



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 27. jūnija lēmumu Nr. 217/1-2

2024.GADA EIROPAS PARLAMENTA 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, priekšvēlēšanu aģitācijas periods pirms 2024.gada Eiropas Parlamenta vēlēšanām ilga 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 Nacionālā elektronisko plašsaziņas līdzekļu padome (turpmāk arī – NEPLP) uzrauga, lai elektroniskie plašsaziņas līdzekļi ievērotu Satversmi, Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likumu, kā arī citus normatīvos aktus, 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 audiovizuālos 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 precizitātes, objektivitātes un viedokļu daudzveidības nodrošināšanu elektronisko plašsaziņas līdzekļu programmās un pakalpojumos.

I. ELEKTRONISKO PLAŠSAZIŅAS LĪDZEKĻU MONITORINGS

Priekšvēlēšanu aģitācijas perioda monitorings tika 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 definēti 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 informāciju Korupcijas novēršanas un apkarošanas birojam un Valsts valodas centram par konkrētu elektronisko plašsaziņas līdzekļu programmās un pakalpojumos demonstrēto raidījumu atbilstību Priekšvēlēšanu aģitācijas likuma prasībām un ziņojot par uzsāktajiem administratīvo pārkāpumu procesiem. Tāpat NEPLP sadarbojās ar Valsts kanceleju un Nacionālo informācijas aģentūru “LETA”.

Viens no NEPLP darbības virzieniem bija 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 tika īstenota gan izvietojot NEPLP tīmekļa vietnē 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. Tāpat 2024.gada 19.martā NEPLP kopā ar Korupcijas novēršanas un apkarošanas biroju, kā arī Valsts valodas centru, 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 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 veica pastāvīgu un sistemātisku elektronisko plašsaziņas līdzekļu radio un televīzijas programmu, kā arī audiovizuālu pakalpojumu pēc pieprasījuma monitoringu. Monitoringa veikšanai tika 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 tika izmantots katra audiovizuālā pakalpojuma pēc pieprasījuma sniedzēja tīmekļa vietnē izvietotais raidījumu katalogs. Visa priekšvēlēšanu aģitācijas perioda laikā no 2024.gada 10.februāra līdz 8.jūnijam dažādu elektronisko plašsaziņas līdzekļu programmās un pakalpojumos monitorētas ne mazāk kā 7800 satura vienības kopumā ne mazāk kā 10 tūkstošu raidstundu apjomā.

Monitoringa mērķis bija 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, piemēram, aģitācijas materiālu aizliegumu konkrētos laika periodos. Jāatzīmē, ka NEPLP elektronisko plašsaziņas līdzekļu darbībā ir konstatējusi vairākus Priekšvēlēšanu aģitācijas likuma pārkāpumus. Kopumā par Priekšvēlēšanu aģitācijas likuma pārkāpumiem NEPLP uzsākusi 3 (trīs) administratīvo pārkāpumu procesus, par diviem pārkāpumiem piemērots administratīvais sods – naudas sods, bet viena administratīvā pārkāpuma lieta tika izbeigta. Salīdzinājumā ar priekšvēlēšanu aģitācijas periodu pirms Saeimas vēlēšanām 2022.gadā, priekšvēlēšanu aģitācijas periodā pirms 2024.gada Eiropas Parlamenta vēlēšanām uzsākto administratīvo pārkāpumu procesu skaits nav palielinājies. Tādējādi secināms, ka NEPLP veiktās preventīvās darbības ir nodrošinājušas, ka palielinās elektronisko plašsaziņas līdzekļu izpratne par pienākumiem un ierobežojumiem priekšvēlēšanu aģitācijas periodā, tādējādi nepalielinoties arī pārkāpumu skaitam.

Par konstatēto, veicot elektronisko plašsaziņas līdzekļu radio un televīzijas programmu monitoringu, sabiedrība tika informēta ar NEPLP sagatavotajiem starpziņojumiem par priekšvēlēšanu aģitācijas perioda uzraudzību. 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. Lai diskutētu par iespējamām izmaiņām normatīvajā regulējumā, NEPLP ieskatā, joprojām jāturpina sadarbība ar Korupcijas novēršanas un apkarošanas biroju, kā arī elektronisko plašsaziņas līdzekļu nozares pārstāvjiem.

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 tika 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.

Izvērtējot monitoringā konstatēto, secināms, 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, ģeopolitisko situāciju pasaulē, valsts aizsardzības jautājumiem, mediju politiku un valodu plašsaziņas līdzekļos, tajā skaitā par politisko debašu norisi krievu valodā, kā arī par aizliegumu dažādas Krievijas un Baltkrievijas preces iekļaut publiskajos iepirkumos. 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. Nereti aktualitātes, kas saistītas ar vēlēšanām, izskanējušas arī ziņu raidījumu ietvaros, ziņu izlaidumos sniegta informācija arī par Eiropas Parlamenta vēlēšanām pieteiktajiem kandidātiem, tostarp minot dažādu kandidējošo partiju un to apvienību nosaukumus. Tāpat ziņu raidījumos klausītāji tika informēti arī par politisko spēku tēriņiem priekšvēlēšanu aģitācijas veikšanai, kā arī tika sniegta praktiska informācija, kad, kur un kā vēlēšanās iespējams nobalsot. Tāpat konstatēta informatīvi analītisku raidījuma izplatīšana, kuros aplūkotas dažādas tēmas, piedaloties politiķiem, ekspertiem un nozaru pārstāvjiem.

Maija un jūnija mēnešos salīdzinājumā ar februāra, marta un aprīļa mēnešiem lielāks bijis partiju, partiju apvienību atspoguļojums Eiropas Parlamenta vēlēšanu kontekstā. Tas saistāms ar apstākli, ka, tuvojoties Eiropas Parlamenta vēlēšanām, radio programmās tika izvietoti raidījumi, kuri veidoti, lai īpaši atspoguļotu uz Eiropas Parlamentu kandidējošo politisko spēku programmās ietvertu piedāvājumu dažādību, deputātu kandidātus, partiju un partiju apvienību programmas un ieceres darbam Eiropas Parlamentā, piemēram, komerciālajā radio programmā “Radio SWH” tika veidots Eiropas parlamenta vēlēšanu tematikai veltīts raidījumu cikls “Izvēlies Eiropas nākotni”, kurā tika runāts par Eiropas nākotni, lielākiem izaicinājumiem, kas, politiķu ieskatā, sagaida Eiropas Savienību, kādi ir lielākie apdraudējumi, ar kuriem tuvākajā laikā Eiropas Savienībai nāksies saskarties un kurp latviešu politiķi ievēlēšanas gadījumā vēlētos virzīt Eiropas Savienību.

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 reformām dažādās nozarēs, tāpat politiskie spēki, atsevišķi deputāti un ministri pieminēti saistībā ar aktualitātēm nozarēs un politiskajās partijās vai to apvienībās. Politisko partiju nosaukumi, kā arī atsevišķu deputātu vārdi, komerciālo radio programmās visa priekšvēlēšanu aģitācijas perioda laikā izskanējuši saistībā ar jautājumiem par reformām dažādās nozarēs, budžeta pieņemšanu un izlietošanu un Eiropas Parlamenta vēlēšanām, tāpat politiskie spēki, atsevišķi deputāti un ministri pieminēti saistībā ar aktualitātēm nozarēs un politiskajās partijās vai to apvienībās. Saistībā ar Eiropas Parlamenta vēlēšanām priekšvēlēšanu aģitācijas periodā politiskie spēki visbiežāk pieminēti maija un jūnija mēnešos. Tikuši atspoguļoti gan atsevišķi deputātu kandidāti, gan vēlēšanu norise kopumā, tajā skaitā atspoguļojot vēlēšanu norisi arī citās valstīs. Monitorējot priekšvēlēšanu aģitācijas periodā komerciālo radio programmās izvietotos raidījumus NEPLP ir konstatējusi arī slēptas priekšvēlēšanu aģitācijas izvietojumu. Slēptā priekšvēlēšanu aģitācija izpaudusies kā deputāta kandidāta piedalīšanās izklaides raidījumā, tādējādi izceļot savas un pārstāvētā politiskā spēka

pozitīvās iezīmes, kas neatbilst Priekšvēlēšanu aģitācijas likuma prasībām. Atsevišķās komerciālo elektronisko plašsaziņas līdzekļu radio programmās arī priekšvēlēšanu aģitācijas periodā turpinājās 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 tika veikts izlases veidā, lielākoties monitorējot programmas, kurās tiek izplatīti dažādi ziņu, diskusiju vai informatīvi raidījumi, kuros atspoguļota jaunākā informācija un politiskās aktualitātes, vienlaikus tika 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 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 bija 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.

Komerčiālo televīzijas programmu ietvaros visbiežāk politiskie spēki tika pieminēti ziņu raidījumu ietvaros, tomēr politiskie spēki un politiskās aktualitātes tika 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”, “Latvijas labums”, “Globuss” un “Kur tas suns aprakts”. Nereti šo raidījumu viesi bija gan eksperti, gan arī Saeimas deputāti, ministri un arī Eiropas parlamenta vēlēšanu deputātu kandidāti. Šādos gadījumos Padome īpaši izvērtēja, vai raidījumos nav saskatāma slēpta priekšvēlēšanu aģitācija, kā arī vērtēja, vai deputāta kandidāta piedalīšanās raidījumā ir pamatota, piemēram, raidījuma tēma saistīta ar deputāta kandidāta profesionālo

darbību. Raidījuma vadītāji informēja skatītājus par viesiem, kas ir ieradušies, viņu amatiem un politiskajiem spēkiem, kurus konkrētie viesi pārstāv. Raidījuma viesi uz vadītāja jautājumiem atbildēja pēc būtības, vadītājs kontrolēja sarunas gaitu un ļāva izteikties visiem. Atsevišķos komerciālo televīziju raidījumos tika sniegta informācija arī par politisko spēku reitingiem, tomēr nav konstatējams, ka kāds politiskais spēks tiktu īpaši pozitīvi vai negatīvi izcelts. Nav konstatēts arī, ka kāda konkrēta politiskā spēka atspoguļošanas īpatsvars būtu ievērojami lielāks kā kāda cita. Tuvojoties vēlēšanu datumam, programmā “TV 24” tika veidots viens politisko diskusiju raidījumu cikls “Eiropas Parlamenta priekšvēlēšanu debates”, kuros tika uzaicināti piedalīties pārstāvji no visām partijām, kas ir pieteikušas savus deputātu kandidātus Eiropas Parlamenta vēlēšanām, raidījumi tika veidoti atbilstoši aģitācijas noteikumiem.

Televīzijas programmā “TV3” saistībā ar vēlēšanu aktualitātēm galvenokārt tika izplatīti ziņu raidījumi, tēmas saistītas ar kandidātu sarakstu iesniegšanu Eiropas parlamenta vēlēšanām, partiju reitingiem un partiju izdevumu apmēriem, kas tika tērēti Eiropas Parlamenta priekšvēlēšanu aģitācijai. Taču, tuvojoties vēlēšanām, raidījuma “900 sekundes” ietvaros uz intervijām tika aicināti Eiropas Parlamenta vēlēšanu deputātu kandidāti, kas ir vēlēšanām pieteikto partiju līderi, kā arī tika izplatīts speciāls raidījums “Eiropas jautājums”, kur tika aicināti pēc pēdējās SKDS aptaujas populārāko 8 (astoņu) partiju vadošie deputātu kandidāti uz politisko prāta spēli.

Konstatēts, ka 2024.gada maija un jūnija mēnešos komerciālajās televīzijas programmās atšķirībā no citiem priekšvēlēšanu aģitācijas perioda mēnešiem, tika izvietoti arī diskusiju raidījumi, kuri speciāli veidoti, lai atspoguļotu Eiropas Parlamenta vēlēšanās startējošas personas.

Kopumā komerciālajās televīzijas programmās atspoguļotajās diskusijās piedalījās dažādu nozaru pārstāvji, kā arī politiķi, tajā skaitā vēlēšanām izvirzītie kandidāti. NEPLP konstatēja, ka programmas veidotas tā, lai nodrošinātu samērīgu politisko spēku atspoguļojumu, kā arī to, ka nevienā no pārbaudītajām programmām nav konstatējami gadījumi, kad programmas ietvaros tiktu izcelti konkrēti politiskie spēki vai deputātu kandidāti. Tāpat komerciālo elektronisko plašsaziņas līdzekļu televīzijas programmās priekšvēlēšanu aģitācijas perioda laikā aģitācijas materiāli tika izvietoti atbilstoši Priekšvēlēšanu aģitācijas likumā noteiktajām prasībām.

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 tika atspoguļota informācija par Saeimas, Ministru Kabineta un pašvaldību politiskajām aktivitātēm, notikumiem pasaulē un Latvijā, kā piemēram, par jauno Eiropas Savienības sankciju paketi Krievijai, kā arī par pacientu agresiju pret jaunajiem ārstiem, kuri neprot krievu valodu. Vienlaikus secināms, ka atsevišķos raidījumos, piemēram, raidījumā “Latvijas Ziņas. 200 sekundes” ziņu izklāstā tika nosauktas tikai aktuālās ziņas, informējot par notikumiem Latvijā un šāda formāta dēļ raidījumā retāk piemin konkrētas personas, tajā skaitā Eiropas Parlamenta vēlēšanu deputāta amata kandidātus, taču netika konstatēts, ka šajā pakalpojumā pēc pieprasījuma būtu izvietoti speciāli vēlēšanu tematikas atspoguļošanai paredzēti raidījumi. Tāpat arī pakalpojumā pēc pieprasījuma “RUSTVNET.lv” tika konstatēti ziņu apskati par dienas aktuālajiem notikumiem valstī un pasaulē, kā arī raidījumi par tēmām, kas saistīti ar notiekošo, taču šajā pakalpojumā pēc pieprasījuma netika izvietoti speciāli vēlēšanu tematikas atspoguļošanai paredzēti raidījumi.

Saistībā ar Eiropas Parlamenta vēlēšanām AS “Delfi” pakalpojumā “Delfi TV” tika izplatīts raidījumu “Nākamais, lūdzu” cikls par Eiropas Parlamenta vēlēšanu deputāta amata kandidātiem. Kopumā nav konstatēts, ka kāds politiskais spēks vai Eiropas Parlamenta deputāta kandidāts raidījumu ietvaros būtu īpaši izcelts pozitīvā vai negatīvā aspektā. Katrs raidījums sākās ar iepriekš sagatavota video materiāla demonstrēšanu par konkrētā politiskā spēka vai tā līderu pārskatu par to darbību iepriekšējos Saeimas sasaukumos. Raidījumos tika aicināti piedalīties to politisko spēku pārstāvji, kuru reitingi ir virs 2%, kā arī bija sarakstu līderu debates. Tuvojoties Eiropas Parlamenta vēlēšanām raidījumu cikla “Nākamais, lūdzu” ietvaros tika veidotas arī partiju līderu debates, kurās piedalījās Eiropas Parlamenta vēlēšanām pieteikto partiju, kurām sabiedrībā bija atbalsts virs 2%, līderu debates, un tās bija 10 (desmit) partijas, kas tika sadalītas divās grupās, ņemot vērā Centrālās vēlēšanu komisijas piešķirtos kārtas numurus. Kopumā, izvērtējot raidījumos pausto informāciju, secināms, ka raidījumi tika veidoti

atspoguļojot dažādas sabiedrībai svarīgas tēmas, kā arī tika iegūti dažādu politisko spēku viedokļi par šiem jautājumiem.

Kopumā audiovizuālajos pakalpojumos pēc pieprasījuma atspoguļotajās diskusijās un intervijās piedalījās dažādu nozaru pārstāvji, kā arī politiķi, tajā skaitā vēlēšanām izvirzītie kandidāti. NEPLP konstatē, ka raidījumi veidoti tā, lai nodrošinātu samērīgu politisko spēku atspoguļojumu, kā arī to, ka nevienā no pārbaudītajiem audiovizuālajiem pakalpojumiem pēc pieprasījuma nav konstatējami gadījumi, kad audiovizuālajos pakalpojumos pēc pieprasījuma ietvaros tiktu izcelti konkrēti politiskie spēki vai deputātu kandidāti.

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 ceturtnā 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 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 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 tika atspoguļotas ne tikai ziņu raidījumos, bet arī intervijās un diskusiju raidījumos, kuri veidoti īpaši pirms Eiropas parlamenta 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 tika aicināti piedalīties gan dažādu politisko partiju pārstāvji, gan nozaru eksperti, žurnālisti, uzņēmēji un citi sabiedrībā pazīstami cilvēki. Tāpat atsevišķu raidījumu ietvaros tika 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 tika 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. Programmā tika izvietoti arī raidījumi, kas veidoti īpaši politisko spēku atspoguļošanai, piemēram, 4 (četrus) raidījumu cikls “Izvēlies nākotni! Kam jābūt Eiropas Parlamentā? Partiju dueļi”, kura ietvaros tika organizēta diskusija starp to partiju kandidātiem, kuri jau bija ievēlēti Eiropas Parlamentā un tiem, kuri vēl nav bijuši Eiropas parlamentā, kā arī katra raidījuma beigās tika atspoguļoti jaunākie aptaujas dati par to, kuriem deputātu kandidātiem ir visvairāk balsis. Visiem kandidātiem tika nodrošināts līdzvērtīgs laiks savas pozīcijas paušanai. Tāpat tika izvietots 2 (divus) raidījumu cikls “Izvēlies nākotni! Eiropas Parlamenta priekšvēlēšanu debates”, kura ietvaros tika organizētas debates starp to partiju kandidātiem, kuri pēc SKDS aptaujas datiem bija vēlētajū visvairāk atbalstītie, kā arī pirmā raidījuma beigās tika atspoguļoti jaunākie aptaujas dati par to, kuriem deputātu kandidātiem provizoriski ir visvairāk balsis. Monitoringa

rezultāti liecina, ka politisko partiju nosaukumi, kā arī atsevišķu deputātu kandidātu uzvārdi izskanēja bieži un arī saistībā ar vēlēšanām. Taču politisko spēku atspoguļojums uzskatāms par vispārīgu, īpaši neizceļot nevienu politisko spēku. Arī informējot skatītājus par politisko partiju programmām un to reitingiem tika atspoguļots plašs politisko partiju un deputātu kandidātu loks. Politisko debašu vai diskusiju raidījumu ietvaros aicinātie kandidāti pārstāvēja dažādas politiskās partijas, kas bija samērīgi un tajos netika konstatēta slēpta aģitācija. Tāpat, lai informētu par sabiedrību, raidījuma “Panorāma” ietvaros tika izvietotas intervijas ar Eiropas Parlamenta deputātu kandidātiem, kuri iepazīstināja ar to kādi ir viņu mērķi un ko viņi ir gatavi darīt, ja iekļūs Eiropas Parlamentā. Savukārt programmā “LTV7” tuvojoties vēlēšanām raidījumā “Šovakar. RUS.LSM.ziņas” tika izveidota rubrika, kurā tika aicinātas visas partijas, kuras piedalījās Eiropas Parlamenta vēlēšanās, lai iepazīstinātu skatītājus ar to, kādi ir partiju mērķi un kā tie tiks sasniegti, ja partijas pārstāvji tiks ievēlēti Eiropas Parlamentā.

Programmā “Latvijas radio 1” tika izvietoti ne tikai ziņu raidījumi, bet arī intervijas gan ar politiķiem, gan dažādu nozaru ekspertiem, tāpat tika izvietoti arī diskusiju raidījumi, piemēram, “Krustpunktā”, “Rīta intervija”, “Labrīt”, “Pusdiens”. Raidījumos kā dalībnieki tika uzaicināti dažādu politisko partiju pārstāvji, tādējādi nodrošinot viedokļu dažādību. Piemēram, raidījuma “Krustpunktā” ietvarā tika atspoguļotas intervijas arī ar dažādu partiju deputātu kandidātiem. Tāpat “Latvijas radio 1” programmā biežāk izskanēja dažādi ziņu apkopojumi “Pusdiens”, “Dienas notikumu apskats”, kuros daļa uzmanības tika veltīta priekšvēlēšanu aktivitātēm. Savukārt programmā “Latvijas Radio 2” tika izveidots īpaši vēlēšanu tematikai paredzēts raidījums – informatīvi izglītojoša un izklaidējoša radiospēle “Deputāti pret deputātiem”. Kopumā radiospēlē sacentās visu 16 uz EP kandidējošo sarakstu pārstāvji (no katra saraksta pa vienam), kurus dalībai spēlē bija izvirzījušas pašas partijas vai apvienības. Katrā raidījumā piedalīsies 4 deputātu kandidāti no 4 vēlēšanu sarakstiem. Tādējādi auditorija tika iepazīstināta ar deputātu kandidātiem arī izklaidējošā formātā, vienlaikus saglabājot arī informatīvu ievirzi, jo spēles laikā ikvienam no dalībniekiem tika dota iespēja vienas minūtes garumā sniegt īsu vizītkarti par sevi, sevis pārstāvēto politisko spēku, tā vērtībām un plānotajiem darbiem

Programmā “Latvijas Radio 5” tika veidota Eiropas Parlamenta vēlēšanu spēle “Politiskā piecīņa”, kurā satikās deviņi Eiropas Parlamenta deputātu kandidāti, tomēr šī spēle tika demonstrēta tikai internetā – pieci.lv YouTube kontā un arī Latvijas Radio 5 oficiālajā tīmekļa vietnē: <https://pieci.lv/>.

Programmā “Latvijas radio 4 – Doma laukums” uz tādiem raidījumiem kā “Sīkāka informācija”, “Doma laukums”, “Atvērta saruna” un “Dienas notikumu apskats” kā viesi tika

aicināti arī politisko spēku pārstāvji un deputātu kandidāti. Programmas ietvaros tika veidotas diskusijas par aktuāliem jautājumiem Eiropas Parlamentā. Ņemot vērā, ka netika veidotas priekšvēlēšanu debates krievu valodā, tad raidījuma “Sīkāka informācija” ietvaros tika izveidota rubrika, kurā tika intervēti visu Eiropas Parlamenta vēlēšanu sarakstu līderi. Tāpat aktuālos jautājumus komentēja un viedokli par faktiem izteica politologi Ilga Kreituse un Filips Rajevskis. Par dažādiem politiskajiem jautājumiem bieži tika publicētas dažādu politisko partiju Saeimas deputātu viedoklis arī īsās intervijās ziņu raidījumu ietvaros. Arī ziņu un informatīvajos raidījumos, piemēram, “Doma laukums” un “Atvērtā saruna” tika atspoguļoti viedokļi par politiskajiem notikumiem valstī un tika izteiktas prognozes par Eiropas Parlamenta vēlēšanu iespējamajiem rezultātiem.

Ņemot vērā sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu programmu veidošanas uzdevumus un standartus, konstatējams, ka sabiedrisko mediju saturā, tostarp informatīvajos un ziņu raidījumos, bija 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 tika aicināti dažādu politisko partiju un partiju apvienību pārstāvji. Tāpat raidījumos aktualitātes komentēja arī žurnālisti, akadēmiķi un nozaru pārstāvji.

Ievērojot to, ka VSIA “Latvijas televīzija” programmās un VSIA “Latvijas Radio” programmās 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 programmās izvietoto raidījumu monitoringu un izvērtējot un analizējot konkrētus raidījumus ar nozaru ekspertu un politisko partiju un partiju apvienību pārstāvju piedalīšanos, NEPLP vērtēja, vai raidījumos nav saskatāmas slēptas priekšvēlēšanu aģitācijas pazīmes. VSIA “Latvijas televīzija” programmā “LTV1” un VSIA “Latvijas Radio” izvietotajos raidījumos Priekšvēlēšanu aģitācijas likuma pārkāpumi netika konstatēti.

IV. SECINĀJUMI

NEPLP konstatē, ka salīdzinoši augstāka politisko spēku aktivitāte elektronisko plašsaziņas līdzekļu programmās bija vērojama priekšvēlēšanu aģitācijas perioda pēdējās – maija un jūnija mēnešos. Priekšvēlēšanu aģitācijas perioda sākumā plašākas aģitācijas kampaņas bija vērojama citās platformās, nevis elektroniskajos plašsaziņas līdzekļos, jo daļa politisko spēku savas priekšvēlēšanu kampaņas aktīvi veica citās platformās, tostarp interneta

vidē un sociālo mediju platformās, izvietojot dažādas reklāmas un publicējot partijas, partiju apvienības vai atsevišķu deputātu kandidātu viedokļus u.c. informāciju. Politiskie spēki, konkrēti Eiropas Parlamenta deputātu kandidāti, politiķi un ministri tika pieminēti gan ziņu raidījumu ietvaros, tiem dienas laikā vairākkārtīgi atkārtojoties, gan diskusiju raidījumos un intervijās.

Visbiežāk ar Eiropas Parlamenta vēlēšanām saistīti jautājumi tika apskatīti 2024.gada maija un jūnija mēnesī. Tika atspoguļoti gan atsevišķu politiķu viedokļi, darbības, gan diskusijas par dažādiem jautājumiem un aktualitātēm nozarēs. Programmās tika izvietotas intervijas, diskusiju raidījumi, pāru debates, erudīcijas spēles, papildus atspoguļota arī Eiropas Parlamenta vēlēšanu nozīme un norise citās Eiropas valstīs. Cita starpā viedokli par deputātu kandidātiem, politiskajiem spēkiem un to iecerēm darbam Eiropas Parlamentā izteica arī klausītāji – gan raidījumā “Krustpunktā”, kur klausītājiem bija iespēja uzdot jautājumus Eiropas Parlamenta vēlēšanu deputātu kandidātiem, gan raidījumā “Brīvais mikrofonis”, kurā klausītāji ēterā varēja paust savu viedokli par dažādiem jautājumiem, tostarp politiskajām aktualitātēm. Eiropas Parlamenta vēlēšanu norise tika atspoguļota arī ziņu raidījumos, atspoguļojot gan politisko spēku viedokļus un ieceres, gan identificējot praktiskas problēmas, ar kurām nācās saskarties vēlēšanu norises laikā. Tāpat ziņu raidījumu ietvaros tika demonstrēti arī politologu viedokļi par iespējamajiem Eiropas Parlamenta vēlēšanu rezultātiem. Gan radio, gan televīzijas programmās tika izvietoti raidījumi, kas veidoti īpaši Eiropas Parlamenta vēlēšanu atspoguļošanai. Izvērtējot šos raidījumus, konstatēts, ka raidījumi tika veidoti profesionāli, ievērojot normatīvajos aktos noteiktos raidījumu veidošanas principus, kā arī nodrošinot viedokļu daudzveidību un ikviena politiskā spēka piedalīšanos, tāpat visiem debašu dalībniekiem tika dots vienlīdz liels laiks paust savu viedokli un argumentus par konkrētiem jautājumiem, kā arī izteikt replikas un atbildēt uz oponentu jautājumiem.

NEPLP secina, ka elektroniskie plašsaziņas līdzekļi, pieļaujot politisko partiju pārstāvju dalību raidījumos, ir nodrošinājuši atbilstību žurnālistikas standartiem, kā arī spējuši profesionāli vadīt raidījumus, nedodot uzaicinājumiem politisko spēku pārstāvjiem iespēju tieši vai netieši agitēt par vai pret kādu politisko partiju vai deputāta kandidātu. 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 un AS “Delfi”, kuru programmās “LTV1”, “Latvijas Radio 1”, “TV24” un “TV3” izvietotajos raidījumos visbiežāk atspoguļoti dažādi politiskie spēki, kā arī ekspertu un sabiedriski aktīvu un pazīstamu cilvēku viedokļi, tādejādi veicinot viedokļu

daudzveidību un sabiedrības iespējas objektīvi izvērtēt katra politiskā spēka piedāvājumu Eiropas Parlamenta vēlēšanām. NEPLP nav saskatījusi precedentus, ka kāda televīzijas vai radio programma kopumā īpaši izceltu vai atspoguļotu tikai kāda konkrēta politiskā spēka deputātu kandidātus, to darbības vai viedokli. Tomēr NEPLP uzsver, ka, ņemot vērā ka šajās vēlēšanās tika vēlēti Eiropas Parlamenta deputāti, arī augstāka aktivitāte bija vērojama tieši sabiedriskajos un komerciālajos elektroniskajos plašsaziņas līdzekļos nacionāla mēroga programmās, bet nevis reģionālajās un vietējās programmās.

Veicot monitoringu, secināts, ka elektroniskajos plašsaziņas līdzekļos izvietotie speciāli Eiropas Parlamenta vēlēšanām veidotajiem raidījumiem bijušas dažādas formas – intervijas, diskusijas, erudīcijas spēle, kurās īsumā atspoguļota informācija par konkrēto deputātu kandidātu. Raidījumu daudzējādība un iespēja izvēlēties sev tīkamāko padara tos interesantus skatītājiem un klausītājiem. Izvērtējot elektronisko plašsaziņas līdzekļu programmās izvietoto saturu, secināts, ka raidījumu ietvaros tika nodrošināta viedokļu daudzējādība, notikumi tika atspoguļoti ar pietiekamu precizitāti un ievērojot neitralitātes principu.

NEPLP secina, ka, salīdzinot šo priekšvēlēšanu aģitācijas periodu ar iepriekšējiem, ir palielinājusies elektronisko plašsaziņas līdzekļu izpratne par īpašajiem noteikumiem, kas jāievēro priekšvēlēšanu aģitācijas perioda laikā. Tas skaidrojams ar NEPLP veiktajām preventīvajām darbībām pirms vēlēšanām, skaidrojot elektronisko plašsaziņas līdzekļu pienākumus, tādējādi veicinot elektronisko plašsaziņas līdzekļu izpratni par tiesību normu piemērošanu, veidojot vebināru un skaidrojošos materiālus. Tomēr aģitācijas periodā tika uzsākti trīs administratīvā pārkāpuma procesi, no kuriem divos piemērots administratīvais sods – naudas sods, bet viens process pēc pie atbildības saucamās personas paskaidrojumu saņemšanas un lietas apstākļu izvērtēšanas – izbeigts. Administratīvie sodi piemēroti gadījumos, kad konstatēts, ka priekšvēlēšanu aģitācijas perioda laikā programmās tiek izvietoti izklaides raidījumi ar deputātu kandidātu piedalīšanos, tiek atspoguļoti sabiedrībai nesvarīgi deputāta kandidāta privātās dzīves notikumi, tādējādi veicinot deputāta kandidāta atpazīstamību un pozitīvo īpašību izcelšanu. Izvērtējot lietu apstākļus, Padome secināja, ka nebija sabiedriskas nozīmes raidījumus izplatīt tieši priekšvēlēšanu aģitācijas perioda laikā, to būtu bijis iespējams darīt arī ārpus aģitācijas perioda. Administratīvais sods piemērots vienam elektroniskajam plašsaziņas līdzeklim, kas veido televīzijas programmu, un vienam elektroniskajam plašsaziņas līdzeklim, kas veido radio programmu.

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 nepieciešamās izmaiņas normatīvajos aktos. Vienlaikus ar elektronisko plašsaziņas līdzekļu iesaisti ir iespējams veicināt arī sabiedrības aktivitāti vēlēšanu procesā. Šajā aģitācijas periodā Eiropas Savienības audiovizuālo mediju pakalpojumu regulatoru grupa (ERGA) izstrādāja video un audio formāta aicinājumus Eiropas Savienības pilsoņiem piedalīties vēlēšanās. Šie paziņojumi primāri bija paredzēti izvietojumam dalībvalstu sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu televīzijas programmās, tomēr NEPLP par šādu paziņojumu izvietojumu iespēju informēja visus elektroniskos plašsaziņas līdzekļus un pēc vēlēšanām secināms, ka periodā no 2024.gada 28.maija līdz 8.jūnijam paziņojums par aicinājumu doties uz vēlēšanām izskanēja vismaz 20 radio un televīzijas programmās kopumā vairāk nekā 450 reizes.

Vērtējot aizvadītā priekšvēlēšanu aģitācijas perioda uzraudzības izpildi, NEPLP ieskatā, nepieciešams turpināt veikt preventīvo darbu, skaidrojot tiesību normu saturu, izveidot papildu uzskates materiālus elektronisko plašsaziņas līdzekļu pārstāvjiem, kā arī turpināt attīstīt sadarbību starp uzraugošajām iestādēm.

Padomes priekšsēdētājs

Ivars Āboliņš

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