



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
2026.gada 16.jūlija lēmumu Nr. 222/1-2

2026.GADA SAEIMAS VĒLĒŠANU PRIEKŠVĒLĒŠANU AĢITĀCIJAS PERIODA MONITORINGA I STARPZIŅOJUMS PAR PERIODU NO 2026.GADA 6.JŪNIJA LĪDZ 30.JŪNIJAM

IEVADS

2026.gada Saeimas vēlēšanas ir noteiktas 2026.gada 3.oktobrī. 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 2026.gada Saeimas vēlēšanām ilgs no 2026.gada 6.jūnija līdz 3.oktobrim.

Šī perioda laikā ir piemērojamas Priekšvēlēšanu aģitācijas likuma normas Elektroniskajiem plašsaziņas līdzekļiem līdz 2026.gada 6.maijam 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 57 radio un televīzijas programmu, un pakalpojumiem pēc pieprasījuma. Izcenojumi ir izvietoti NEPLP mājaslapā internetā www.neplp.lv sadaļā “Mediju monitorings” – “Vēlēšanas” – “Saeimas vēlēšanas 2026” (pieejams: <https://www.neplp.lv/lv/saeimas-velesanas-2026>).

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 **“Nacionālās elektronisko plašsaziņas līdzekļu padomes darbības plāns 2026.gada Saeimas 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 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 sadarbojas 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 un informatīvus materiālus, 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>). 2026.gada 5.jūnijā NEPLP organizēja vebināru elektronisko plašsaziņas līdzekļu pārstāvjiem par pienākumiem, veidojot un izplatot raidījumus priekšvēlēšanu aģitācijas perioda laikā. Vebinārā piedalījās vairāk kā 100 pārstāvji no dažādiem

elektroniskajiem plašsaziņas līdzekļiem. Vebinārā uzdotos jautājumus un to atbildes saistībā ar priekšvēlēšanu aģitācijas periodā noteiktajiem ierobežojumiem ir publicētas arī NEPLP mājaslapā sadaļā “Par mums” – “Jautājumi un atbildes” – “Jautājumi par EPL darbību priekšvēlēšanu aģitācijas perioda laikā” (pieejams: <https://www.neplp.lv/lv/jautajumi-par-epl-darbibu-prieksvelesanu-agitacijas-perioda-laika>).

NEPLP 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 politiskajiem spēkiem. Attiecībā uz audiovizuālo pakalpojumu pēc pieprasījuma sniedzēju monitoringu tiek izmantots katra audiovizuālā pakalpojuma pēc pieprasījuma sniedzēja izveidotais raidījumu katalogs. Kopumā laika periodā no 2026.gada 6.jūnija līdz 30.jūnijam dažādu elektronisko plašsaziņas līdzekļu programmās un pakalpojumos monitorētas ne mazāk kā 2200 satūra 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”, “Radio SWH LV”, “Radio SWH Plus”, “STAR FM”, “Radio Skonto”, “Radio Skonto Plus”, “Radio Melodija”, “Divu krastu radio”, “Kurzemes radio”, “Autoradio Latvija”, “Radio Tev”, “Radio Rēzekne”, “Latgales Radio”, “Alise Plus”, “Radio Mix FM” un “Radio Marija Latvija”, taču tika veikts arī citu radio programmu izlases veida monitorings.

Izvērtējot priekšvēlēšanu aģitācijas perioda monitoringā konstatēto, secināts, ka politisko partiju, partiju apvienību un politiķu atspoguļojums komerciālo elektronisko plašsaziņas

līdzekļu radio programmās priekšvēlēšanu aģitācijas perioda pirmajā mēnesī (6.jūnijs–30.jūnijs) kopumā galvenokārt bijis saistīts ar Saeimas vai Ministru kabineta darbu, ģeopolitisko situāciju Latvijā un pasaulē, migrācijas jautājumiem, valsts stratēģiskās infrastruktūras kibernetiskās drošības, kā arī izglītības sistēmas jautājumiem. Atsevišķās komerciālo elektronisko plašsaziņas līdzekļu radio programmās politiskie spēki pieminēti tikai ziņu un informatīvo raidījumu ietvaros, tiem dienas laikā vairākkārtīgi atkārtojoties, radio programmu ietvaros jūnijā nav izvietoti atsevišķi īpaši vēlēšanām veidoti raidījumi un priekšvēlēšanu debates.

Saistībā ar gaidāmajām Saeimas vēlēšanām jūnijā sniegta informācija galvenokārt par to, kuras partijas ir iesniegušas savus deputātu kandidātu sarakstus un kuri deputātu kandidāti katrai no partijām ar pirmajiem numuriem ir iekļauti Rīgas un reģionu sarakstos. Kopumā galvenokārt ir atainotas politisko spēku pārstāvju aktivitātes saistībā valdības un Saeimas darbu.

NEPLP veiktajā monitoringā konstatē, ka radio programmās tiek izvietota apmaksāta priekšvēlēšanu aģitācija, taču aģitācijas apmaksātāji ir norādīti normatīvajā regulējumā noteiktajā kārtībā.

Priekšvēlēšanu aģitācijas perioda pirmajā mēnesī (6.jūnijs– 30.jūnijs) komerciālo radio programmās NEPLP nav konstatējusi Priekšvēlēšanu aģitācijas likuma pārkāpumus.

Televīzijas programmas

Komerčiālo elektronisko plašsaziņas līdzekļu televīzijas programmu, tāpat kā radio programmu, monitorings tiek veikts izlases veidā, galvenokārt monitorējot programmas, kurās tiek izplatīti ziņu, diskusiju vai informatīva rakstura raidījumi, kuros atainota aktuālā informācija un politiskās norises. Vienlaikus tiek veikts arī izglītojoša un izklaidējoša satura raidījumu monitorings, jo deputātu kandidātu piedalīšanās izglītojošu un īpaši izklaidējoša satura 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!”, “360 TV”, “TV4”, “TV6”, “TV3 Life” un “EWTN Latvija”, 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 atainojums 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 atainoto notikumu analīze nekā radio raidījumos, iesaistot dažādus viedokļu paudējus, tostarp nozaru ekspertus, nevalstisko organizāciju pārstāvjus u.tml.

Informācija saistībā ar politiskajiem spēkiem, kā arī to pārstāvju viedokļi, politisko spēku nostājas komerciālo televīzijas programmu ēterā plaši ir izskanējušas saistībā ar A.Kulberga valdības darbu, drošības situāciju Latvijā saistībā ar dronu lidojumiem, pievienotās vērtības nodokļa samazināšanu un migrācijas ierobežojumiem.

Komerčiālo televīziju programmās visbiežāk politiskie spēki tiek pieminēti ziņu raidījumos, tāpat politiskie spēki un politiskās aktualitātes tiek atainotas arī citos raidījumos, piemēram, programmā “TV24” izplatīti raidījumi: “Uz līnijas”, “TV24 svarīgākais 3 minūtēs”, “ZIŅU TOP”, “Kārtības rullis”, “Preses klubs”, “STOPkadri ar Armandu Puči”, “Nacionālo interešu klubs”, “Globuss”, “Dienas personība”, “Klimata balss”, “Uzmanības centrā ekonomika”, “Nedēļa. Post Scriptum.”, “Kur tas suns aprakts” un “Runāsim atklāti”. 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.

Televīzijas programmā “TV24” jau no 2026.gada 28.aprīļa saistībā ar Saeimas vēlēšanām tiek izplatīts speciāls raidījumu cikls “Runāsim atklāti”, kas tiek pozicionēts kā “priekšvēlēšanu seriāls”. Katrā no raidījumiem piedalās divi šī brīža Saeimas deputāti vai ministri un divi, kuri varētu kļūt par Saeimas deputātiem. Raidījumu cikls tiek pozicionēts kā priekšvēlēšanu debates un raidījumos jūnijā tiek apskatīti aktuālie problēmjautājumi saistībā ar valsts drošību, izglītības sistēmu un migrācijas problēmām u.c.

Vienlaikus NEPLP monitoringa rezultāti liecina, ka atsevišķās televīzijas programmās priekšvēlēšanu aģitācijas perioda laikā biežāk raidījumos piedalās personas, tajā skaitā deputātu kandidāti un politisko spēku pārstāvji, kuru atainojuma intensitāte konkrētā elektroniskā plašsaziņas līdzekļa programmā tieši priekšvēlēšanu aģitācijas perioda laikā ir pieaugusi. NEPLP turpinās veikt monitoringu un sekot līdzi šīm tendencēm.

Priekšvēlēšanu aģitācijas perioda pirmajā mēnesī (6.jūnijs– 30.jūnijs) komerciālo televīziju programmās ir konstatēts viens iespējams Priekšvēlēšanu aģitācijas likuma pārkāpums, par ko NEPLP ir uzsākusi administratīvā pārkāpuma procesu un pieprasījusi elektroniskajam plašsaziņas līdzeklim sniegt paskaidrojumus.

2. 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 “XTV” pakalpojumam “XTV.LV”, SIA “Ventas Balss” pakalpojumam “Ventas Balss TV”, 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, atainotas, piemēram, raidījumos “Spried ar Delfi” un “Kāpēc”. Priekšvēlēšanu aģitācijas perioda laikā raidījumos tiek atainotas informācija par Saeimas, Ministru Kabineta un pašvaldību politiskajām un saimnieciskajām aktivitātēm, notikumiem pasaulē un Latvijā.

Saistībā ar Saeimas vēlēšanām pakalpojumā “Delfi TV” ir izvietots raidījums “Kāpēc”, kurā tiek diskutēts par vēlēšanu tradīcijām Latvijā un par to, kā mobilizēt balsstiesīgos iedzīvotājus piedalīties vēlēšanās, kā arī raidījums “Spried ar Delfi”, kurā tiek runāts par to, kā Centrālā vēlēšanu komisija gatavojas nodrošināt, lai vēlēšanas noritētu bez starpgadījumiem, ņemot vērā iespējamās gaisa telpas apdraudējumus un vēlēšanu sistēmas gatavību, kā arī, kā palielināt vēlētāju aktivitāti Saeimas vēlēšanās.

NEPLP kopumā secina, ka slēpta priekšvēlēšanu aģitācija nav konstatēta.

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 atainošanu, 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 ir saistīta ar politisko spēku atainojumu un deputātu kandidātiem, kā arī sabiedriskās domas aptaujas rezultātiem galvenokārt atainota ziņu raidījumu ietvaros. Atainojot 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 Sabiedriskais medijs” programmās par laika periodu no 2026.gada 6.jūnija līdz 30.jūnijam, 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 intervijas ar esošajiem ministriem attiecībā uz aktualitātēm, valdības lēmumiem. Netiek veidoti atsevišķi diskusiju raidījumi, kuros piedalītos politisko spēku pārstāvji un netiek veidotas intervijas ar Saeimas deputātu kandidātiem, kurās šie deputātu kandidāti iepazīstina klausītājus ar sevi un ar to, ko vēlas sasniegt strādājot Saeimā. Saistībā ar Saeimas vēlēšanām programmā “Latvijas Radio – 1” viens no raidījumiem “Krustpunktā” tiek veltīts Saeimas vēlēšanu norises aktuālajiem jautājumiem un tajā eksperti diskutē par to, kā nodrošināt uzticamu un drošu vēlēšanu norisi. Programmā “Latvijas Radio – 1” izvietotā informācija un aktualitātes, kas saistītas ar politisko darbību, atainotas ziņās un tādos informatīvos raidījumos kā “Labrīt!”.

“Brīvais mikrofons”, “Pēcpusdiena” un “Krustpunktā”. Programmā “LTV1” izvietotā informācija un aktualitātes, kas ir saistītas ar politisko darbību atspoguļotas ziņās un tādos informatīvos raidījumos kā “Rīta Panorāma”, “Panorāma”, “Kas notiek Latvijā”, “Šodienas jautājums”, “Aktuālā intervija 1:1” un “De facto”.

Priekšvēlēšanu aģitācijas perioda pirmajā mēnesī (6.jūnijs– 30.jūnijs) sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu programmās nav konstatēti Priekšvēlēšanu aģitācijas likuma pārkāpumi.

IV. SECINĀJUMI

NEPLP konstatē, ka politisko spēku aktivitāte pirmajā aģitācijas perioda mēnesī vērtējama kā drīzāk zema, jo elektronisko plašsaziņas līdzekļu programmās gandrīz netiek veidoti interviju un diskusiju raidījumi, kuros tiek aicinātas politiskās partijas vai deputātu kandidāti, tāpat arī elektronisko plašsaziņas līdzekļu programmās salīdzinoši maz ir izvietota apmaksāta priekšvēlēšanu aģitācija. Tas varētu būt saistīts ar to, ka pirmajā aģitācijas mēnesī vēl nav iesniegti visu partiju saraksti Centrālajā vēlēšanu komisijā, kā arī 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 atainojumu un politiķu līdzdalību raidījumos ir VSIA “Latvijas Sabiedriskais medijs”, AS “TV Latvija”, SIA All Media Latvia un SIA “ReMedia”. Savukārt visbiežāk pieminētie politiskie spēki – “Apvienotais saraksts”, “Latvija pirmajā vietā” un “Zaļo un Zemnieku savienība”.

Kopumā periodā no 1.jūnija līdz 30.jūnijam elektronisko plašsaziņas līdzekļu programmās un pakalpojumos ir atainoti 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, valsts stratēģiskās infrastruktūras kiberdrošību, izglītības sistēmas jautājumiem, kā arī par drošības situāciju Latvijā saistībā ar dronu lidojumiem un pievienotās vērtības nodokļa samazināšanu. 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 tiek izvietota atbilstoši normatīvajos aktos noteiktajam.

Kopumā NEPLP elektronisko plašsaziņas līdzekļu darbībā pirmajā priekšvēlēšanu aģitācijas perioda mēnesī ir konstatējusi vienu iespējamu Priekšvēlēšanu aģitācijas likuma pārkāpumu. Attiecīgi par konstatēto iespējamo Priekšvēlēšanu aģitācijas likuma pārkāpumu NEPLP ir uzsākusi administratīvā pārkāpuma procesu un pieprasījusi elektroniskajam plašsaziņas līdzeklim sniegt paskaidrojumus. Tāpat jūnijā NEPLP 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 arī preventīvo darbu, skaidrojot tiesību normas elektronisko plašsaziņas līdzekļu pārstāvjiem, kā turpināt sadarbību ar citām priekšvēlēšanu aģitācijas periodu uzraugošajām iestādēm.

Padomes priekšsēdētāja

Aurēlija Ieva Druvieta

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