

APSTIPRINĀTAS
Ar Nacionālās elektronisko plašsaziņas līdzekļu padomes
2021.gada 28.janvāra lēmumu Nr. 42/1-2

/Ivars Āboliņš/

**NACIONĀLĀS ELEKTRONISKO PLAŠSAZIŅAS LĪDZEKĻU
PADOMES VADLĪNIJAS
ELEKTRONISKO PLAŠSAZIŅAS LĪDZEKĻU DARBĪBAI
PRIEKŠVĒLĒŠANU AĢITĀCIJAS PERIODA LAIKĀ**

SATURS

1. IEVADS	3
2. DEFINĪCIJAS	5
3. RAIDĪJUMU VADĪTĀJI UN DALĪBNIKĒKI PRIEKŠVĒLĒŠANU AĢITĀCIJAS PERIODA LAIKĀ	6
4. VIZUĀLO ELEMENTU UN SIMBOLIKAS IEKĻAUŠANA RAIDĪJUMOS	10
5. INFORMĀCIJAS SNIEGŠANAS NOSACĪJUMI	11

1. IEVADS

Normatīvajos aktos noteiktā aģitācijas kārtība ir saistīta ar personas tiesībām vēlē un tikt ievēlētai atbilstoši Latvijas Republikas Satversmes 8., 9. un 101. pantā noteiktajam. Tiesības vēlē un tikt ievēlētam nodrošina pilsoņu pārstāvību valsts un pašvaldību darbā, kas kalpo kā garants demokrātiskas iekārtas pastāvēšanai un ir vērsta uz demokrātiskas valsts iekārtas leģitimitātes nodrošināšanu. Vienlīdzīgu un brīvu vēlēšanu principi nosaka, ka katram vēlētajam ir viena balss vai vienāds skaits balsu, ievēlamo deputātu skaits ir vienmērīgi sadalīts starp vēlēšanu apgabaliem un visu politisko partiju un vēlēšanu kandidātu iespējas tikt ievēlētiem ir vienlīdzīgas.¹ Šīs iespējas ir vienlīdzīgas, ja valsts institūciju attieksme pret visiem kandidātu sarakstiem ir neitrāla. Tas attiecas uz kandidātu sarakstu vēlēšanu kampaņu, plašsaziņas līdzekļu pieejamību tiem, kā arī partiju un to kampaņu publisko finansēšanu. Savukārt vēlēšanas ir brīvas, ja vēletāji var brīvi veidot savus uzskatus un paust savas vēlmes, kā arī cīnīties pret vēlēšanu procedūras pārkāpumiem.²

Aģitācijas noteikumu pārkāpšana ir neatgriezenisks pārkāpums un šāda veida pārkāpumi elektronisko plašsaziņas līdzekļu darbībā var būtiski ietekmēt demokrātiskos procesus valstī un vēlēšanu rezultātu. Pārkāpjot likumdevēja noteikto aģitācijas kārtību, tiek pārkāptas vēlēšanu tiesības un vēlēšanu sistēmas principi, tādējādi nodarot būtisku kaitējumu gan vēletāju, gan deputātu kandidātu tiesībām un tiesiskajām interesēm un valsts pārvaldības kārtībai kopumā, jo aģitācijas ierobežojumu mērķis ir nodrošināt godīgas vēlēšanas, līdzsvarojot kandidātu izredzes un mazinot finanšu līdzekļu ietekmi uz vēlēšanu rezultātu.

Priekšvēlēšanu aģitācija būtībā ir informācijas izplatīšana par deputātu kandidātiem, politiskām partijām un to apvienībām (turpmāk arī – politiskie spēki), tādējādi reklamējot tās un aicinot balsot par vai pret kādu politisko spēku vai konkrētu deputātu kandidātu. Aģitācija var izpausties arī netiesā veidā, tāpēc priekšvēlēšanu aģitācijas perioda laikā elektroniskajiem plašsaziņas līdzekļiem jāpievērš īpaša uzmanība raidījumos iekļautajām tēmām, uzaicinātajām personām, raidījuma formātam un žurnālistu profesionalitātei, vadot raidījumus.

Veidojot precīzu un vienveidīgu praksi elektronisko plašsaziņas līdzekļu darbībai priekšvēlēšanu aģitācijas perioda laikā, nepieciešams nodrošināt vienotu izpratni par satura izvietojuma un veidošanas principiem priekšvēlēšanu aģitācijas perioda laikā, lai novērstu situāciju, kurā elektroniskie plašsaziņas līdzekļi dažādi interpretē Priekšvēlēšanu aģitācijas likuma (turpmāk arī – PAL) un Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likuma (turpmāk arī – EPLL) normas un tādējādi raidījumos iekļauj arī slēptu priekšvēlēšanu aģitāciju. Nacionālā elektronisko plašsaziņas līdzekļu padome (turpmāk arī – Padome) ir izstrādājusi vadlīnijas elektronisko plašsaziņas līdzekļu darbībai priekšvēlēšanu aģitācijas perioda laikā. Vadlīnijas nav uz āru saistošs normatīvais akts un nekādā veidā neaizstāj minētajos likumos noteikto un ir izmantojamas tikai kā tiesību normu paskaidrojošs materiāls.

¹ Augstākās tiesas Senāta Administratīvo lietu departamenta 2011. gada 22. septembra sprieduma lietā Nr. SKA-311/2011 11. punkts

² Satversmes tiesas sprieduma lietā Nr.2002-08-01 secinājumu daļa

Vadlīnijas ir izstrādātas, ņemot vērā Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likuma un Priekšvēlēšanu aģitācijas likuma normas, kā arī Korupcijas novēršanas un apkarošanas biroja (turpmāk arī – KNAB) izstrādātos informatīvos materiālus par priekšvēlēšanu aģitācijas ierobežojumiem un tiesu praksi, kas saistīta ar priekšvēlēšanu aģitācijas jautājumiem.

2. DEFINĪCIJAS

2.1. Priekšvēlēšanu aģitācija – politiskās partijas, politisko partiju apvienības, vēlētāju apvienības vai deputāta kandidāta reklamēšana plašsaziņas līdzekļos vai citādā veidā, ja tā satur tiešu vai netiešu aicinājumu balsot par vai pret kādu politisko partiju, politisko partiju apvienību, vēlētāju apvienību vai deputāta kandidātu (PAL 1.panta 3.punkts).

2.2. 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 (PAL 1.panta 4.punkts).

2.3. Samaksa – jebkāda atlīdzība, tai 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). Samaksai nav jābūt tikai naudas izteiksmē noslēgtam darījumam, bet tā var būt arī kādu pakalpojumu sniegšana vai tiesību kā arī citu materiālu vai nemateriālu labumu nodošana elektroniskajam plašsaziņas līdzeklim. Par samaksu ir uzskatāma arī atsvabināšana no samaksas pienākuma un, ja plašsaziņas līdzeklis atbrīvojis no samaksas pienākuma, tad secināms, ka priekšvēlēšanu aģitācija norit uz plašsaziņas līdzekļa rēķina.³

2.4. Slēptā priekšvēlēšanu aģitācija – priekšvēlēšanu aģitācija, par kuru saņemta samaksa un kuras apmaksātājs (atlīdzības devējs) pretēji Priekšvēlēšanu aģitācijas likuma noteikumiem nav norādīts (PAL 1.panta 6.punkts). 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.

Slēptas priekšvēlēšanu aģitācijas pazīmju uzskaitījums nav izsmelošs un elektronisko plašsaziņas līdzekļu programmās, katru gadījumu izvērtējot individuāli, var tikt konstatētas arī citas slēptas priekšvēlēšanu aģitācijas pazīmes atbilstoši Padomes un KNAB kompetencei priekšvēlēšanu aģitācijas uzraudzības jomā.

³ Rīgas pilsētas Vidzemes priekšpilsētas tiesas 2018.gada 12.marta spriedums lietā Nr.1A30000518.

3. RAIDĪJUMU VADĪTĀJI UN DALĪBNIKĪ PRIEKŠVĒLĒŠANU AĢITĀCIJAS PERIODA LAIKĀ

Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likuma 25.pants noteic: *“Elektroniskie plašsaziņas līdzekļi uzņemas redakcionālo atbildību. Elektronisko plašsaziņas līdzekļu redakcionālā atbildība šā panta izpratnē ir efektīva kontrole gan attiecībā uz raidījumu izvēli, gan attiecībā uz to organizāciju programmās un katalogos. Šie noteikumi neattiecas uz programmu retranslāciju.”* Ņemot vērā tiesību normā noteikto, redakcionālās izvēles par raidījumu saturu, to vadītājiem, kā arī uzaicinātajiem viesiem pieņem elektroniskais plašsaziņas līdzeklis, tādējādi uzņemoties arī redakcionālo atbildību par raidījuma viesiem un raidījuma vadītāja profesionalitāti.

Pieņemot lēmumus priekšvēlēšanu aģitācijas periodā, elektronisko plašsaziņas līdzekļu redakcijām tie rūpīgi jāizvērtē. Izdarot redakcionālās izvēles, elektroniskajam plašsaziņas līdzeklim jāņem vērā normatīvajos aktos noteiktie ierobežojumi un pienākumi.

3.1.Priekšvēlēšanu aģitācijas likuma 12.panta sestajā daļā ir noteikts: *“Vēlēšanu dienā, kā arī 60 dienas pirms vēlēšanu dienas elektroniskajiem plašsaziņas līdzekļiem aizliegts izplatīt to personu vadītus raidījumus, sagatavotus komentārus, intervijas un reportāžas, kuras ir pieteiktas par deputātu kandidātiem vai pirms vēlēšanām publiski paziņojušas par savu līdzdalību kādas politiskās partijas, politisko partiju apvienības vai vēlētāju apvienības darbībā. Šīs personas var norīkot tādu pienākumu veikšanai, kuri nav saistīti ar tiešu piedalīšanos elektronisko plašsaziņas līdzekļu izplatītajās programmās. Ja tas nav iespējams, attiecīgajām personām var piešķirt atvaļinājumu. Ja Saeima ir atlaista vai atsaukta vai republikas pilsētas dome vai novada dome tiek atlaista, vai tiek izsludinātas atkārtotas vēlēšanas, šis ierobežojums attiecināms uz laika posmu no vēlēšanu izsludināšanas dienas līdz vēlēšanu dienai.”*

Tiesību norma nosaka elektroniskā plašsaziņas līdzekļa pienākumu savlaicīgi noskaidrot, vai kāds no elektroniskā plašsaziņas līdzekļa žurnālistiem vai citiem satura veidotājiem, kuru vadīto raidījumu vai sagatavoto komentāru, interviju vai reportāžu plānots izplatīt priekšvēlēšanu aģitācijas perioda laikā, publiski nav paziņojis par dalību kādā no politiskajiem spēkiem, kā arī sekot līdzī Politisko spēku iesniegtajiem deputātu kandidātu sarakstiem. Plānojot programmu, nepieciešamības gadījumā elektroniskā plašsaziņas līdzekļa vadība šādu informāciju var pieprasīt rakstiski.

3.2. Deputātu kandidāti vai publiski atpazīstami politisko spēku līderi, kuri satura veidošanas jomā nav darba tiesiskajās vai citās līgumiskajās attiecībās ar elektronisko plašsaziņas līdzekli, nedrīkst būt sporta, kultūras un citu notikumu komentētāji. Gadījumā, ja kāda notikuma komentēšanai izvēlēts tieši deputāta kandidāts vai publiski atpazīstams politiskā spēka līderis, šim lēmumam jābūt redakcionāli pamatotam, izvērtējot, kāpēc tieši šī persona ir visatbilstošākā

konkrētā notikuma komentēšanai. Nepieciešamības gadījumā elektroniskajam plašsaziņas līdzeklim jāspēj lēmums pamatot. Tāpat elektroniskā plašsaziņas līdzekļa pienākums ir izvērtēt, vai, gadījumā, ja atbilstošākais konkrētā notikuma komentētājs ir tieši deputāta kandidāts un tam nav iespējams atrast citu aizvietošanu, vai šo konkrēto raidījumu vai epizodi nav iespējams iekļaut programmā pēc priekšvēlēšanu aģitācijas perioda beigām.

Lemjot par konkrētā deputātu kandidāta vai publiski atpazīstama politiskā spēka līdera atspoguļošanu priekšvēlēšanu aģitācijas periodā, elektroniskajam plašsaziņas līdzeklim jāizvērtē šādi kritēriji:

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

3.3. Priekšvēlēšanu aģitācijas periodā tikai izņēmumu gadījumos ir pieļaujams intervēt deputātu kandidātus kā neitrālus ekspertus vai vērtētājus par tematiku, kas neskar vēlēšanu aktualitātes. Katram šādam atspoguļojumam jābūt pamatotam acīmredzamā sabiedriskā interesē, kā arī jābūt redakcionāli izsvērtam, vērtējot godīgas vēlēšanu konkurences nodrošināšanas vajadzību.

3.4. Elektroniskajiem plašsaziņas līdzekļiem jānodrošina samērīgs politisko spēku atspoguļojums programmā, tajā skaitā jānodrošina, ka raidījumos sistemātiski nepiedalās tikai viena vai dažu politisko spēku pārstāvji, tādējādi lielākoties atspoguļojot tieši konkrēto politisko spēku viedokļus, pozīcijas un palielinot šo politisko spēku vai deputātu kandidātu popularitāti (piemēram, mēneša ietvaros raidījumā piedalās viena un tā paša politiskā spēka pārstāvji vai viens un tas pats deputāta kandidāts u.tml. gadījumi).

3.5. Elektroniskajiem plašsaziņas līdzekļiem jānodrošina, lai raidījumos sistemātiski netiktu izvēlētas tieši tādas tēmas, kas pozitīvi vai negatīvi izceļ kādu konkrētu politisko spēku vai deputātu kandidātu (piemēram, raidījumu cikls, kur, piedaloties, ekspertiem, regulāri tiek kritizēti konkrēti politiskie spēki vai deputātu kandidāti.)

3.6. Priekšvēlēšanu aģitācijas perioda laikā deputātu kandidāti nedrīkst būt kulinārijas, sporta, izklaides vai tamlīdzīgu raidījumu dalībnieki (gatavojot, komentējot u.tml.). Izņēmuma gadījumos deputātu kandidāta piedalīšanās raidījumā ir pieļaujama, ja tam ir redakcionāls pamatojums, kas saistīts ar aktualitāti un kandidāta profesionālo darbību un šo dalībnieku nav iespējams aizstāt ar citu.

3.7. Raidījumu veidotājiem jānošķir deputātu kandidātu aktivitātes no šo pašu personu kā valsts amatpersonu (piemēram, ministru, pašvaldības vadītāju, Saeimas amatpersonu) aktivitātēm. Atkarībā no raidījuma konteksta attiecīgā persona jāpiesaka vai nu kā vēlēšanu kandidāts vai kā valsts amatpersona. Ja deputāta

kandidāts piedalās raidījumā kā amatpersona, raidījuma laikā nedrīkst tikt veikta priekšvēlēšanu aģitācija.

Lemjot par vēlēšanu kandidāta, kurš vienlaikus ir arī valsts amatpersona, atspoguļošanu priekšvēlēšanu aģitācijas periodā, elektroniskajam plašsaziņas līdzeklim jāizvērtē šādi kritēriji:

- sabiedriskā interese zināt attiecīgās amatpersonas viedokli vai rīcību;
- šīs amatpersonas iepriekšējā atspoguļojuma intensitāte attiecīgajā raidījumā, kā arī elektroniskā plašsaziņas līdzekļa programmā kopumā;
- nepieciešamība garantēt godīgus dažādu politisko spēku konkurences apstākļus priekšvēlēšanu aģitācijas periodā.

3.8. Diskusiju raidījumu ietvaros jānodrošina dažādu politisko spēku pārstāvju piedalīšanās.

3.9. Raidījumos ieteicams starp dalībniekiem iekļaut ne tikai dažādu politisko spēku pārstāvjus, bet arī neitrālus jomu ekspertus, tādējādi nodrošinot plašāku viedokļu daudzveidību (šis nosacījums neattiecas uz politiskajām debatēm). Gadījumā, ja raidījumā tiek atspoguļota tikai viena politiskā spēka nostāja, raidījumu cikla ietvaros jānodrošina arī citu politisko spēku atspoguļojums.

3.10. Ja priekšvēlēšanu aģitācijas periodā tiešraides intervijas vai diskusijas laikā kādam klāt neesošam deputāta kandidātam tiek izteikti jauni un būtiski pārmetumi, par kuru ticamību nav iespējams acumirkļī pārliecināties, attiecīgais elektroniskais plašsaziņas līdzeklis iespēju robežās nodrošina aizskartajai personai vai politiskajam spēkam tiesības uz atbildi kādā no tuvākajiem raidījumiem, nodrošinot atbildes izplatīšanu līdzvērtīgā raidlaikā.

3.11. Gadījumā, ja elektroniskā plašsaziņas līdzekļa žurnālists raidījuma laikā izplatījis nepatiesu informāciju par kādu deputātu kandidātu vai politisko spēku, šim deputātu kandidātam vai politiskajam spēkam ir tiesības pieprasīt nepatiesu ziņu atsaukšanu EPLL 51.pantā noteiktajā kārtībā. Elektroniskajam plašsaziņas līdzeklim nepatieso ziņu atsaukums jāizplata EPLL 51.panta trešajā daļā noteiktajā termiņā, bet ne vēlāk kā priekšvēlēšanu aģitācijas perioda pēdējā dienā.

3.12. Ziņu raidījumos, intervijās vai diskusijās ar partijām tieši nesaistītiem ekspertiem vai vērtētājiem, komentējot priekšvēlēšanu aģitācijas perioda politiskās norises, attiecīgā raidījuma veidotāji lūdz šiem ekspertiem apliecinājumu, ka viņiem attiecībā pret šo partiju nav interešu konfliktu: piemēram, viņi nav attiecīgās (vai konkurējošās) partijas biedri vai ka attiecīgā (vai konkurējošā) partija nav viņu komerciālais klients. Ja atklājas interešu konflikts, tad vērtētāja vai eksperta viedoklis var tikt iekļauts raidījumā tikai tad, ja tam ir skaidrs redakcionālais pamatojums un tiek nodrošināts, ka auditorijai tiek skaidri atklāta konfliktējošo interešu būtība.

- 3.13. Raidījuma vadītāju attieksmei pret dažādiem politiskajiem spēkiem un to pārstāvjiem raidījumos jābūt neitrālai. Elektroniskais plašsaziņas līdzeklis veido savu programmu, neizceļot kāda konkrēta politiskā spēka vai deputāta kandidāta viedokli un nostāju konkrētos jautājumos.
- 3.14. Raidījuma vadītājam profesionāli jāvada raidījums, neļaujot uzaicinātajiem dalībniekiem ietekmēt raidījuma gaitu. Vadītājam deputāta kandidātam jāuzdod konkrēti jautājumi, neļaujot deputāta kandidātam netraucēti izteikties, izvēlēties sarunas tēmu un virzību, tāpat raidījuma vadītājiem jāatturas uzdot jautājumus, kuri izceltu deputāta kandidāta personības pozitīvās iezīmes.
- 3.15. Raidījuma veidotājiem jāatturas sniegt auditorijai nepārbaudītu vai anonīmos avotos pamatotu informāciju, kurai varētu būt ietekme uz vēlēšanu rezultātiem.
- 3.16. Gadījumā, ja intervijā vai diskusijā raidījumā piedalās deputāta kandidāts, tad raidījuma vadītājam ir pienākums par to informēt arī raidījuma auditoriju.

4. VIZUĀLO ELEMENTU UN SIMBOLIKAS IEKĻAUŠANA RAIDĪJUMOS

- 4.1. Elektronisko plašsaziņas līdzekļu raidījumos ir atļauts iekļaut politisko spēku simboliku (dažādi priekšmeti ar politisko spēku logotipiem vai citu politiskā spēka atpazīstamības zīmi). Vizuālu elementu izvietošanai raidījumā jābūt redakcionāli attaisnojama un samērīgai – politisko spēku pārstāvjiem, kas piedalās konkrētajā raidījumā, jābūt vienlīdzīgām iespējām izvietot vizuālos elementus.
- 4.2. Vizuālu elementu izvietošana elektronisko plašsaziņas līdzekļu programmās nedrīkst būt pārmērīga.
- 4.3. Politisko spēku logo vai citu to vizuālu elementu iekļaušana raidījumā vai ar šī politiskā spēka saistīta notikuma atspoguļošana, ja tam nav tiešas saistības ar konkrētā raidījuma saturu vai arī tas ir tieši un nepārprotami veidots kāda politiskā spēka popularizēšanai, uzskatāma par slēptu priekšvēlēšanu aģitāciju.
- 4.4. Ar politiskajiem spēkiem saistītu vizuālu elementu demonstrēšana atļauta ziņu un informatīvo raidījumu ietvaros, demonstrējot sižetus par politisko spēku veiktu aģitāciju vai citām aktivitātēm.

5. INFORMĀCIJAS SNIEGŠANAS NOSACĪJUMI

- 5.1. Jebkura publiska darbība, kuras mērķis ir tieši vai netieši publiski popularizēt kādu politisko partiju, vai to apvienību un deputāta kandidātu, aicinot par to balsot, vai arī paužot negatīva rakstura informāciju, aicinot balsot pret kādu politisko partiju vai deputāta kandidātu ir uzskatāma par priekšvēlēšanu aģitāciju.
- 5.2. Elektroniskā plašsaziņas līdzekļa raidījums nedrīkst saturēt netiešu aicinājumu balsot “par” vai “pret” kādu politisko partiju, to apvienību vai deputātu kandidātu. Raidījumi redakcionāli veidojami neiekļaujot tādu informāciju, kas aicinātu auditoriju balsot par/preto kādu konkrētu politisko spēku (piemēram, zīlniece vai ekstrasensu pauž informāciju par konkrētiem deputātu kandidātiem vai laimīgajiem cipariem deputātu kandidātu sarakstos u.tml. darbības).
- 5.3. Elektroniskajiem plašsaziņas līdzekļiem jānodrošina raidījumu vadītāju un žurnālistu profesionāla darbība. Žurnālistam raidījuma viesim jāuzdod konkrēti jautājumi, nav pieļaujama situācija, kurā raidījuma vadītājs ļauj raidījuma viesim – gan deputātu kandidātam, gan ekspertam – netraucēti izteikties, izvēlēties sarunas tēmas un virzību. Tāpat jānodrošina, ka raidījuma vadītājs uzdod jautājumus tā, lai apzināti neizceltu deputāta kandidāta personības pozitīvās iezīmes.
- 5.4. Elektronisko plašsaziņas līdzekļu demonstrētajām ziņām jābūt objektīvām, nepaužot paša elektroniskā plašsaziņas līdzekļa vai tajā strādājoša žurnālista subjektīvu viedokli par tēmu.
- 5.5. Elektronisko plašsaziņas līdzekļu programmu un raidījumu saturu nedrīkst ietekmēt personas, kas elektroniskajā plašsaziņas līdzeklī izvietojusi priekšvēlēšanas aģitācijas materiālus, citus reklāmas materiālus vai veic sponsorēšanu.
- 5.6. Elektroniskajiem plašsaziņas līdzekļiem ieteicams nodrošināt vienlīdzīgu pozīcijas kandidātu, opozīcijas kandidātu un kandidātu no politiskajiem spēkiem, kas nav pārstāvēti attiecīgajā vēlētajā institūcijā (pašvaldības domē, Saeimā, Eiropas Parlamentā) atspoguļojumu.
- 5.7. Priekšvēlēšanu aģitācijas periodā, lemjot par to, vai atspoguļot kādu jaunu partijas vai politiskās amatpersonas iniciatīvu (piemēram, jauns likumprojekts Saeimā, partijas dalība pilsētas svētkos u.c.), elektroniskajam plašsaziņas līdzeklim jālīdzsvaro sabiedrības interese tik informētiem par šo iniciatīvu ar nepieciešamību nodrošināt godīgus dažādu partiju konkurences apstākļus priekšvēlēšanu aģitācijas periodā. Šādos gadījumos ieteicams informēt par, piemēram, vairāku politisko spēku un deputātu kandidātu viedokļiem par attiecīgo iniciatīvu, kā arī skaidra attiecīgās iniciatīvas konteksta izklāstīšana auditorijai.

5.8. Īpaši priekšvēlēšanu aģitācijas perioda laikā elektroniskajiem plašsaziņas līdzekļiem jānodrošina raidījumos viedokļu daudzveidība, lai auditorija, izvērtējot saņemto informāciju, varētu veidot patstāvīgu politisko nostāju. Raidījums uzskatāms par vienpusīgu, ja tajā nav atspoguļoti pušu viedokļi un nav mēģināts noskaidrot neitrālu ekspertu viedokli.

5.9. Atspoguļojot sabiedriskās domas aptauju rezultātus, it sevišķi par partiju vai amatpersonu popularitāti priekšvēlēšanu aģitācijas periodā, elektroniskajam plašsaziņas līdzeklim jāievēro šādi principi:

- ja ir šaubas par aptaujas metodoloģisko korektumu, redakcionāli jāizsver, vai pastāv pietiekama sabiedriskā interese attiecīgo aptauju publiskot;
- jāizvairās no sabiedriskās domas aptauju rezultātu sensacionalizēšanas – aptaujas rezultāti pēc iespējas jāatspoguļo kā daļa no tendences, nevis kā atsevišķi no konteksta atrauti skaitļi. Piemēram, partiju un amatpersonu popularitāte jāatspoguļo vismaz vairāku mēnešu griezumā, uzmanīgi izturoties pret popularitātes pieaugumu vai samazināšanos viena mēneša ietvaros.
- Auditorijai jāsniedz pietiekama informācija, lai vēlētajiem varētu novērtēt aptaujas rezultātu ticamību.

Pēc iespējas jāsniedz informācija par aptaujas veicēju un pasūtītāju, aptaujas izlasi (piemēram, 1004 Latvijas pilsoņi vai 545 ekonomiski aktīvie Latvijas pilsoņi), aptaujas veikšanas laiku (piemēram, 2021.gada maijs), aptaujā uzdoto jautājumu, aptaujas veikšanas metodi (piemēram, klātienē intervijas, telefonintervijas, intervijas internetā), par statistisko kļūdu (it sevišķi tad, ja aptauja ir partiju vai amatpersonu popularitātes reitingi).

5.10. Gadījumā, ja raidījuma laikā auditorijai ir iespēja piedalīties elektroniskā plašsaziņas līdzekļa organizētā aptaujā/balsojumā par politisko spēku vai deputātu kandidātu popularitāti vai iespējamajiem vēlēšanu rezultātiem, elektroniskajam plašsaziņas līdzeklim jānodrošina, ka auditorija tiek informēta, ka šīs aptaujas rezultāti nav uzskatāmi par reprezentatīviem un tie norāda tikai uz konkrētās aptaujas dalībnieku viedokli.

5.11. Vēlēšanu dienā likumā noteiktajā vēlēšanu norises laikā elektronisko plašsaziņas līdzekļu raidījumos aizliegts iekļaut sabiedriskās domas aptaujas rezultātus par politisko partiju, politisko partiju apvienību, vēlētajiem apvienību vai atsevišķu deputātu kandidātu popularitāti (PAL 12.panta ceturtā daļa).

5.12. Elektroniskie plašsaziņas līdzekļi, kuri nodrošina ārvalstu elektronisko plašsaziņas līdzekļu programmu retranslāciju Latvijā, līgumā ar attiecīgo ārvalstu elektronisko plašsaziņas līdzekli paredz noteikumu, ka priekšvēlēšanu aģitācijas periodā Latvijā retranslējamās programmās nedrīkst iekļaut aģitācijas materiālus par politiskajām partijām, to apvienībām un vēlētajiem apvienībām (PAL 13.pants). Ievērojot tiesību normā noteikto, elektroniskajiem plašsaziņas līdzekļiem

jānodrošina, ka retranslētajās televīzijas programmās netiek iekļautas priekšvēlēšanu aģitācijas reklāmas.