



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 3. jūlija lēmumu Nr. 471/1-2

2025.GADA PAŠVALDĪBU VĒLĒŠANU PRIEKŠVĒLĒŠANU AĢITĀCIJAS PERIODA NOSLĒGUMA MONITORINGA ZIŅOJUMS

IEVADS

2025.gada Pašvaldību vēlēšanas bija 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 ilga no 2025.gada 8.februāra līdz 7.jūnijam. Šī perioda laikā un attiecībā uz šajā periodā demonstrēto saturu bija 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, godīgas vēlēšanu konkurences nodrošināšanu elektronisko plašsaziņas līdzekļu programmās un pakalpojumos.

I. ELEKTRONISKO PLAŠSAZIŅAS LĪDZEKĻU MONITORINGS

Priekšvēlēšanu aģitācijas perioda monitorings tika 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 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. Tāpat NEPLP sadarbojas ar Valsts kanceleju un Nacionālo informācijas aģentūru “LETA”. Savukārt 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.

Visu priekšvēlēšanu aģitācijas periodu 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 politiskajiem spēkiem. Attiecībā uz audiovizuālo pakalpojumu pēc pieprasījuma sniedzēju monitoringu tika izmantots katra audiovizuālā pakalpojuma pēc pieprasījuma sniedzēja izveidotais raidījumu katalogs. Kopumā laika periodā no 2025.gada 1.maija līdz 7.jūnijam dažādu elektronisko plašsaziņas līdzekļu programmās un pakalpojumos monitorētas ne mazāk kā 3800 satura vienības, bet visā priekšvēlēšanu aģitācijas periodā kopumā – ne mazāk kā 9600 satura vienības.

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.

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. Tāpat, ņemot vērā, ka pašvaldību vēlēšanās tiek ievēlētas vietējās pašvaldību domes, īpaša uzmanība tika pievērsta vietējām un reģionālajām radio programmām. Priekšvēlēšanu aģitācijas periodā lielākoties monitorētas šādas komerciālo elektronisko plašsaziņas līdzekļu radio programmas: “Radio SWH”, “Radio SWH LV”, “STAR FM”, “Radio Skonto”, “Eiropas Hitu 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 ceturtajā mēnesī (1.maijs– 7.jūnijs) kopumā galvenokārt bijis saistīts ar Saeimas vai Ministru kabineta darbu, ģeopolitisko situāciju pasaulē, saistībā ar to, ka partija “Saskaņa” vēršas Eiropas Cilvēktiesību tiesā par krievu valodas lietošanas aizliegumu vēlēšanu laikā, deputāts A. Rosļikovs par nepiedienīga žesta parādīšanu un komentāriem tiek izraidīts no Saeimas sēžu zāles, Vecrīga kļuvusi par elektroauto bezmaksas stāvlaukumu kā arī, ka Latvijas prezidents mudina Latvijas pilsoņus piedalīties pašvaldību vēlēšanās. Bet kopumā visā priekšvēlēšanu aģitācijas periodā lielākoties 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.

Saistībā ar Pašvaldību vēlēšanām komerciālajā radio programmā “Radio SWH” maija un jūnija mēnešos tika turpināts vēlēšanu tematikai veltīts raidījumu cikls “Mēru laiks”, kurā tika vērtēts deviņu pašvaldību darbs, tas ir, kas ir izdarīts vai nav izdarīts katrā no pašvaldībām iepriekšējos četros gados un tiek noskaidrots, kurā virzienā tām būtu jāvirzās nākamajos četros

gados. Maija mēnesī raidījumos tika apskatītas Cēsu novada, Liepājas un Rīgas pašvaldības. Tādējādi 2025.gada maija un jūnija mēnešos komerciālajā radio programmā “Radio SWH” tika izvietoti diskusiju raidījumi, kuri ir speciāli veidoti pašvaldību vēlēšanām, lai informētu klausītājus par deviņām dažādām Latvijas pašvaldībām, kuros klausītāji tiek iepazīstināti ar to, kas attiecīgajā pašvaldībā ir izdarīts vai nav izdarīts un to, kādi ir partiju plāni nākamajiem četriem gadiem.

Arī radio programmā “Kurzemes Radio” tika izplatīts vēlēšanu tematikai speciāli veidots priekšvēlēšanu debašu raidījumu cikls “Bez liekām frāzēm” par visām Kurzemes pašvaldībām un daļu no Zemgales pašvaldībām. Raidījuma formāts ir tāds, ka katrā raidījumā piedalās vienā pašvaldībā pieteikto partiju sarakstu līderi, kuri iepazīstina ar sevi un savas partijas programmu, kā arī norisinās diskusija par padarīto iepriekšējos četros gados un iespējamiem darbiem nākamajos četros gados. Raidījumos tika apskatītas tādas pašvaldības kā Ventspils, Liepājas un Jelgavas valstspilsētas, kā arī Talsu, Dienvidkurzemes un Tukuma novada pašvaldības.

Tāpat konstatēts, ka radio programmā “StarFM” tika izvietota reklāma, kas aicina klausītājus pievienoties televīzijas programmas “TV3” vēlēšanu tematikai veltīto raidījumu speciālizlaidumiem, vienlaikus aicinot klausītājus piedalīties gaidāmajās pašvaldību vēlēšanās.

Saistībā ar pašvaldību vēlēšanām maija un jūnija mēnešos komerciālajās radio programmās tika sniegta informācija par to, cik partijas ir iesniegušas savus deputātu kandidātu sarakstus pašvaldību vēlēšanām, cik deputātu kandidāti no pašvaldību vēlēšanu deputātu kandidātu sarakstiem ir izsvītroti dēļ nepatiesas informācijas sniegšanas un sodāmības, kā arī par to, cik liels ir iepriekšējā balsošanā nobalsojušo vēlētāju skaits. 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 tika izvietota apmaksāta priekšvēlēšanu aģitācija, taču aģitācijas apmaksātāji ir norādīti, kā arī apmaksāti priekšvēlēšanu aģitācijas materiāli programmās netika izvietoti laikā, kad normatīvais regulējums liedz šādu materiālu izvietošanu. Vairākās radio programmās izvietoti sludinājumi par tikšanos ar vēlētājiem, tādējādi komerciālie elektroniskie plašsaziņas līdzekļi ir viens no informācijas avotiem, kas palīdz sabiedrībai uzzināt informāciju par to, kur un kad iespējams tikties ar politisko spēku pārstāvjiem un deputātu kandidātiem.

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 informatīva rakstura raidījumi, kuros atspoguļota jaunākā informācija un politiskās aktualitātes. Tāpat, ņemot vērā, ka pašvaldību vēlēšanās tiek ievēlētas vietējās pašvaldību domes, īpaša uzmanība tika pievērsta vietējām un reģionālajām televīzijas programmām. Priekšvēlēšanu aģitācijas periodā galvenokārt tika veikts šādu komerciālo 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 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 ir novērojama plašāka atspoguļoto notikumu analīze, iesaistot dažādus viedokļu paudējus, tostarp nozaru ekspertus, nevalstisko organizāciju pārstāvjus u.tml. Līdz ar to pretēji novērotajai tendencei radio programmu saturā, televīzijas raidījumu veidotāji mazina ziņu aģentūru ietekmi uz mediju darba kārtību un saturu, kas nonāk līdz auditorijai.

Informācija saistībā ar politiskajiem spēkiem un to pārstāvju viedokļi, politisko spēku nostājas komerciālo televīzijas programmu ēterā plaši izskanējušas saistībā ar valsts aizsardzības jautājumiem, drošības stiprināšanu, par iespējamo Viedās administrācijas un reģionālās attīstības ministrijas, Klimata un enerģētikas ministrijas un Iekšlietu ministrijas apvienošanu, par pārkāpumiem Centrālās vēlēšanu komisijas darbā un par jaunām sankcijām Krievijai.

Komerčiālo televīziju 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”, “Nacionālo interešu klubs”, “Dienas personība”, “Globuss”, “Kur tas suns aprakts”, “TV24 svarīgākais 3 minūtēs”, “Kārtības rullis” un “Rīga gatava?” Raidījumā “Kārtības rullis” lielākoties raidījuma viesi bija šī brīža Saeimas deputāti, ministri, kā arī dažādu jomu eksperti. Raidījuma saturs ir par aktuālajām tēmām valstī un sabiedrībā, piemēram, saistībā ar drošības jautājumiem un veselības aprūpi Latvijā. Raidījuma vadītājs informē skatītājus par viesiem, kas ir ieradušies, 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 komerciālo televīziju raidījumos tika sniegta informācija arī par politisko spēku reitingiem, tomēr netika konstatēts, ka kāds politiskais spēks tiktu īpaši pozitīvi vai negatīvi izcelts.

Saistībā pašvaldību vēlēšanām maija un jūnija mēnešos tika sniegta informācija par to, cik partijas ir iesniegušas savus deputātu kandidātu sarakstus pašvaldību vēlēšanām, cik deputātu kandidāti ir izslēgti no pašvaldību vēlēšanu deputātu kandidātu sarakstiem par nepatiesas informācijas sniegšanu un sodāmību, kā arī par to, kuri politiskie spēki kandidēja visvairāk pašvaldībās.

Televīzijas programma "TV24" saistībā ar pašvaldību vēlēšanām maija un jūnija mēnešos turpināja izplatīt speciāli veidotu raidījumu "Rīga gatava?", kur tika 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, jautājumos, kas saistīti ar Rail Baltic projekta ietekmi uz Rīgas infrastruktūru, ekonomiku un demogrāfiju Rīgā, kā arī institucionālo sadarbību un sociālo nevienlīdzību. Jāatzīmē arī, ka pēdējos trīs šī raidījuma cikla raidījumos piedalījās populārāko politisko spēku līderi, kas tika izvēlēti, ņemot vērā SKDS aptauju rezultātus. Raidījuma sākumā katram dalībniekam tika dots laiks viena minūte, lai pavēstītu, ko viņš, kā deputāta kandidāts paveiks, ja kļūs par Rīgas mēru un pēc tam uzaicinātie raidījuma viesi diskutēja par tēmu ekonomiskā situācija un labklājība Rīgā.

Tāpat NEPLP ir konstatējusi, ka programmā "TV 3" raidījumā "900 sekundes" no maija mēneša tika izveidota interviju sērija "Prāta labirints – Rīgas mērs", kurā astoņiem populārākajiem Rīgas mēra amata kandidātiem tiek uzdoti gandrīz 70 (septiņdesmit) jautājumi, ar mērķi izzināt Rīgas mēru kandidātu vērtības, dzīves redzējumu un sapņus. Šajās Rīgas mēru kandidātu intervijās tiek intervēti Oļegs Burovs, Regīna Ločmele, Vilnis Ķirsis, Viesturs Kleinbergs, Ainārs Šlesers, Jūlija Stepaņenko, Edvards Ratnieks un Aleksejs Rošļikovs.

Tādējādi secināms, ka 2025.gada maija un jūnija mēnešos komerciālajā televīzijas programmā "TV24" tika izvietoti diskusiju raidījumi, kuri speciāli veidoti, lai informētu skatītājus par Rīgas pašvaldību, kurā skatītāji tiek iepazīstināti ar šī brīža Rīgas domes deputātiem un potenciālajiem deputātu kandidātiem, savukārt komerciālajā televīzijas programmā "TV3" tika izvietota interviju sērija, kurā tiek intervēti astoņi populārākie Rīgas mēra amata kandidāti.

Arī televīzijas programmā "RETV" maija mēnesī raidījumā "Nedēļa Latvijā" tika izplatīts sižetu cikls, kur reģionu iedzīvotāji sniedza intervijas par nepieciešamību piedalīties gaidāmajās pašvaldību vēlēšanās, kā arī par to, vai paši dosies balsot. Sižetu nosaukumi –

“Rēzeknes novads pirms pašvaldību vēlēšanām”, “Noskaņojums pirms vēlēšanām Talsu novadā”, “Pirmsvēlēšanu gaisotne Ludzas novadā” un citi.

Vienlaikus NEPLP ir novērojusi, ka atsevišķu televīzijas programmu ietvaros priekšvēlēšanu aģitācijas perioda laikā 2025.gada 1.maija līdz 7.jūnijam 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.

3. Audiovizuāli pakalpojumi pēc pieprasījuma

Audiovizuālu pakalpojumu pēc pieprasījuma monitorings, tāpat kā televīzijas un radio programmu monitorings, tika veikts izlases veidā. Īpaša uzmanība tika pievērsta tādiem audiovizuāliem pakalpojumiem pēc pieprasījuma kā AS “Delfi” pakalpojumam “Delfi TV”, SIA “Global Entertainment” pakalpojumam “Latvijas ziņas” un SIA “MEDIATRIMS” pakalpojumam “Grani Video”, 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, raidījumos “Latvijas Ziņas. 200 sekundes”, “Spried ar Delfi”, “Kāpēc”, kā arī raidījumu ciklā “Tiešais ēters ar domi”. 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 AS “Delfi” pakalpojumā “Delfi TV” maija mēnesī divi no raidījumiem “Kāpēc” tika veidoti kā Rīgas mēra amata kandidātu debates un pieci no raidījumiem “Spried ar Delfi” tika veidoti kā priekšvēlēšanu debates Ogres novadā, Jēkabpils novadā, Liepājā un Daugavpilī pieteiktajiem deputātu kandidātiem. Vienlaikus AS “Delfi” pakalpojumā “Delfi TV” vienā no raidījumiem “Kāpēc” piedalījās politikas eksperti un tajā tika diskutēts par solījumiem, priekšvēlēšanu kampaņu un diskusiju kvalitāti, iedzīvotāju gaidām un sāpīgākajām vēletāju dilemmām.

Saistībā ar pašvaldību vēlēšanām SIA “Global Entertainment” pakalpojumā “Latvijas ziņas” tika izplatīta informācija par to, cik deputātu kandidāti ir izsvītroti no partiju sarakstiem un to, ka galvenais iemesls tam ir nepatiesu ziņu sniegšana, kā arī tiek sniegta informācija par to, kad notiks pašvaldību vēlēšanas.

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 un pieņemt lēmumus demokrātiskos procesos. Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu un to pārvaldības likuma 3.panta ceturrtā daļa noteic: *“Sabiedriskie elektroniskie plašsaziņas līdzekļi nodrošina viedokļu daudzveidību un savā darbībā ievēro objektivitāti, pienācīgu precizitāti un neitralitāti.”* Savukārt šī panta pirmā daļa noteic, ka *“sabiedriskie elektroniskie plašsaziņas līdzekļi ir brīvi no politiskās, ekonomiskās, 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 sabiedriskā elektroniskā plašsaziņas līdzekļa programmu 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 aģitācijas perioda monitoringu un izplatītā satura analīzi VSIA “Latvijas Sabiedriskais medijs” programmās par laika periodu no 2025.gada 1.maija līdz 7.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 tikušas demonstrētas intervijas ar esošajiem ministriem attiecībā uz aktualitātēm, valdības lēmumiem, kā arī valsts aizsardzības jautājumiem. Tika veidoti atsevišķi diskusiju raidījumi, kuros piedalījās politisko spēku pārstāvji. Saistībā ar pašvaldību vēlēšanām programmā “Latvijas Radio 1” raidījuma “Pēcpusdiena” maija un jūnija mēnešos tika turpināta speciāla rubrika “Pašvaldību vēlēšanas 2025”, kurā tiek analizēts 15 pašvaldību darbs, vērtējot to, kas ir izdarīts un kas nav izdarīts, piemēram, maija un jūnija mēnešos tika analizēta Rīga, Dobeles novads, Alūksnes novads, Valmieras novads un Jūrmala. Jāatzīmē arī, ka maija mēnesī programmā “Latvijas Radio 1” vienā no raidījumiem “Pusdiena” tika veidota saruna ar ekspertiem par iedzīvotāju pasivitāti vēlēšanās. Tāpat programmā “Latvijas Radio 1” jūnija mēnesī divi no raidījumiem “Krustpunktā” tika veltīti Rīgas mēra amata kandidātu debatēm. Programmā “Latvijas Radio 1” izvietotā informācija un aktualitātes, kas saistītas ar politisko darbību, atspoguļotas ziņu raidījumos 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 ziņu raidījumos un tādos informatīvos raidījumos kā “Doma laukums”, “Sīkāka informācija”, “Dienas notikumu apskats” un “Atvērtā saruna”. Tāpat programmā “Latvijas Radio 4 - Doma laukums” raidījumā “Atvērtā saruna” maija un jūnija mēnesī raidījumā “Atvērtā saruna” tika veidots raidījumu cikls speciāli pašvaldību vēlēšanām, kurā tika apskatītas tādas pašvaldības kā Rīga, Rēzekne, Liepāja, Daugavpils. Raidījumos piedalījās vairāki eksperti, kas ir saistīti ar konkrēto pašvaldību un šajos raidījumos notika diskusija par to, kāda ir politiskā, ekonomiskā un sociālā situācija attiecīgajā pašvaldībā un kādi politiskie spēki piedalīsies pašvaldību vēlēšanas un kas varētu mainīties, ja attiecīgajā pašvaldībā tiks ievēlēti citi politiskie spēki. Jāatzīmē arī, ka

vienā no programmas “Latvijas Radio 4 - Doma laukums” raidījumiem “Atvērtā saruna” tika veidota diskusija par tēmu “Ēdienkarte krievvalodīgajam vēlētājam”, kurā notika diskusija par to, vai šobrīd pastāv tāds “krievvalodīgais vēlētājs” jeb vienots krievvalodīgo vēlētāju elektorāts un etniskā balsošana.

Programmā “LTV1” izvietotā informācija un aktualitātes, kas saistītas ar politisko darbību, atspoguļotas ziņu raidījumos un tādos informatīvos raidījumos kā “Rīta Panorāma”, “Panorāma”, “Kas notiek Latvijā”, “Šodienas jautājums”, “Aktuālā intervija 1:1” un “De facto”. Saistībā ar pašvaldību vēlēšanām programmā “LTV1” raidījuma “Panorāma” un “Dienas ziņas” ietvaros tika turpināta sižetu sērija “Izvēlies nākotni” par katru novadu un valstspilsētu. Sižetu sērijā “Izvēlies nākotni” tika vērtēts visu pašvaldību darbs aizvadītajos četros gados, ņemot vērā arī strīdīgo administratīvi teritoriālo reformu, kā arī tiek atspoguļotas iedzīvotāju vēlmes. Maija un jūnija mēnešos tika veidoti sižeti par tādām pašvaldībām kā, piemēram, Limbažu novads, Jūrmala, Daugavpils, Valmieras novads un Rēzekne. Tāpat programmā “LTV1” raidījuma “Izvēlies nākotni” ietvaros maija un jūnija mēnešos tika veidoti arī priekšvēlēšanu debašu raidījumi par visām Latvijas pašvaldībām. Katrs raidījums bija veltīts vienai pašvaldībai un tajā piedalījās attiecīgajā pašvaldībā pieteikto politisko partiju un apvienību deleģēti pārstāvji. Raidījumos tika diskutēts par to, kas ir vai nav izdarīts attiecīgajā pašvaldībā iepriekšējos četros gados un kādi tiek plānoti iespējamie darbi nākamajos četros gados.

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. Sabiedriskais medijs, 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 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. Kopumā secināms, ka, salīdzinot ar pirmajiem priekšvēlēšanu aģitācijas mēnešiem, maijā un jūnijā sabiedriskā elektroniskā plašsaziņas līdzekļa programmā ievērojami pieaudzis tāda satura, kas saistīts ar pašvaldību vēlēšanām, īpatsvars. Tādējādi sabiedriskais medijs sniedzis daudzveidīgu informāciju par dažādās pašvaldībās iesniegtajiem deputātu kandidātu sarakstiem un šo kandidātu plāniem attiecībā uz pašvaldībās veicamajiem darbiem.

IV. SECINĀJUMI

NEPLP konstatē, ka politisko spēku aktivitāte ceturtajā aģitācijas perioda mēnesī, salīdzinot ar iepriekšējo priekšvēlēšanu aģitācijas periodu, ir būtiski palielinājusies. Tomēr daļa politisko spēku savas priekšvēlēšanu kampaņas aktīvi veic arī 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 priekšvēlēšanu aģitācijas periodā kopumā visaktīvāk nodrošinājuši politisko aktualitāšu atspoguļojumu un politiķu līdzdalību raidījumos ir VSIA “Latvijas Sabiedriskais medijs”, AS “TV Latvija”, SIA All Media Latvia, SIA “Re MEDIA”, AS “Radio SWH”. Savukārt visbiežāk pieminētie politiskie spēki – “Jaunā VIENOTĪBA”, “Nacionālā apvienība”, “LATVIJA PIRMAJĀ VIETĀ” un “Zaļo un zemnieku savienība”.

Kopumā periodā no 2025.gada 1.maija līdz 7.jūnijam 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, par potenciālu Viedās administrācijas un reģionālās attīstības ministrijas, Klimata un enerģētikas ministrijas un Iekšlietu ministrijas apvienošanu, par pārkāpumiem Centrālās vēlēšanu komisijas darbā, par to, ka partija “Saskaņa” vērsas Eiropas Cilvēktiesību tiesā par krievu valodas lietošanas aizliegumu vēlēšanu laikā, kā arī par to, ka deputāts A. Rošļikovs par nepiedienīga žesta parādīšanu un komentāriem tiek izraidīts no Saeimas sēžu zāles. Programmās izvietoti ziņu raidījumi, kuros bieži iekļautas intervijas, tajā skaitā ar deputātu kandidātiem. Cita starpā viedokļi 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 tikusi izvietota atbilstoši normatīvajos aktos noteiktajam.

NEPLP elektronisko plašsaziņas līdzekļu darbībā ceturtajā priekšvēlēšanu aģitācijas perioda mēnesī nav konstatējusi Priekšvēlēšanu aģitācijas likuma pārkāpumus. Vienlaikus

NEPLP maija un jūnija mēnešos ir saņēmusi iedzīvotāju sūdzības par iespējamiem priekšvēlēšanu aģitācijas pārkāpumiem, sūdzības lielākoties saistītas ar deputātu kandidātu paziņojumiem par tikšanos ar vēlētājiem, kuri cita starpā izvietoti arī sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu programmās un šķietami vērtējami kā apmaksāta reklāma, tomēr tie atbilst normatīvajā regulējumā noteiktajiem izņēmumiem un leģitīmi izvietojami sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu programmās vai pakalpojumos. Kopumā priekšvēlēšanu aģitācijas periods elektronisko plašsaziņas līdzekļu programmās, īpaši tuvojoties pašvaldību vēlēšanu dienai, atspoguļots daudzveidīgi, sniedzot informāciju par plašu pašvaldību un valstspilsētu loku. Programmās un pakalpojumos atspoguļotā informācija bijusi gan tāda, kas demonstrē līdz šim pašvaldībās paveikto un pozitīvos piemērus, gan tāda, kas izceļ negatīvās pieredzes un iedzīvotāju neapmierinātību. Sniedzot informāciju, elektroniskie plašsaziņas līdzekļi ievērojuši Priekšvēlēšanu aģitācijas likuma normas un nodrošinājuši viedokļu daudzveidību, tādējādi ļaujot auditorijai vērtēt politisko spēku piedāvājumu un izdarīt pamatotu izvēli vēlēšanās.

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 arī turpmāk tos novērstu, nepieciešams turpināt veikt preventīvo darbu, skaidrojot tiesību normas elektronisko plašsaziņas līdzekļu pārstāvjiem, tostarp gan izveidojot informatīvus materiālus, gan rīkojot seminārus par priekšvēlēšanu aģitācijas periodu. Priekšvēlēšanu aģitācijas perioda ietvaros NEPLP konstatējusi arī nepieciešamību papildināt NEPLP vadlīnijas elektronisko plašsaziņas līdzekļu darbībai priekšvēlēšanu aģitācijas perioda laikā, kā arī, konsultējoties ar nozares pārstāvjiem, jāapsver iespēja izdarīt grozījumus arī atsevišķos ārējos normatīvajos aktos. Tādējādi NEPLP turpinās sadarbību gan ar elektronisko plašsaziņas līdzekļu nozares pārstāvjiem, gan citām priekšvēlēšanu aģitācijas periodu uzraugošajām iestādēm.

Padomes priekšsēdētājs

Ivars Āboliņš

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