā arī audiovizuālu 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.marta līdz 9.aprīlim dažādu elektronisko plašsaziņas līdzekļu programmās un pakalpojumos monitorētas ne mazāk kā 1200 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. Vienlaikus tiek veikts arī izklaidējoša rakstura raidījumu monitorings, jo deputātu kandidātu piedalīšanās izklaides raidījumos priekšvēlēšanu aģitācijas perioda laikā ir īpaši izvērtējama un pamatojama.

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 otrajā mēnesī (10.marts – 9.aprīlis) kopumā galvenokārt bijis saistīts ar Saeimas vai Ministru kabineta darbu, ģeopolitisko situāciju Pasaulē, politisko partiju apvienības “Jaunā VIENOTĪBA” darbību un ar to saistītajām izmeklēšanas darbībām, jaunā ārlietu ministra amata kandidātiem un tirdzniecības ierobežošanu ar Krieviju un Baltkrieviju. 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 raidījumu ietvaros, tiem dienas laikā vairākkārtīgi atkārtojoties. Vienlaikus konstatēts, ka atsevišķās radio programmās izvietoti informatīvi raidījumi par Eiropas Parlamenta ikdienas darbu, iniciatīvām un citiem jautājumiem. Šajos raidījumos piedalās arī esošie Eiropas Parlamenta deputāti. Radio programmu ietvaros starpziņojumā analizētajā periodā (10.03-9.04) nav izvietoti atsevišķi īpaši vēlēšanām veidoti raidījumi un priekšvēlēšanu debates.

Saistībā ar gaidāmajām Eiropas Parlamenta vēlēšanām marta un aprīļa mēnešos sniegta informācija par 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.

Vienlaikus konstatējams, ka programmu ietvaros tiek izplatīti arī cita veida raidījumi un, izvērtējot šajos raidījumos demonstrēto informāciju, raidījumu viesus, apstākļus, kas liecina par raidījuma viesu nepārprotamu saistību ar politiskajiem spēkiem, kas pieteikuši dalību Eiropas Parlamenta vēlēšanās, Padome ir uzsākusi vienu administratīvā pārkāpuma procesu par iespējamu Priekšvēlēšanu aģitācijas likuma pārkāpumu, kas saistīts ar slēptas priekšvēlēšanu aģitācijas izvietošana radio programmā.

Par laika periodu no 2024.gada 10.marta līdz 9.aprīlim NEPLP nav saņēmusi iesniegumus vai sūdzības par iespējamu slēptu priekšvēlēšanu aģitāciju vai citiem Priekšvēlēšanu aģitācijas likuma pārkāpumiem.

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 deputātu kandidātu piedalīšanās izklaides raidījumos priekšvēlēšanu aģitācijas perioda laikā ir īpaši izvērtējama un pamatojama. Priekšvēlēšanu aģitācijas periodā galvenokārt tika veikts šādu komerciālo televīzijas programmu monitorings: “ReTV”, “TV3”, “TV 24”, “STVPirmā!”, “360TV”, taču izlases kārtībā tika veikts arī citu televīzijas programmu monitorings.

Monitoringa dati liecina, 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 valsts aizsardzības jautājumiem, tirdzniecības ierobežošanu ar Krieviju un Baltkrieviju, kā arī par ārlietu ministra Krišjāņa Kariņa demisiju un jaunu ārlietu ministra kandidāta izvēli.

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” un “Kur tas suns aprakts”. 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 valsts drošības jautājumiem, mangāna rūdas tranzīta aizliegšanu no Krievijas, kā arī partijas “Jaunā Vienotība” skandāliem attiecībā uz “aplokšņu algām” un bijušā ministru prezidenta komandējumiem, izmantojot speciālos avioreisus. 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.

Programmās “ReTV” un “TV3” politiskās partijas un atsevišķi to pārstāvošo politiķu viedokļus par aktuālajām tēmām lielākoties ir iekļautas ikdienas ziņu pārraidēs un rīta programmās, bet ne tikai. Piemēram, programmā “ReTV” demonstrēts raidījums “Nedēļa Latvijā”, kurā, raksturojot aktuālos jautājumus valstī, pieminēti arī politiskie spēki un to pārstāvji. Ņemot vērā programmas specifiku, programmā “ReTV” lielākoties atspoguļotas aktualitātes reģionos un politiskie spēki tiek pieminēti, identificējot konkrēto pašvaldību amatpersonas un to pārstāvētos politiskos spēkus.

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.

Atsevišķās komerciālo elektronisko plašsaziņas līdzekļu televīzijas 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. Tāpat ir konstatēts, ka elektronisko plašsaziņas līdzekļu televīzijas programmās tiek veidoti sižeti par Eiropas Parlamenta ikdienas darbu un darba organizāciju.

Laika periodā no 2024.gada 10.marta līdz 9.aprīlim komerciālo elektronisko plašsaziņas līdzekļu televīzijas programmās nav konstatētas slēptas priekšvēlēšanu aģitācijas izvietojanas gadījumi. Par šajā laika posmā izplatīto minēto televīzijas programmu saturu NEPLP ir saņēmusi skatītāju iesniegumus vai sūdzības par iespējamiem Priekšvēlēšanu aģitācijas likuma pārkāpumiem.

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”, “Nākamais, lūdzu” un citos raidījumos. Priekšvēlēšanu aģitācijas perioda laikā raidījumos tiek atspoguļota informācija par Saeimas, Ministru Kabineta un pašvaldību politiskajām aktivitātēm, notikumiem pasaulē un Latvijā, kā piemēram, par tirdzniecības ierobežošanu ar Krieviju un Baltkrieviju. Vienlaikus secināms, ka atsevišķos raidījumos, piemēram, raidījumā “Latvijas Ziņas. 200 sekundes” ziņu izklāstā reti tiek minētas konkrētas personas, tajā skaitā, Eiropas Parlamenta vēlēšanu deputātu kandidāti.

Saistībā ar Eiropas Parlamenta vēlēšanām AS “Delfi” pakalpojumā “Delfi TV” ir uzsākts raidījumu “Nākamais, lūdzu” cikls par Eiropas Parlamenta vēlēšanu deputāta amata kandidātiem, kuri stāsta par dažādiem politikas jautājumiem, kā arī to, ko ir gatavi darīt Latvijas labā kā Eiropas Parlamenta deputāti. Kopumā nav konstatēts, ka kāds politiskais spēks vai Eiropas Parlamenta deputāta kandidāts 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 ceturrtā 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, taču informācija tiek sniegta arī informatīvi analītiskajos raidījumos, piemēram, “De facto”, “Kas notiek Latvijā” un “Šodienas jautājums”. 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.marta līdz 9.aprīlim, 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. Tiek veidoti atsevišķi diskusiju raidījumi, kuros piedalās politisko spēku pārstāvji un Eiropas Parlamenta deputātu kandidāti par sabiedrībā aktuālajām tēmām, kā arī 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”. Programmā “Latvijas Radio 4 – Doma laukums” izvietotā informācija un aktualitātes, kas saistītas ar politisko darbību atspoguļotas Ziņās un tādos informatīvos raidījumos kā “Doma laukums” (krievu: “Домская площадь”), “Atvērtā saruna” (krievu: “Открытый разговор”) un “Sīkāka informācija” (krievu: “Подробности”).

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. Vienlaikus tiek konstatēts, ka programmā “Latvijas Radio 2” tiek uzsākts raidījumu cikls, kas veltīts vēlēšanu tematikai “EP erudīcijas radiospēle. Deputāti pret deputātiem”, kurā piedalās Regīna Ločmele, Gatis Eglītis, Rihards Kols, Līga Trapāne. Pirmajā raidījumā deputātu kandidāti izziņo savu partiju mērķus, vīziju, prioritātes. Raidījuma vadītāji iepazīstinot dalībniekus, norāda gan pārstāvēto politisko partiju nosaukumu, gan kandidāta kārtas numuru sarakstā. Tāpat programmā “Latvijas Radio 4 – Doma laukums” tiek arī izvietoti informatīvi raidījumi kā “Doma laukums” (krievu: “Домская площадь”), “Atvērtā saruna”

(krievu: “Открытый разговор”) un “Sīkāka informācija” (krievu: “Подробности”), kuros kā viesi piedalās arī politiskās personas, kas piedalās Eiropas Parlamenta vēlēšanās.

IV. SECINĀJUMI

NEPLP konstatē, ka politisko spēku aktivitāte otrajā aģitācijas perioda mēnesī, salīdzinot ar pirmo, ir ievērojami palielinājusies. Tomēr 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” un AS “Delfi”. Savukārt visbiežāk pieminētie politiskie spēki – “Jaunā Vienotība” , “Nacionālā apvienība” un “Progresīvie”.

Kopumā periodā no 2024.gada 10.marta līdz 9.aprīlim 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, politisko partiju apvienības “Jaunā Vienotība” darbību un jaunā ārlietu ministra amata kandidātiem, ka arī tirdzniecības ierobežošanu ar Krieviju un Baltkrieviju. Programmās izvietoti ziņu raidījumi, kuros bieži iekļautas intervijas, ir konstatēti arī diskusiju raidījumi, kuros piedalās Eiropas Parlamenta deputātu kandidāti gan kā eksperti par sabiedrībā aktuālajām tēmām, gan iepazīstina sabiedrību ar savām kandidatūrām un to, ko viņi vēlas izdarīt Eiropas Parlamentā. 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 konstatēts iespējams slēptas priekšvēlēšanu aģitācijas gadījums, par ko uzsākts administratīvo pārkāpumu process.

Vienlaikus NEPLP ir konstatējusi, ka atsevišķos gadījumos, piemēram, radio programmā “Latvijas Radio 4 – Doma laukums” un televīzijas programmā “TV 24” tiek izplatīti raidījumi, kuros tiek runāts par sabiedrībā nozīmīgām tēmām, kā piemēram, par Krievijas un Baltkrievijas lauksaimniecības produktu ierobežošanu Latvijas un ES līmenī, projektu “Rail Baltic”, militārā atbalsta sniegšanu Ukrainai, un šajos raidījumos kā eksperti piedalījās Eiropas Parlamenta vēlēšanu deputātu kandidāti, taču NEPLP šajos raidījumos nav konstatējis slēptas priekšvēlēšanu aģitācijas pazīmes.

NEPLP elektronisko plašsaziņas līdzekļu darbībā otrajā priekšvēlēšanu aģitācijas perioda mēnesī ir konstatējusi vienu iespējamu Priekšvēlēšanu aģitācijas likuma pārkāpumu. Par šajā laika posmā konstatēto iespējamo Priekšvēlēšanu aģitācijas likuma pārkāpumu NEPLP ir uzsākusi administratīvo pārkāpumu procesu un pieprasījusi elektroniskajam plašsaziņas līdzeklim sniegt paskaidrojumus. Tāpat NEPLP marta un aprīļa mēnesī ir 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 turpināt sadarbību ar citām priekšvēlēšanu aģitācijas periodu uzraugošajām iestādēm.

Padomes priekšsēdētājs

Ivars Āboliņš

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