



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
2025.gada 24.aprīļa lēmumu Nr. 353/1-2

2025.GADA PAŠVALDĪBU VĒLĒŠANU PRIEKŠVĒLĒŠANU AĢITĀCIJAS PERIODA MONITORINGA II STARPZIŅOJUMS PAR PERIODU NO 2025.GADA 1.MARTA LĪDZ 31.MARTAM

IEVADS

2025.gada Pašvaldību vēlēšanas ir noteiktas 2025.gada 7.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 2025.gada Pašvaldību vēlēšanām ilgs no 2025.gada 8.februāra līdz 7.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

Priekšvēlēšanu aģitācijas perioda monitorings tiek veikts saskaņā ar 2025.gada 22.janvārī apstiprināto **“Nacionālās elektronisko plašsaziņas līdzekļu padomes darbības plāns 2025.gada pašvaldību 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”. Martā NEPLP rīkoja semināru par priekšvēlēšanu aģitācijas periodu tieši VSIA “Latvijas Sabiedriskais medijs” darbiniekiem par pienākumiem, veidojot un izplatot raidījumus priekšvēlēšanu aģitācijas perioda laikā, ņemot vērā normatīvajos aktos noteiktos nosacījumus un ierobežojumus sabiedriskajiem elektroniskajiem plašsaziņas līdzekļiem.

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 2025.gada 1.marta līdz 31.martam dažādu elektronisko plašsaziņas līdzekļu programmās un pakalpojumos monitorētas ne mazāk kā 2100 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”, “Radio SWH LV”, “STAR FM”, “Radio Skonto”, “Eiropas Hītu Radio”, “Radio Melodija”, “Divu krastu radio”, “Kurzemes radio”, “Autoradio Latvija”, “Radio Tev”, “Radio Rēzekne”, “Mix FM”, “Radio 1”, “TOP Radio”, “Retro FM” un “Radio Marija Latvija”, 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.

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 (1.marts – 31.marts) kopumā galvenokārt bijis saistīts ar Saeimas vai Ministru kabineta darbu, ģeopolitisko situāciju Pasaulē, jautājumiem saistībā ar izstāšanos no Otavas konvencijas, Korupcijas apkarošanas un novēršanas biroja veikto pārbaudi par partijas “Latvija pirmajā vietā” iespējamu neatļautu labumu pieņemšanu no Ķīnas vēstniecības Latvijā, kā arī par valsts tēriņu un birokrātijas samazināšanu. 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, radio programmu ietvaros marta mēnesī nav izvietoti atsevišķi īpaši vēlēšanām veidoti raidījumi un priekšvēlēšanu debates.

Saistībā ar gaidāmajām Pašvaldību vēlēšanām marta mēnesī sniegta informācija par to, cik partijas ir iesniegušas savus deputātu kandidātu sarakstus pašvaldību vēlēšanām, par kandidātiem un dažādu politisko spēku apvienošanās. 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. NEPLP nav konstatējis sludinājumus par tikšanos ar vēlētājiem.

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 komerčiālo televīzijas programmu monitorings: “ReTV”, “TV3”, “TV 24”, “STVPirmā!”, “360 TV”, “LRT+”, “TV4”, “Vidusdaugavas televīzija”, “TV6”, “TV3 Life” un “TV Jūrmala”, taču izlases kārtībā tika veikts arī citu televīzijas programmu monitorings.

Monitoringa dati rāda, 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 novērojuma 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 komerčiālo televīzijas programmu ēterā plaši izskanējušas saistībā ar valsts aizsardzības jautājumiem, drošības stiprināšanu, animācijas filmas “Straume” panākumiem.

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”, “Dienas personība”, “Naudas cena”, “Globuss”, “Kur tas suns aprakts”, “TV24 svarīgākais 3 minūtēs”, “Kārtības rullis” un “Rīga gatava?” Raidījumā “Kārtības rullis” lielākoties viesi ir šī brīža Saeimas deputāti, ministri, kā arī dažādu jomu eksperti. Raidījuma saturs ir par aktuālajām tēmām valstī un sabiedrībā, piemēram, saistībā ar drošības jautājumiem, valdības “restartu” un ASV prezidenta Trampa izteikumiem un darbībām. Raidījuma vadītājs informē skatītājus par viesiem, kas ir ieradusies, viņu amatiem un politiskajiem spēkiem, kurus viesi pārstāv. Raidījuma viesi uz vadītāja jautājumiem atbild pēc būtības, vadītājs kontrolē sarunas gaitu un ļauj izteikties visiem. Atsevišķos komerčiālo televīziju raidījumos tiek sniegta informācija arī par politisko spēku

reitingiem, tomēr nav konstatējams, ka kāds politiskais spēks tiktu īpaši pozitīvi vai negatīvi izcelts.

Saistībā ar gaidāmajām pašvaldību vēlēšanām marta mēnesī sniegta informācija par to, cik partijas ir iesniegušas savus deputātu kandidātu sarakstus pašvaldību vēlēšanām, kā arī par to, kuri politiskie spēki kandidēs visvairāk pašvaldībās.

Televīzijas programma “TV24” saistībā ar pašvaldību vēlēšanām marta mēnesī turpina izplatīt speciāli veidotu raidījumu “Rīga gatava?”, kur tiek aicināti dažādi politiķi, kuri jau strādā Rīgas domē un tie, kuri gatavojas to darīt, kā arī eksperti. Raidījums tiek pozicionēts kā priekšvēlēšanu debates un raidījumos tiek apskatīti aktuālie problēmjautājumi saistībā ar Rīgas domes darbu. Tāpat programmā “TV24” viens no izplatītajiem raidījumiem “Nacionālo interešu klubs” marta mēnesī tika veltīts diskusijai par pašvaldību vēlēšanu sistēmu Latvijā, kurā piedalījās politikas eksperti un Saeimas deputāts, kas analizēja to, vai vajadzētu mainīt vēlēšanu sistēmu Latvijā un kāda būtu labākā vēlēšanu sistēma priekš Latvijas.

No iepriekš minētā izriet, ka jau 2025.gada marta mēnesī komerciālajā televīzijas programmā “TV24” tika izvietoti diskusiju raidījumi, kuri speciāli veidoti, lai informētu skatītājus par Pašvaldību vēlēšanām vispār, kā arī konkrēti par Rīgas pašvaldību, kurā skatītāji tiek iepazīstināti ar šī brīža Rīgas domes deputātiem un potenciālajiem deputātu kandidātiem.

Vienlaikus NEPLP ir novērojusi, ka atsevišķu televīzijas programmu ietvaros priekšvēlēšanu aģitācijas perioda laikā 2025.gada 1.marta līdz 31.martam 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.

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 “Global Entertainment” pakalpojumam “Latvijas ziņas”, SIA “MEDIATRIMS” pakalpojumam “Grani Video” un SIA “Masu mediju grupa” pakalpojumam “BB.LV”, 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”, “Spried ar Delfi”, “Kāpēc”, kā arī raidījumu cikls “Tiešais ēters ar domi” un “Preses klubs”. Priekšvēlēšanu aģitācijas perioda laikā raidījumā tiek atspoguļota informācija par Saeimas, Ministru Kabineta un pašvaldību politiskajām un saimnieciskajām aktivitātēm, notikumiem pasaulē un Latvijā. Vienlaikus secināms, ka atsevišķos raidījumos, piemēram, raidījumā “Latvijas Ziņas. 200 sekundes” raidījumu vadītāji nepiemin konkrētus politiķus un partijas pieminēšanas, piemēram, ziņojot par Saeimas darbu kopumā, nevis izceļot konkrētas personības vai partijas. Tāpat NEPLP ir konstatējusi, ka SIA “MEDIATRIMS” audiovizuālajā pakalpojumā pēc pieprasījuma “Grani Video” tiek izplatīti SIA “MEDIATRIMS” izplatītās televīzijas programmas “LRT+” raidījumi, piemēram, raidījumu cikls “Preses klubs”, kurā kā raidījumu viesi tiek aicināti arī Daugavpils domes deputāti un tiek diskutēts par ikdienas pienākumiem, neveiksmēm un paveikto līdzšinējā deputāta amatā un /vai savu redzējumu par Daugavpils attīstības iespējām un arī raidījumu cikls “Tiešais ēters ar domi”, kuros kā raidījumu viesi tiek aicināti Daugavpils domes dažādu nodaļu vadītāji, kuri informē par aktualitātēm Daugavpilī.

Saistībā ar pašvaldību vēlēšanām SIA “Global Entertainment” pakalpojumā “Latvijas ziņas” tiek izplatīta informācija par to, cik partiju un partiju apvienību ir iesniegušas savus deputātu kandidātu sarakstus pašvaldību vēlēšanām.

Kopumā nav konstatēts, ka kāds politiskais spēks raidījumu ietvaros būtu īpaši izcelts pozitīvā vai negatīvā aspektā.

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 sabiedriskā elektroniskā plašsaziņas līdzekļa 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 sabiedriskajam elektroniskajam plašsaziņas līdzeklim, veidojot tā radio un televīzijas programmas un pakalpojumus. Aģitācijas perioda laikā tika veikts gan sabiedriskā elektroniskā plašsaziņas līdzekļa programmu, gan pakalpojuma pēc pieprasījuma monitorings.

Kopumā sabiedriskā elektroniskā plašsaziņas līdzekļa 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. 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 Sabiedriskais medijs” programmās par laika periodu no 2025.gada 1.marta līdz 31.martam, 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 kā arī valsts aizsardzības jautājumiem. Netiek veidoti atsevišķi diskusiju raidījumi, kuros piedalītos politisko spēku pārstāvji un netiek veidotas intervijas ar pašvaldību deputātu kandidātiem, kurās šie deputātu kandidāti iepazīstina klausītājus ar sevi un ar to, ko vēlas sasniegt darbā attiecīgajā pašvaldībā. Tai pat laikā programmā “Latvijas Radio 1” raidījuma “Pēcpusdiena” no marta mēneša tika iekļauta speciāla rubrika, kurā tiks analizēts 15 pašvaldību darbs, vērtējot to, kas ir izdarīts un kas nav izdarīts, piemēram, marta mēnesī tika analizēta Talsu novada pašvaldība, Ogres novada pašvaldība, Bauskas novada pašvaldība un Valmieras novada pašvaldība. Tāpat programmā

“Latvijas Radio 1” vienā no raidījuma “Atvērtie faili” epizodēm tiek apskatīta Daugavpils pašvaldība un tas, kādi politiskie spēki pretendēs uz varu Daugavpilī šajās pašvaldību vēlēšanās. Programmā “Latvijas Radio 1” izvietotā informācija un aktualitātes, kas saistītas ar politisko darbību atspoguļotas Ziņās un tādos informatīvos raidījumos kā “Labrīt!”, “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”, “Sīkāka informācija”, “Dienas notikumu apskats” un “Atvērta saruna”. Tāpat programmā “Latvijas Radio 4 - Doma laukums” no marta mēneša vairākos “Doma laukums” raidījumos tiek veidotas rubrikas saistībā ar pašvaldību vēlēšanām, piemēram par Ogres novadu, Daugavpili, kurās tiek analizēts attiecīgās pašvaldības darbs un iespējamās izmaiņas pēc vēlēšanām. Programmā “LTV1” izvietotā informācija un aktualitātes, kas 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”.

Nemot vērā sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu programmu veidošanas uzdevumus un standartus, konstatējams, ka sabiedrisko mediju saturā ir izvērstāka un padziļinātāka aktualitāšu, tostarp politisko aktualitāšu, analīze. Sabiedriskais medijs, izmantojot ziņu dienesta resursus, veicot notikumu izpēti un analīzi, nepaļaujas uz ziņu aģentūru radīto saturu, mazina ziņu aģentūru ietekmi uz mediju darba kārtību un saturu, kas nonāk līdz iedzīvotājiem, nodrošinot alternatīvu notikumu atspoguļojumu. Tādās sabiedriskā elektroniskā 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.

IV. SECINĀJUMI

NEPLP konstatē, ka politisko spēku aktivitāte otrajā aģitācijas perioda mēnesī, salīdzinot ar pirmo, ir 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 Sabiedriskais medijs”, AS

“TV Latvija”, SIA All Media Latvia, AS “Radio SWH”. Savukārt visbiežāk pieminētie politiskie spēki – “Jaunā Vienotība”, “Progresīvie” un “Zaļo un Zemnieku savienība”.

Kopumā periodā no 2025.gada 1.marta līdz 31.martam 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, aizliegumu valsts pārvaldē nodarbinātajiem izbraukt uz Krieviju un Baltkrieviju, par lauksaimniecības produkcijas importa aizliegumu no agresorvalstīm termiņa pagarināšanu, valsts robežu stiprināšana un birokrātijas mazināšana valsts pārvaldē. Programmās izvietoti ziņu raidījumi, kuros bieži iekļautas intervijas. 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.

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 administratīvā pārkāpuma procesu un pieprasījusi elektroniskajam plašsaziņas līdzeklim sniegt paskaidrojumus. Tai pat laikā NEPLP marta mēnesī nav 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*