

Nacionālā radio un televīzijas padome

**Televīzijas raidorganizāciju darbība
2001.gada 11.marta
pašvaldību vēlēšanu laikā**

Atskaite

Izpildītāji: A.Runcis (gr. vad.), A.Balode, O.Balodis, T.Boguševiča,
A.Burčiks, J.Dubrovskis, R.Konovaļenko, J.Radus, J.Upmalis

Rīga 2001

SATURS

	lpp
1. Televīzija, vēlēšanas un politiskā reklāma	3
2. SIA "LTV" 1.programma	7
3. SIA "LTV" 2.programma	11
4. A/S "Latvijas Neatkarīgā Televīzija"	17
5. SIA "TV 3 Latvia"	33
6. Secinājumi	35
7. Pielikumi	39

1. Televīzija, vēlēšanas un politiskā reklāma

Demokrātiskā sabiedrībā masu saziņas līdzekļu brīvība un neatkarība ir būtisks sabiedrības attīstības un stabilitātes priekšnosacījums. Īpaši televīzijas kā viena no elektroniskajiem masu saziņas līdzekļiem loma sabiedriskās domas veidošanā pieaug vēlēšanu procesā. Elektroniskie sabiedrības saziņas līdzekļi, t.sk. televīzija cenšas veikt objektīvu sabiedrības attīstības procesa atspoguļošanu un novērtēšanu, kas nodrošina vēlētājam nepieciešamo informācijas apjomu savas politiskās pozīcijas izveidošanai un līdz ar to arī demokrātijas attīstību.

Masu mediji (mūsu izpētes gadījumā - televīzija) ne tikai atspoguļo sociālo realitāti, bet arī to veido. Masu mediji sniedz informāciju, zināšanas un prognozes par politiskajām norisēm valstī. Tomēr jāatzīmē, ka vēlēšanas nav vēlētāju izglītošana, bet gan pārliecināšana. Parasti pirms vēlēšanām politiskās partijas ir ieinteresētas iegūt ietekmi elektroniskajos masu saziņas līdzekļos, jo tajos realizētās aktivitātes tiek pārņemtas cilvēku ikdienā bez jebkādas tiešas saistības ar pašu masu mediju. Partiju politiskās aktivitātes – politikā reklāma, politisko nostādņu paušana politiskajos raidījumos, partijas ‘lokomotīvu’, aktīvistu un atbalstītāju uzstāšanās dažādos izklaidējošos, informatīvajos, izglītojošos, programmās, mazākumtautībām un dažādām sociālajām grupām veiktajos raidījumos – var ietekmēt un arī ietekmē vēlētāja politisko izvēli. Zināmā mērā tas ir saistīts ar faktu, ka masu saziņas līdzekļu vērtējums dažādās socioloģiskajās aptaujās ir daudz augstāks nekā dažādu valsts institūciju, t.sk. valdības kopumā un atsevišķu tās locekļu (ministru) vērtējums. Protams, medijiem ir ietekme iemesliem kāpēc cilvēks piedalās vēlēšanās, bet nevajadzētu pārspīlēt to lomu uz balsošanas ietekmi. Mediji ietekmē atsevišķas sociālās un politiskās problēmas nozīmīgumu vēlētāju apziņā. It īpaši tas sakāms par tā saukto “dienas kārtības” veidošanu.

Vēlēšanas visās demokrātijās zemēs ir centrālas politiskais notikums, kas līdz zināmam līmenim politikā iesaista gandrīz visus pieaugušos iedzīvotājus un informē gandrīz par katru politiskās dzīves aspektu. Vēlēšanu cikli arī ietekmē kā cilvēki domā par politiku. Šajā gadījumā varam runāt par cilvēku attieksmi pret valdību un politiku, kad cilvēki vairāk domā politisko partiju kategorijās un kādos gadījumos

valdības kategorijā. Starpvēlēšanu periodā cilvēki vairāk domā kategorijās “mēs un valdība”, bet tuvojoties vēlēšanām cilvēki vairāk domā “mēs un partijas”. Tātad domā vairāk par izvēli starp partijām. Politiskās domāšanas *kad ietekmē kā*. Vēlēšanas milzīgi paātrina politisko aktivitāti, diskusijas un interesi par masu mediju ziņojumiem. Masu mediji veido indivīda un sociālās grupas priekšstatus, vērtības, uzvedības normas attiecībā pret noteiktiem politiskiem lēmumiem tos pieņemot vai noraidot.

Taču demokrātijas instrumenti – masu mediji - diezgan veiksmīgi var tikt izmantoti arī ļaunprātīgi, jo paver plašas masu apziņas manipulācijas iespējas. Viens no svarīgākajiem aspektiem kā iedarboties uz auditorijas apziņu ir informācijas plūsmas fragmentācija un operativitāte.

Informatīvo ziņojumu fragmentārisms un centieni tos pasniegt kā daudzveidīgu informācijas plūsmu traucē auditorijai uztvert notikumu ainu kopumā. Informācijas fragmentācija noved pie notikumu ainas uztveres sadrumstalotības, kas zināmā mērā vai nu atbrūno auditoriju vai arī nodrošina sociālās realitātes atsevišķu aspektu neadekvātu uztveri, paverot iespējas izcelt vienus notikumus un noklusēt citus.

Kā liecina sabiedriskās domas aptaujas televīzija ir populārākais masu medijs, kuram uzticas visvairāk. It īpaši jāuzsver tā specifika – cilvēkiem ir iespēja redzēt, t.i. pārliecināties pašiem, tiek veidots klātbūtnes efekts, tāpēc bieži vien skatītājs mazāk kritiski pieiet tam, ko rāda, nekā tam, ko var izlasīt avīzē vai dzirdēt pa radio. Televīzijas specifika veido tēlus, kas visvairāk pietuvināti reāliem (ar ‘bildi’, skaņu). Tieši tāpēc palielinās iespējas nemanāmi manipulēt ar auditoriju, kura neaizdomājas par katru sižetu un neanalizē to.

Ar **atklāto politisko reklāmu** mēs saprotam politisko partiju un/vai to pārstāvju reklāmas rullīšus, kuros atklāti, skaidri un precīzi tiek norādīta saistība ar konkrēto partiju (partijas logo vai norāde tekstā) vai arī citus raidījumus, ja tiek norādīts, ka raidījums ir apmaksāts (it īpaši tas sakāms par pirmsvēlēšanu laiku, t.i. 29 dienas pirms vēlēšanām).

Slēptā politiskā reklāma, kas diemžēl ir grūti identificējama, jo pēc mūsu domām LR likumdošana pietiekoši strikti nenosaka, kuros gadījumos var runāt par slēpto politisko reklāmu, kas var izpausties vairākos veidos.

Ar slēpto politisko reklāmu mēs saprotam gadījumus, kad raidījumos tiek veidoti ‘pseidonotikumi’ ar politisko partiju un/vai politiķu piedalīšanos dažādos informatīvajos, izglītojošajos, izklaidējošos, atsevišķām sociālajām grupām veidotajos raidījumos, nenorādot apmaksāto raidlaiku, kā arī vienlaicīgi ir pārkāpjot proporcionalitātes un sabalansētības principu.

Diemžēl mēs varam konstatēt, ka, ja valsts pārstāj kontrolēt, piemēram, kas tiek rādīts TV, un zināmā mērā aizsargāt skatītāju, to sāk kontrolēt kāds cits jau savās un nevis sabiedrības interesēs.

Kontroles principam jābūt vienkāršam un nepārprotamam, kas ir jebkuras ‘labas žurnālistikas’ princips – proporcionalitāte un sabalansētība: atspoguļojot situāciju vienmēr jāparāda vismaz divi dažādi viedokļi. Latvijā šis princips bieži vien tiek pārkāpts neprofesionalitātes dēļ nevis tīši.

Televīzijas īpašības nosaka tās specifiku, un proti, vienkāršošanu, kas var arī maldināt. Tas sakāms par TV darbību pirms vēlēšanām atspoguļojot vēlēšņu kampaņas norisi, politisko reklāmu, un it īpaši par slēpto politisko reklāmu. TV atšķirībā no laikrakstiem un žurnāliem, nedod iespēju izklāstīt, pamatot un izskaidrot savu politisko programmu. Gan nacionālo, gan arī vietējo vēlēšanu kampaņas laikā TV veido specifisku informācijas vidi jeb pseidorealitāti, kas ir jo bīstamāk, jo vairāk cilvēki tic tam, ka tā pilnībā atspoguļo reālo pasauli. It īpaši pirms vēlēšanām dažādās programmās: gan ziņu blokos, gan arī citos raidījumos parādās ‘pseidonotikumu’ atspoguļojums. Notikumu, kas ir radīti speciāli šim ziņu izlaidumam vai kādam ‘portretraidījumam’. Masu mediji, t.sk. **televīzija, uzsverot pašdeklarēto politisko neitralitāti**, stiprina mediju ticamību, taču reizēm realitātē pašdeklarētā politiskā neitralitāte nebūt netiek realizēta.

Vēlēšanu kampaņa piesaista plašu vēlētāju un masu mediju uzmanību. Pašreiz varam runāt par jaunu vēlēšanu kampaņu stilu. Vispirms ir jāatzīmē, ka galvenais fokuss

pirmsvēlēšanu kampaņā ir kandidāts un nevis partija. Otrkārt, komunikācija ar dažādu mediju palīdzību, kas raksturo jauno kampaņas stilu, it īpaši **televīzijas lomu, kas pārvēršas par ‘partijas aktīvista’ surogātu**, kas pavada un veido politiķa (kandidāta) stilu, tēlu un problēmas. It īpaši tas nav pieļaujams attiecībā pret sabiedriskajiem telekanāliem.

Pētījuma priekšmets

Pētījuma priekšmets bija televīzijas raidorganizāciju programmu kontrole un izvērtēšana attiecībā uz priekšvēlēšanu aģitācijas apjomu, objektivitāti un korektumu.

Pētījuma metode

Pētījumā tika izmantota informācijas ieguves un analīzes kvantitatīvi-kvalitatīvā analīzes metode jeb kontentanalīze.

Monitoringā uzmanība tika pievērsta atklātajai un iespējamai slēptai politiskajai reklāmai. Mēs lietojam terminu “iespējamā slēpta politiskā reklāma”, jo tik īsā laika periodā pirms vēlēšanām ir grūti spriest vai tā ir bijusi slēpta politiskā reklāma vai arī normāls, ikdienišķs regulāro raidījumu turpinājums pirmsvēlēšanu periodā. Lai varētu veikt pilnīgi precīzus secinājumus ir nepieciešams šādu raidorganizāciju monitoringu veikt regulāri katru dienu visa gada garumā gan pirms, gan arī pēc vēlēšanām. Tikai salīdzinot šādus datus ir iespējams izdarīt pilnīgākus secinājumus par priekšvēlēšanu aģitācijas apjomu, objektivitāti un korektumu.

Politiskās reklāmas novērošanā netika pievērsta uzmanība politiskās reklāmas veidošanai, t.i. reklāmas klipiem, to saturam, ideju formulējumam, to ietekmei uz auditoriju (mērķauditoriju), kādu informāciju mērķauditorija vēlas saņemt un vai tiek panākts sabiedrības atbalsts u.c.

2. LTV1

LTV 1 - Latvijas valsts nacionālā programmas latviešu valodā. Šajā programmā tiek atspoguļotas: (a) nacionālās, vietējās (reģionālās) un ārzemju ziņas; (b) raidījumi, kas veltīti aktuāliem sociāliem un politiskiem jautājumiem; (c) popularizētas kultūras vērtības; (d) veidotas programmas atsevišķām sociālajām grupām; (e) izklaides programmas.

Kanāls LTV1 īpašu nozīmi iegūst pirms vēlēšanām, jo tiek piešķirts vienāds bezmaksas raidlaiks politiskajām partijām, lai skatītājus iepazīstinātu ar savu politisko platformu; tiešraidē tiek organizētas politiskās diskusijas par atsevišķiem nozīmīgiem sociāliem un politiskiem jautājumiem u.c.

Kā viens no raidījumiem, kurā tika saskatīta iespējamā slēptā politiskā reklāma ir raidījums "Skatlogs". Iespējamie pārkāpumi bija šādas dienās:

4. februāris

"Skatlogs", viesis **Jānis Ozols**, Rīgas 1. slimnīcas direktors. **Latvijas ceļa** kandidāts.

4. marts

"Skatlogs", viesis **G. Lasmanis**, Onkoloģijas centra direktors.

Iespējamie pārkāpumi slēptā politiskā reklāmā tika saskatīti raidījumā "Dzīvīte piedāvā":

7. februāris

"Dzīvīte piedāvā", raidījuma viesi **Helmī Stalte** folkloriste, **Dainis Stalts** Nacionālās radio un televīzijas padomes loceklis. Abi **TB/LNNK** kandidāti. Runa iet par koku un deju stundu atcelšanu no mācību sarakstiem, kas veicinās bērnu klīšanu pa ielām, nevis izglītošanu.

13. februāris

"Dzīvīte piedāvā", raidījuma viesis **Jānis Birks**, Latvijas Jūras medicīnas centra valdes priekšsēdis **TB/LNNK** kandidāts.

14. februāris

"Dzīvīte piedāvā", raidījuma viesis **Jānis Karpovičs** Rīgas domes deputāts **TB/LNNK** kandidāts.

20. februāris

"Dzīvīte piedāvā" raidījuma viesis **Gunārs Lasmanis**, Latvijas onkoloģijas centra direktors un **Viktors Jaksons** viņš sniedz īsu interviju. Abi **TB/LNNK**.

21. februāris

“Dzīvīte piedāvā”, raidījuma viesis **Jānis Karpovičš** Rīgas domes deputāts, **TB/LNNK** kandidāts.

26. februāris

“Dzīvīte piedāvā”, raidījuma viesis **Andris Torgāns**, A/S “ERGO” Rīgas Fēnikss” valdes loceklis, **TB/LNNK** kandidāts.

27. februāris

“Dzīvīte piedāvā” raidījuma viesis **Jānis Birks** Latvijas Jūras medicīnas centra valdes priekšsēdis, **TB/LNNK** kandidāts.

6. marts

“Dzīvīte piedāvā”, raidījuma viesis **Gunārs Lasmanis** Latvijas onkoloģijas centra direktors, **TB/LNNK** kandidāts.

7. marts

“Dzīvīte piedāvā” raidījuma viesis **Jānis Karpovičš** Rīgas domes deputāts, **TB/LNNK** kandidāts un **I. Emsis Zaļās partijas** kandidāts.

Pēc mūsu domām šajā, raidījumā ir visredzamāk saskatāmi pārkāpumi, kas varētu būt saistīti ar iespējamo slēpto reklāmu, jo novērošanas laikā šajā raidījumā dominē vienas politiskās partijas – TB/LNNK – pārstāvji. Jāatzīmē, ka gan raidījums “Dzīvīte piedāvā”, gan “Skatlogs” varētu piesaistīt diezgan lielu auditoriju, jo tiek atkārtoti. Šie raidījumi ir populāri skatītāju vidū, jo tiek apspriestas būtiskas un sāpīgas sabiedrības problēmas, piemēram, veselības jautājumi, dzīvokļu un kultūras jautājumi, uc.

Kā vēl viens pārkāpums būtu minams raidījums “TV motors”, kuru ir iespējams redzēt atkārtojumos un ir domāts noteiktai auditorijai. Viens no šī raidījuma ekspertiem ir **U. Vītols**, **TB/LNNK** kandidāts.

Vēl iespējamie pārkāpumi tika fiksēti 18., 19., 24. februārī un 4. martā, bet ir grūti pateikt vai tos var kvalificēt kā pārkāpumus, jo deputātu kandidāti tika rādīti īsu brīdi. Salīdzinājumā ar raidījumiem “Dzīvīte piedāvā” un “Skatlogs” šie pārkāpumi varētu būt ne tik nozīmīgi.

18. februāris

“Mini mani”, kurā piedalījās **A. Zušmane** **TB/LNNK** kandidāte.

19. februāris

19:15 raidījumā “Skolas soma”, piedalījās **J. Strazdiņš**, narkologs, **LZS** kandidāts. Runā par jauniešu atkarību no dažādām apreibinošām vielām.

24. februāris

10:15 raidījumā “Veselības piecminūte”, piedalījās **G. Lasmanis** Latvijas onkoloģijas centra direktors **TB/LNNK** kandidāts.

4. martā

21:20 raidījumā “Tāda ir dzīve”, piedalījās **M. Mārtinsons** *Labklājības partijas* kandidāte.

Secinājumi

Atklātas, apmaksātas politiskās reklāmas pārraidēs likumu pārkāpumi netika pamanīti, kā arī netika pārkāpts reklāmas iespējamais pieļaujamais laiks no kopējā raidlaika. Kā arī bezmaksas priekšvēlēšanu aģitācijā netika konstatēti pārkāpumi.

Var minēt to, ka LTV 1 gan pirms, gan pēc reklāmas paziņoja, ka politiskās reklāmas ir apmaksātas. Kopumā par LTV 1 kanāla darbību priekšvēlēšanu laikā var secināt, ka tā bijusi objektīva un neitrāla izņemot dažus raidījumus, kurus jau iepriekš minējām.

Runājot par ziņu raidījuma blokiem LTV 1 ir jāsecina, ka tie ir bijuši objektīvi, cik vien tas ir iespējams priekšvēlēšanu periodā, jo nav iespējams veidot sižetus bez politiķu līdzdalības un aizliegt šajā laika posmā vispār intervēt politiķus būtu nereāli. Par objektivitāti var runāt vakara ziņu blokos, jo monitoringa laikā nebija neviena nozīmīga pārkāpuma, kā arī nevar runāt par tendencēm.

Ar **rīta ziņu raidījuma blokiem** situācija bija mazliet savādāka, jo tika pamanīti daži pārkāpumi, kā, piemēram, 12. februārī raidījumā “Rīts” viesojās **U. Zommers** no apvienības **PCTVL**. Tikšanās laikā kandidāts stāsta par parka attīstību Grīna bulvārī. 28. februārī, kad raidījumā “Rīts” bija redzama **Latvijas Ceļa** kandidāte **Ārija Stabiņa**. Un īpaši būtu jāatzīmē raidījums “Rīts” pēdējā priekšvēlēšanu nedēļā - 9. martā, kad studijā viesojās **Dainis Īvāns**, **Gundars Bojārs** un **J. Punculis**, visi trīs ir **Sociāldemokrātu partijas** kandidāti. Šajā pašā raidījumā viesojās jaunais Nacionālā teātra direktors - **Latvijas ceļa** kandidāts **I. Rudzītis**. Sižeta laikā tiek slavēts jaunais teātra direktors, kā arī tiek liktas lielas cerības uz jauno direktoru. 9. marta rīta

raidījums traktējams kā slēptā reklāma, jo bija saistīts ar vēlēšanām, kā arī abi raidījuma dalībnieki ir partijas 'lokomotīves'. Visiem pārkāpumiem ir raksturīga kopēja pazīme, nav norādīts partijas reklāmas apmaksātājs.

3. LTV2

LTV2 - galvenokārt ir veltīts izglītojošiem raidījumiem un raidījumiem dažādām sociālajām grupām un programmas mazākumtautībām.

29.janvāris

“Šokšovs”, krievu valodā, N.Ābola (LC).

“Ziņas”, krievu val., žurnālista Petrenko sižets par E. Cepurnieku. Tiek pieminēti: M.Grīnblats, E.Cepurnieks, I.Voika, Kalvītis, J.Straume, A.Ārgalis, A.Šķēle. Tika intervēti: M.Grīnblats (fonā parādās TB/LNNK mītnē). Fons J.Straume, A.Šķēle (fotogrāfija).

Reklāmas (nepolitiskā) rullis “Rīga – iedvesmas pilsēta”: A.Ārgalis un A.Bērziņš.

30.janvāris

“Ziņas” – Petrenko sižets par Cepurnieku: tiek pieminēti A.Kalvītis, A.Šķēle, A.Bērziņš, M.Grīnblats (arī tiek rādīts). Intervē I.Voiku, kura pauž neapmierinātību ar E.Cepurnieka rīcību. Atsevišķi atzīmē, ka Cepurniekam, kandidātam no TB/LNNK nav atļauts piedalīties Ventspils Domes vēlēšanās.

Sižets par gatavošanos pašvaldību vēlēšanām Rīgā (Jana Rubinčika) – atzīmē, ka tiek pārbaudīti kandidāti un jau tagad vēlēšanās nav atļauts piedalīties vienam PCTVL kandidātam sakarā ar valodas nezināšanu (vārds netiek minēts).

31.janvāris

“Neslučainīje vstreči”, autors Zalmans Kacs. Piedalās Aivars Leimanis (LC), nbetiek identificēts ar partiju.

“Ziņas”, krievu val., situācija ap Jauno partiju, piemin Ūdri (frakcija Saeimā), atstāsta, ko Ūdre teikusi intervijā. Premjers A.Bērziņš (tiek rādīta izkārtne uz premjera kabinetu). Uz ielas intervē R.Paulu, atkārto vārdus, ka premjeram jāatgriežas strādāt par skolotāju Ogres skolā, jo situācija ar skolotājiem Latvijā esot bēdīga.

1.februāris

“Kompetences skala”, latv. val., viens no dalībniekiem finansu ministrs G.Bērziņš (TP).

2.februāris

“No varas pozīcijas”, krievu val., viesis A.Glāzītis (RNSK direktors, LC), tiek apspriestas veselības problēmas.

3.februāris

“Medicīnas aktualitātes”, latv.val., viens no viesiem A.Glāzītis (RNSK direktors, LC).

5.februāris

“Anniņas virtuve”, krievu val., piedalījās Almants Politkevičs (RD deputāts, LC), politiskā partija netika identificēta, saruna notika par A.Politkēviča bērnību.

6.februāris

18³⁰—19⁴⁵—“Biznesa apskats”. Rubrikā “Biznesa diskusija” tika apspriestas sporta attīstības iespējas pašvaldībās, kā arī mūsdienu situācija valstī un kas būtu darams sporta attīstībai. Piedalījās Ilmārs Lūsis (Rīgas rajona Stopiņu pagasta priekšsēdētājs) un Andrejs Ence (Babītes padomes priekšsēdētājs).

9.februāris

16³⁰—17⁰⁰—“Tā ir Latgale”—raidījums bija veltīts LR Prezidentes vizītei Latgalē. Raidījumā parādījās dažādas personas: Monvīds Švarcs, Rēzeknes rajona padomes priekšsēdētājs, Nikifors Zimovs, Līznavas pagasta priekšsēdētājs, Jānis Jukna, Rēzeknes mērs.

Šajā nedēļā no atpazīstamiem kandidātiem, bija tikai LC kandidāti, taču šeit pieminētie pašvaldību vadītāji var arī kandidēt vēlēšanās.

12.februāris

“Anniņas virtuve”, viesojas LU prof. Māris Purgailis (LC), partija netiek identificēta. Tiek pieminēts E.Lavendelis.

22:15 tiek atkārtots raidījums “Medicīnas aktualitātes” (tas netiek atzīmēts). Vada Viesturs Boka, Latvijas Ārstu biedrības prezidents, (TB/LNNK). Viesojas Andris Glāzītis, RNSK direktors, (LC, atpazīstams LC pirmsvēlēšanu klipā).

13.februāris

20:30 “Boļšaja primerka” krievu valodā, vada I.Dmitrijevs, viesojas Helmūts Balderis (LC), partija netiek identificēta.

14.februāris

20:30 “Neslučajnaja vstreča” vada Zalmans Kacs, viesojas Juris Šmits (LC), partija netiek identificēta.

15.februāris

20:15 “Ikdiens” tiek rādīts Gunārs Lasmanis, Latvijas Onkoloģijas centra direktors, stāsta par jauno aparātu, kas ir pirktas ārzemēs. (TB/LNNK), partija netiek identificēta.

“Kompetences skala” – diskusija par sabiedrisko pakalpojumu regulatoru. Piedalās E.Zalāns (EM parlamentārais sekretārs), V.Lauskis (LSDSP Saeimas frakcija), A.Kreituss (ekonomists, bijušais finanšu ministrs, Darba partija).

16.februāris

20:30 “No varas pozīcijas”, piedalās A.Vidavskis, Daugavpils mērs (LC un Daugavpils pilsētas partija)

17.februāris

18:30 “Medicīnas aktualitātes”, vada Viesturs Boka, (TB/LNNK), partija netiek identificēta.

19:15 “Arguments”, vada Ingrīda ozoliņa. raidījuma tēma: vides aizsardzība – piedalās Indulis Emsis, biroja “Eirokonsultants” eksperts vides jautājumos, (LZP), partija netiek identificēta.

Sižets par Getliņu izgāztuvi – tiek rādīts prof.Egons Lavendelis, SIA “Getliņi EKO” valdes priekšsēdētājs, (LC), partija netiek identificēta.

22:00 “Ziņas” par premjera A.Bērziņa vizīti Ventspilī un Liepājā. Tiek atzīmēts, ka Ventspilī attieksme pret šo vizīti bija visai noraidoša, bet Liepājā ļoti laba attieksme. Intervija ar U.Sesku (vārdi tiek atreferēti), kurā runā par to, ka Liepāja sevi sakārtota.

19.februāris

“Business un ekonomika”, diskusija par privātiem pensiju fondiem. Studijā - Juris Punculs, BAS “Atklātais Pensiju fonds-Sociālais nodrošinājums” viceprezidents. (LSDSP), partija netiek identificēta.

“Biznesa smaids”, piedalās Juris Salmiņš, Krimuldas pagasta padomes priekšsēdētājs. (Mēs Krimuldas pagasam). Partija netiek identificēta..

Sižeti: sizēta ‘Par komercikumu’ atkārtojums (līdzīgs sižets iepriekšējās piektdienas programmā “Ikdiena”, piedalās Juris Āzers, a/s “Čiekurkalns” ģenerāldirektors, (LC), partija netiek identificēta.

20.februāris

“Business-ekonomika” – diskusija par finansējuma izmantošanu slimnieku, par to kā tiek nodrošināta invalīdu darbaspēju atgūšanai nepieciešamo līdzekļu iegāde.

Piedalās: Andris Glāzītis, RNSK direktors, (LC), partija netiek identificēta; Aivars Vētra, Rehabilitācijas centra “Vaivari” direktors, (LC); Daina Podziņa, LM sociālās palīdzības departamenta direktora vietniece.

Sižeti: Andris Torgāns, A/S “Ergo Rīgas Fēnikss” valdes loceklis (TB/LNNK), partija netiek identificēta.

plkst.20:30 - “Bolšaja primerka”, vadītājs Igors Dnitrijevs.

Raidījums veidots par Viesturu Koziolu (kandidāts no LC), intervija par gaismas baloniem un sacensībām Siguldā.

Politiskā partija netika identificēta.

21.februāris

“Business – ekonomika”: biznesa apskats – jauns projekts Getliņu atkritumu izgāztuves attīstībā. Studijas viesis – Egons Lavendelis, SIA “Getliņi EKO” ģenerāldirektors. (LC), partija netiek identificēta.

Pie rubrikas “Biznesa smaids” LC apmaksāta politiskā reklāma, Aija Poča: pieredze un profesionalitāte; drošība un stabilitāte; attīstība un stabilitāte. Reklāmā parādās A.Bērziņš un citi LC biedri. Apmaksātājs savienība LC.

plkst. 20:30 - “Paredzēta tikšanās”, vadītājs Zalmans Kacs.

raidījums tika veidots par Aleksandru Krjačeku (kandidāts no Latvijas demokrātiskās partijas) kā SIA “Alkomtrans” prezidentu.

Politiskā partija netika identificēta.

Ziņas krievu valodā plkst. 22:00. sižetā par valsts pilnvaroto darbinieku algām fonā tiek rādīti J.Naglis, A.Bērziņš, A.gorbunovs. Neviens netiek intervēts, darbība notiek Saeimā.

22.februāris

“Business – ekonomika”: diskusija par pasažieru transporta attīstību, ekonomikas attīstības un transporta sistēmas, uzņēmējdarbības attīstības vides aspekti. Piedalās: Pēteris Jansons, “Elektrovilciens” direktors, Jānis Rudzītis, Ikšķiles pilsētas Domes priekšsēdētājs; Edvīns Bartkēvičs, Ogres pilsētas Domes priekšsēdētājs.

23.februāris

Pēc raidījuma “Kādā valstī gribam dzīvot?” (16:30) apmaksāta politiskā reklāma (LC); pirms raidījuma “Varas viedoklis” LC apmaksāta politiskā reklāma (krievu valodā). Apmaksātājs LC.

25.februāris

“Medicīnas aktualitātes” – tiek intervēts Viesturs Boka, Latvijas Ārstu biedrības prezidents, slimnīcas “Linezers” direktors. Stāsta par slimnīcu. (TB/LNNK), partija netiek identificēta.

Dr. Gunārs Lasmanis, Latvijas Onkoloģiskā centra direktors, stāsta par jaunu staru aparātu. Izteic pateicību Labklājības ministram A.Požarnovam. (TB/LNNK), partija netiek identificēta.

12:40 –Jānis Karpovičs, Rīgas Domes Dzīvokļu izīrēšanas komisijas priekšsēdētājs. (TB/LNNK), partija netiek identificēta.

Konsekventi tiek pārkāpts NOLIKUMA 3.9. pants – titri par to, kas apmaksā politisko reklāmu, tiek pārraidīti sekundes laikā, nevis trīs sekundes (nav iespējams izlasīt).

9.marts

“No varas pozīcijas”, intervijas ar E.Krastiņu (TP).

10.marts

“Medicīna un mēs”, tiek aptaujāti vai sniedz intervijas politiķi no TB/LNNK – V.Boka, J.Birks, G.Lasmanis, arī citi ārsti. Partija netiek identificēta.

LT2 kanālā dominējošā politiskā partija ir savienība “Latvijas Ceļš”.

Piemēram, varam minēt sekojošus raidījumus:

‘Paredzēta tikšanās’

07.02. – LDP (Ludmila Kuprijanova)

14.02. – LC (Juris Šmits)

21.02. – LDP (Aleksandrs Krjačeks)

28.02. – LC (Oļegs Burovs)

07.03. - LDP (Andris Ameriks)

‘Anniņas virtuve’

05.02. – LC (Almants Politkevičs)

12.02. – LC (Māris Purgailis)

19.02. – LC

26.02. – LC (Guntis Grīnbergs)

05.03. – LC (Aloizs Blonskis)

‘Boļšaja primerka’

06.02. –LC (Laimdota Rone)

13.02. - LC (Helmūts Balderis)

20.02. – LC (Viesturs Koziols)

27.02. - LC (Ludmila Vīksne)

06.03. – LC (Aija Poča)

‘No varas pozīcijas’

02.02. – LC (A.Glāzītis)

09.02 – TP (A.Kalnakiņš)

16.02. – LC un Daugavpils pilsētas partija (A.Vidavskis)

02.03. – LC (V.Koziols)

09.03. – TP (E.Krastiņš)

Secinājumi

Runājot par pārkāpumiem, jāatzīmē, ka partiju reklāmas rullīši ik pa laikam parādījās bez to apmaksātāju vārdiem. Tas ir raksturīgs savienības “Latvijas Ceļš” reklāmai. Tiesa gan šādi “neapmaksātie” raidījumi tika rādīti apmaksātās reklāmas raidlaikā. Dažreiz apmaksātājs tika rādīts tā, ka skatītājam nebija iespējams izlasīt, kas apmaksājis reklāmu, t.i. titri tika pārraidīti sekundes laikā, nevis trīs sekundes.

Daži raidījumu vadītāji kandidēja vēlēšanās, piemēram, V.Boka (TB/LNNK) raidījumā “Medicīnas aktualitātes”, turpināja vadīt arī priekšvēlēšanu kampaņas laikā.

Daudzos raidījumos pēdējā mēneša laikā tika aicināti dažādu partiju pārstāvji. Pamatā sarunas notika par profesionālām tēmām, taču šie cilvēki kandidēja pašvaldību vēlēšanās. Tāpēc šie raidījumi traktējami kā iespējama slēptā reklāma (sk. Pielikums LTV 2).

4. LNT

LNT – komerctelekanāls, kas izveidojis periodisku un precīzu programmu tīklu noteiktām mērķa grupām ar vietējo producentu sagatavotām programmām, t.sk. ziņu un autorraidījumi.

LNT raidījumu analīzē tiks apskatīti:

- rīta bloks (no 7.00 – 9.00 darba dienās),
- kopējie reklāmas bloki – reklāmas rullīši (darba dienās no 7.00-9.00 un no 18.00 – 23.00; brīvdienās no 14.00 – 23.00),
- vakara ziņas (plkst. 20.00)
- atsevišķi raidījumi, kā piemēram, “Savādi gan”, “Balzāms dvēselei” u.c.

Tautas partijai (TP) uzsākot savu reklāmas kampaņu LNT kanālā, skatītājs netika informēts, kas ir TP 3 minūšu garā reklāmas rullīša apmaksātājs (1. februāris – 8. februāris, kopskaitā novēroti 19 reklāmas rullīši). Salīdzinājumā ar citiem kanāliem (konkrēti - LTV 1), kurā bija vērojams tas pats reklāmas rullītis, šī norma tika ievērota. Vēlāk pārskatīts tika novērstas, līdz brīdim, kad savu reklāmas kampaņu uzsāka Latvijas Zaļā partija (LZP), kur vēlētājiem tā arī netika dota iespēja uzzināt, kas finansē šīs partijas reklāmu. (1. marts – 10. marts).

Otrs izplatītākais politiskās reklāmas veids, kur gan gandrīz vienmēr tiek reklamēti politisko partiju pārstāvji nevis partijas, ir vērojams dažāda rakstura portretārdījumos, kur politiķis tiek attēlots kā kādas nozares profesionālis (policists, uzņēmējs, pašvaldības vadītājs, u.c.), ģimenes cilvēks vai vienkārši interesanta persona. Šo raidījumu titros neparādās, vai kāda politiskā partija ir apmaksājusi raidlaiku. Ja arī raidījuma dalībnieka politiskā piederība netiek identificēta ar kādu konkrētu politisko partiju, tomēr šie cilvēki sabiedrībā tiek atpazīti ne tikai kā esošie jeb bijušie politiķi, bet arī kā konkrētas partijas pārstāvji. Pat tajā gadījumā, ja arī vēlētāji nezina par raidījuma varoņa piederību kādai partijai, bet šī persona kandidē pašvaldību vēlēšanās, priekšvēlēšanu laikā tā tiek un tiks uzskatīta par politisko reklāmu, kurai ir jānorāda apmaksas avots.

Vairumā LNT raidījumu gadījumu tika norādīts, kas tos apmaksā. Piemēram, var minēt dažus piemērus – raidījums “Egīla Zariņa mikslis” 10.03.2001, “Balzāms dvēselei” 11.03.2001 un 18.02.2001. Jāatzīmē, ka tika konstatēti tieši slēptās politiskās reklāmas gadījumi – neilgi pirms vēlēšanām raidījumā (kas nav ziņu raidījums) tiek rādīts politiķis un netiek norādīts raidījuma apmaksātājs.

Konkrēti piemēri –

“Egīla Zariņa mikslis” 03.03.2001 – rādīja N. Ābolu (LC)

“Balzāms dvēselei” 18.02.2001 – rādīja S. Pīku) un R. Pīku (TP)

“Balzāms dvēselei” 25.02.2001 – rādīja A. Lembergu (L&V)

Jāsecina, ka priekšvēlēšanu politiskās reklāmas drudzī, kas bija vērojams šajā gadā, LNT skatītājs bija spiests noskatīties politisko reklāmu ne tikai apmaksātajos reklāmas rullīšos. Arī izklaidējošos raidījumos skatītājiem tiek piedāvāti politiķi. E. Zariņa raidījumā “Gardēžu klubiņš” 26.02.2001 parādās TP pārstāvji – Rīgas Domes pašvaldību vēlēšanu kandidāti – J. Dalbiņš un A. Kalnkaziņš, bet 04.03.2001 – A. Poča un A. Blonskis (LC). Arī abos šajos raidījumos ir slēptā politiskā reklāma. Nav skaidrs dalībnieku izvēles princips. Principā uz līdzdalību šajos raidījumos var pretendēt arī citu politisko partiju pārstāvji.

Tā kā mēs varam runāt tikai par iespējamu slēpto politisko reklāmu jeb neētisku žurnālistu vai politiķu rīcību, mēs nevaram viennozīmīgi apgalvot, ka kāds raidījums vai sižets ir slēpta politiskā reklāma. Ja reizi vai divas vienā regulāri iznākoša raidījumā priekšvēlēšanu laikā parādās iespējamā slēptā politiskā reklāma, to var uzskatīt par izņēmumu, kas neliecina par televīzijas kanāla tendenci uz slēptās politiskās reklāmas raidīšanu. Bet cits priekšstats rodas, ja ilgā laika posmā tiek novērota kāda politiskā spēka jeb spēku dominante. Tā mēģināsim apskatīt raidījumu “Savādi gan”, kurā tiek parādīti arī politiķi.

Politika vārds	Partija	Datums
J. Ādamsons	LSDSP	03.02.2001
K. Leiškalns	LC	
G. Burvis	LSDSP	
M. Grīnblats	TB/LNNK	
A. Požarnovs	TB/LNNK	
V. Lazo	LSDSP	

Dz. Rasnačs	TB/LNNK	04.02.2001
M. Lujāns	PCTVL	
V. Lazo	LSDSP	
J. Jurkāns	PCTVL	
B. Cilēvičs	PCTVL	
A. Šķēle	TP	11.02.2001
H. Demokova	TP	
K. Leiškalns	LC	
A. Poča	LC	
A. Pantiļejevs	LC	
Dz. Rasnačs	TB/LNNK	18.02.2001
J. Sinka	TB/LNNK	
I. Burvis	LSDSP	
K. Lībane	LC	
P. Apinis	LC	
A. Požarnovs	TB/LNNK	
K. Lībane	LC	25.02.2001
K. Pētersone	LC	
I. Ūdre	LSDSP	
P. Apinis	LC	
E. Inkēns	LC	
E. Baldzēns	LSDSP	04.03.2001
J. Lagzdiņš	LC	
M. Lujāns	PCTVL	
K. Leiškalns	LC	
A. Šķēle	TP	
A. Rugāte	TP	
H. Demakova	TP	
A. Kalvītis	TP	
K. Lībane	LC	

Pēc šiem datiem var izrēķināt proporcionalitāti, kas parādās raidījumā “Savādi gan”. Priekšvēlēšanu laikā sižetā “Saeimas sarunas” uzmanība tika veltīta sekojošo politisko partiju pārstāvjiem: PCTVL – 11%; TB/LNNK – 17%; TP – 17%; LSDSP – 19%; LC – 36%. Arī individuāli ‘Latvijas ceļa’ pārstāvji (K. Leiškalns, K. Lībane) izvirzās uzmanības centrā nedaudz biežāk nekā citu partiju pārstāvji.

Ja reizi nedēļā iznākošs izklaides raidījums ir salīdzinoši rets, tad liela nozīme ir regulārajiem ziņu raidījumiem, kuri bieži vien ir populārākie raidījumi. Piemēram, ikdienas vakara ziņu raidījumus (plkst. 20:00) un atsevišķi apskatīsim svētdienas raidījumu “Nedēļa” to atšķirības dēļ.

Izvērtējot šos raidījumus, mēs pievērsām uzmanību tam, kādi politiķi tajos tiek rādīti, ņemot vērā gan intervijas, gan fona kadru rādīšanu, gan politiķu fotogrāfiju rādīšanu. Mēs izdalīsim viņus pēc politisko partiju piederības, kā arī noteiksim, kuri politiķi dominē LNT kanāla ziņu raidījumos.

Mūsu apskatu sāksim ar raidījumu “Nedēļa”. Laika posmā no 1. februāra līdz 10. martam vienā vai citā veidā 44 reizes tika rādīti politisko partiju pārstāvji. Izdalot šo partiju pārstāvju rādīšanas biežumu, mēs esam nonākuši pie sekojošiem rezultātiem:

Latvijai & Ventpiliņ	1 reizi	2%
Latvijas Zaļā partija	1 reizi	2%
Latvijas Atdzimšanas partija	1 reizi	2%
Latvijas Zemnieku savienība	1 reizi	2%
Latvijas Demokrātiskā partija	2 reizes	5%
PCTVL	3 reizes	7%
Tautas partija	5 reizes	11,5%
LSDSP	5 reizes	11,5%
TB/LNNK	12 reizes	27%
Latvijas ceļš	13 reizes	30%

Izdalot populārākos partiju cilvēkus, kas tiek parādīti šajā raidījumā jāsecina, ka līderpozīcijās bijušas vairākas partijas. Visbiežāk skatītājs varēja vērot M. Grīnblatu, TB/LNNK (4 reizes), kam sekoja E. Baldzēns LSDSP, A. Ārgalis TB/LNNK, A. Bērziņš un K. Lībane LC, (visi pa 3 reizēm). Šāds plašs spektrs liecina, ka ir ieturēts objektivitātes princips un tam, ka “līderu” pozīcijās ir divi LC pārstāvji, var būt objektīvs iemesls – A. Bērziņa ieņemamais Ministru prezidenta amats.

Taču, ja paskatāmies uz šeit vadošo (skaitliskā ziņā) partiju datiem no citas puses, tad novērojams, ka līderpozīcijās atkal izvirzās Latvijas Ceļš pēc tā, cik LC kandidāti uz Rīgas Doma tiek parādīti raidījumā “Nedēļa”. No kopējā skaita, cik reižu tika rādīti

LC pārstāvji, 31% no šiem sižetiem tika parādīti LC kandidāti uz Rīgas Doma (A. Poča, J. Visockis, A. Leimanis). LC seko TB/LNNK ar 25% gadījumu, kur tika rādīts tikai A. Ārgalis un lielāko tiesu šie sižeti bija saistībā ar viņa pašreizējo amatu vai atkārtoto kandidēšanu uz to. Pie kam Latvijas ceļa kandidātiem bija dotas iespējas izteikties pusē gadījumu, bet TB/LNNK pārstāvim tika atvēlēta tikai fona loma.

Turpinājumā mēs apskatīsim vakara ziņas, kuras sākas plkst. 20.00. Ja līdzīgi kā iepriekš visus politiķus, kuri tika rādīti ziņu raidījumos, izdala pēc partiju piederības, tad mēs nonākam pie sekojošiem rezultātiem: laika posmā no 1. februāra līdz 11. marta 167 reizes tika parādīti politisko partiju pārstāvji. Ja izdala šos gadījumus procentuālajā izteiksmē, tad mēs nonākam pie sekojošiem rezultātiem:

Jaunā kristīgā partija, Latvijas Zaļā partija, Latvijas Zemnieku savienība, Demokrātiskā partija, Darba partija – 4%

Jaunā partija –	3%
PCTVL –	5%
LSDSP –	5%
TB/LNNK –	20%
TP -	23%
LC -	40%

Apskatot tikai pēdējās trīs partijas (jo to biežums LNT kanālā ir daudzkārt lielāks par citām partijām), tad varam teikt, ka LC pārstāvjiem tika dota iespēja izteikties nedaudz vairāk par abām sekojošām partijām: LC pārstāvji izteicās 40% gadījumu, seko TP ar 38% gadījumu un TB/LNNK – 18%.

Protams, mēs nevaram izlaist no redzes loka objektīvos iemeslus, kādēļ arī ziņu raidījumos LNT kanālā vērojama LC dominante. Nepārprotami valdošo partiju privilēģija ir publicitāte, tādēļ saprotama ir valdošo partiju dominēšana ziņu raidījumos. Šeit jāatzīmē abu vadošo partiju rīkotās konferences vai kongresi. Tie palielināja gan LC, gan TP novēroto kvantitatīvo skaitu LNT kanālā. Lielā mērā LC biedru biežā vērošana LNT kanālā saistīta ar to, ka tieši šīs partijas pārstāvji ieņem svarīgus valdības posteņus – Ministru prezidents, ārlietu, satiksmes ministrs. Arī žurnālistu darbam ir sava specifika – žurnālistam var būt labākas attiecības ar vieniem

politiķiem atšķirība no citiem, kā arī var būt savas politiskās simpātijas vai antipātijas. Bet vai tas ir iemesls, lai no tā ciestu Latvijas skatītājs, jo viņam netiek piedāvāta objektīva un daudzpusīga informācija.

Salīdzinot un izvērtējot iegūtos datus par LNT vakara ziņām, mēs varam secināt, ka lai arī ir jūtama vienas partijas dominante pār citām, mēs nevaram viennozīmīgi apgalvot, ka LNT vakara ziņas apzināti tiek izmantotas slēptas reklāmas paušanai. Šāda dominante var izveidoties objektīvu iemeslu dēļ. LC pārstāvji pārsvarā ir intervēti vai izmantoti fona kadros par jautājumiem, kuri ir to atbildībā vai arī viņi ieņem atbildīgu posteni, kur žurnālistam nav citas iespējas, kā intervēt tieši šo amatpersonu (Ministru Prezidents, Ārlietu ministrs, PA vadītājs utt.). Gadījumos, kad noteiktā jautājumā var izteikties daudz plašāks politiķu loks, LC pārstāvji nebija vienīgie cilvēki, kuriem tika dota tāda iespēja. Varam apgalvot, ka lielākajā daļā gadījumu līdztekus LC pārstāvim sižetā tika atspoguļots arī citas partijas pārstāvja viedoklis.

Taču ir daži gadījumi, kad ziņu raidījuma sižeti var radīt neizpratni, kāpēc tajā dominē vienas partijas pārstāvji. Vispilgtākais piemērs bija redzams 19. februāra ziņu izlaidumā, G. Suhovetska sižetā par Ministru Prezidenta rīkotajām darba pusdienām Saeimas komisiju vadītājiem - tika parādīti tikai LC pārstāvji – A. Bērziņš, A. Poča, E. Inkēns. Vai tad Saeimas komisijas vada tikai LC pārstāvji? Vai skatītājs nav pelnījis redzēt un dzirdēt kāda cita politiskā spēka pārstāvja darbību? Vai varbūt citu komisiju vadītāji nebija ieradušies uz rīkotajām darba pusdienām?

Tā pat mēs gribētu vērst uzmanību uz gadījumu, kad faktiski tika atspoguļota politiķa reklāmas akcija. Tā 9. martā īslaicīgi tika parādīts kā J.Visockis dala bērniem grāmatas. Šajā gadījumā gribam ierosināt ziņu veidotājiem izvērtēt līdzvērtīgu sižetu veidošanas nepieciešamību vai tā būtu grāmatu, vai ziedu dalīšana, vai kas cits. Vai televīzijai ir nepieciešams priekšvēlēšanu laikā kļūt, iespējams neapzināti, par kādas partijas reklāmas kampaņas sastāvdaļu? Mūsu ieteikums šajā gadījumā būtu izvairīties vismaz no filmētu kadru un fotogrāfiju izmantošanas, bet vēl labāk to neuztvert un nepasniegt kā ziņu, šo tematu neaplūkojot vispār.

Raidījums “LNT brokastis” katru darba dienu no plkst. 7⁰⁰ – 9⁰⁰

laika posmā no 30.01.2001. – 11.03.2001.

Politika vārds	Partija (identifikācija)	Datums (biežums)
Valdis Lauskis	LSDSP	30.01.2001.
Juris Visockis	---	30.01.2001.
	---	23.02.2001.
	---	27.02.2001.
	---	28.02.2001.
	---	09.03.2001.
Dagnija Staņa	Tukuma rajona Domes priekšsēdētāja	30.01.2001.
Aigars Kalvītis	---	01.02.2001.
	---	23.02.2001.
Ģirts Valdis Kristovskis	---	02.02.2001.

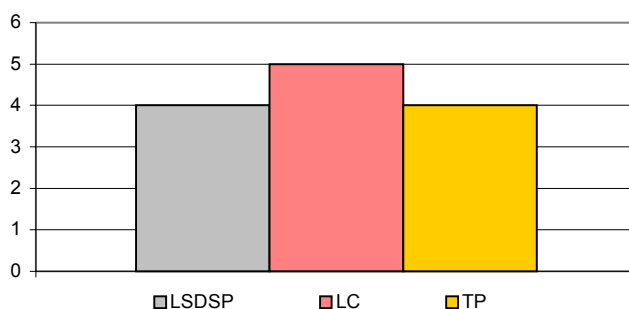
Karīna Pētersone	---	02.02.2001.
Žoržs Tikmers	---	02.02.2001.
Uldis Sesks	Liepājas mērs	05.02.2001.
Inese Vaidere	---	05.02.2001.
Kārlis Greiškals	---	05.02.2001.
	---	19.02.2001.
Pēteris Salkazanovs	LSDSP	06.02.2001.
	LSDSP	20.02.2001.
Dzintars Rasnačs	---	07.02.2001.
	---	20.02.2001.
Jānis Gaigals	---	07.02.2001.
Imants Burvis	---	07.02.2001.
	---	01.03.2001.
Edmunds Krastiņš	---	07.02.2001.
	TP	07.03.2001.
	TP	09.03.2001.
Jānis Naglis	---	08.02.2001.
	---	20.02.2001.
Andris Bērziņš	---	08.02.2001.
	---	16.02.2001.
	---	28.02.2001.
	---	02.03.2001.
	---	06.03.2001.
	---	09.03.2001.
Aija Poča	---	08.02.2001.
	---	16.02.2001.
	LC	09.03.2001.
Āris Ruža	LSDSP	09.02.2001.
	LSDSP	06.02.2001.
A. Slakteris	---	12.02.2001.
Viesturs Koziols	---	13.02.2001.
Kārlis Leiškals	---	15.02.2001.
	---	20.02.2001.
Egīls Baldzēns	LSDSP	16.02.2001.
	LSDSP	16.02.2001.
	---	22.02.2001.
	---	23.02.2001.
	LSDSP	27.02.2001.
Andris Ārgalis	---	16.02.2001.
Andris Ameriks	---	16.02.2001.
Sandra Grīnberga	LSDSP	16.02.2001.
	LSDSP	05.02.2001.
Jānis Straume	---	19.02.2001.
Ivars Godmanis	---	20.02.2001.
Gundars Bērziņš	---	22.02.2001.
Mareks Segliņš	---	22.02.2001.
Indulis Bērziņš	---	22.02.2001.
	---	26.02.2001.
	---	27.02.2001.

	---	07.03.2001.
Guntars Krasts	---	28.02.2001.
Aloizs Blonskis	---	01.03.2001.
	LC	08.03.2001.
Edvīns Inkēns	---	01.03.2001.
N. Lakučs	---	02.03.2001.
Ojārs Strazds	Ludzas mērs	02.03.2001.
Jānis Kosītis	LC	05.03.2001.
Juris Dalbiņš	TP	05.03.2001.
Jānis Megnis	LSDSP	05.03.2001.
Vladimirs Makārovs	---	06.03.2001.
Aivars Leimanis	LC	06.03.2001.
Agnis Kalnkaziņš	TP	06.03.2001.
Andris Šķēle	---	06.03.2001.
Juris Bojārs	---	06.03.2001.
Artūrs Zvejsalnieks	LSDSP	07.03.2001.
Sarmīte Pīka	TP	08.03.2001.
A. Požarnovs	---	09.03.2001.

Apkopojot datus par Latvijas politikā figurējošām partijām un viņu pārstāvjiem, gan tiem, kuri kandidē uz Latvijas pašvaldību deputātu amatiem, gan arī tiem, kuri tautā tiek atpazīti kā šo politisko partiju pārstāvji, (LNT Brokastu laikā, ziņu blokos, intervijas tiešajā ēterā (arī apmaksātās), neiekļaujot reklāmas blokus un partiju apmaksātos sižetus par saviem kandidātiem):

1. Kandidāti, kuri tika identificēti ar politisko partiju

LSDSP	LC	TP
Āris Ruža (2x)	Aija Poča (1x)	Edmunds Krastiņš (2x)
Sandra Grīnberga (2x)	Viesturs Koziols (1x)	Juris Dalbiņš (1x)
Jānis Megnis (1x)	Aloizs Blonskis (1x)	Agnis Kalnkaziņš (1x)
Artūrs Zvejsalnieks (1x)	Jānis Kosītis (1x)	Sarmīte Pīka (1x)
	Aivars Leimanis (1x)	



Skaitliskā izteiksmē:

+ Latvijas pilsētās jau esošo Domju priekšsēdētāji:

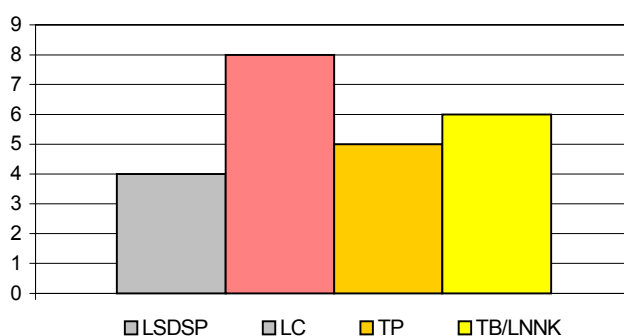
- Dagnija Staņe – Tukuma rajona priekšsēdētāja (1x)
- Uldis Sesks – Liepājas mērs (1x)
- Ojārs Strazds – Ludzas mērs (1x)

2. Kandidāti, kuri netika identificēti ar politisko partiju (kandidāti var atkārtoties ar iepriekšējā tabulā esošajiem, šajā gadījumā tiek atspoguļots viņu parādīšanās biežums neidentificējot viņu piederību politiskajai partijai)

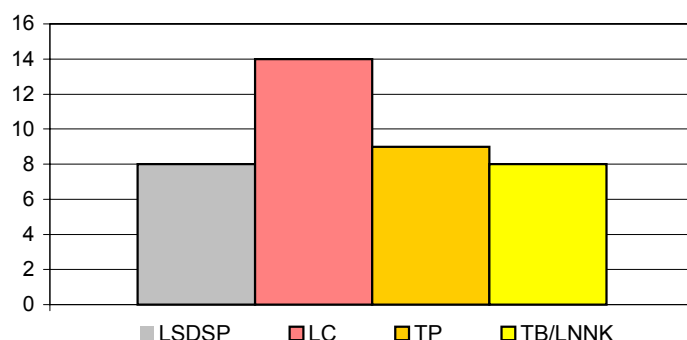
LSDSP	LC	TP	LDP	TB/LNNK
---	Juris Visockis (5x) Aija Poča (2x) Aloizs Blonskis (1x)	Edmunds Krastiņš (1x)	Andris Ameriks (1x)	Inese Vaidere (1x)

3. Pārējie, kuri tika rādīti LNT brokastu laikā un ir piederīgi kādai politiskajai partijai

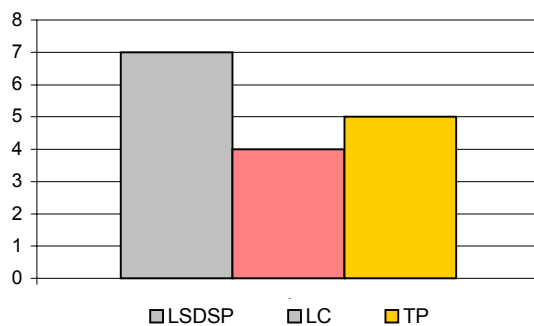
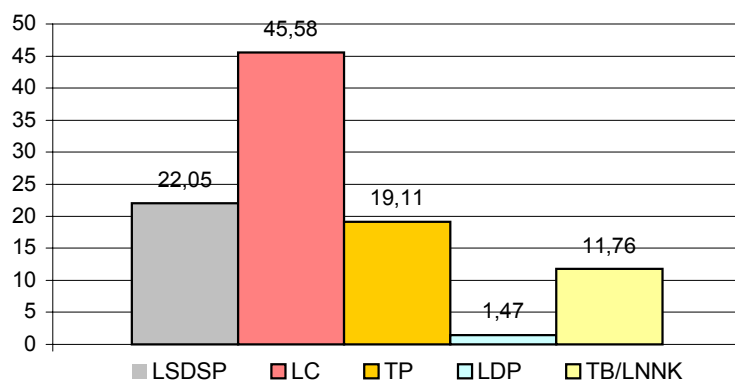
LSDSP	LC	TP	TB/LNNK
Pēteris Salkazanovs (2x) Imants Burvis (1x) Egīls Baldzēns (5x) Juris Bojārs (1x)	Jānis Gaigals (1x) Jānis Naglis (2x) Andris Bērziņš (6x) A. Slakteris (1x) K. Leiškalns (2x) I. Godmanis (1x) Indulis Bērziņš (4x) Edvīns Inkēns (1x)	Aigars Kalvītis (2x) K. Greiškals (2x) Gundars Bērziņš (1x) Mareks Segliņš (1x) Andris Šķēle (1x)	Dzintars Rasnačs (2x) Andris Ārgalis (1x) Jānis Straume (1x) Guntars Krasts (1x) V. Makārovs (1x) Andrejs Požarnovs (1x)



4. Pašvaldību vēlēšanu politisko partiju kandidātu un pārstāvju savstarpējā skaitliskā attiecība (gan kandidāti, gan pārstāvji kopā):



5. Kopumā, kura partija pēc parādīšanās biežuma (%) ieņem līderpozīcijas “LNT brokastīs” summējot kopā gan ziņu blokus, gan apmaksātās intervijas (skaitliskā izteiksmē LSDSP – 15; LC – 31; TP – 13; LDP – 1; TB/LNNK – 8):



Kopumā ņemot, skaitlisko attiecību vadībā izvirzās Latvijas ceļš, TP, TB/LNNK, LSDSP. Tomēr procentuāli izrēķinot (jāņem vērā biežums ar kādu ir uzstājušies

kādas konkrētās politiskās partijas pārstāvji) pirmo vietu acīmredzami ieņem LC ar 45,58%, otrie ir LSDSP ar 22,05%, trešie TP ar 19,11%, ceturtie TB/LNNK ar 11,76% un pēdējie LDP ar 1,47 %. Taču ikdienā skatoties šo raidījumu visizteiktāk ar politiski apmaksātās reklāmas intervijām dzīvajā ēterā izpaudās LSDSP kandidāti, sākot jau savu aģitēšanas kampaņu otrajā februāra nedēļā, protams vienlaicīgi reklāmas blokos tika raidītas politisko partiju tradicionālās reklāmas.

Iespējamie pārkāpumi raidījumā “LNT Brokastis”:

1. 30.01.2001. Intervija ar Valdi Lauski (LSDSP), runāts tiek par reģionālo reformu, taču sarunas laikā tiek pieminētas – pašvaldību vēlēšanas, Latvijas kuģniecība, partijas nostādnes reģionālās reformas jautājumā. Intervētājs Ilmārs Roķis;
2. LNT Brokastis no 05.02.2001. līdz 09.03.2001. – regulāri laika ziņu laikā televizora ekrāna stūrī tika rādīts Tautas partijas logo, nenorādot reklāmas apmaksātāju;
3. LNT Brokastis 05.02.2001. plkst. 7. 22 – preses apskata laikā tiek minēts virsraksts, ka esošais Liepājas mērs Uldis Sesks ir reālākais kandidāts šajā pilsētā;
4. LNT Brokastis 06.02.2001. plkst. 7. 40 – intervija ar Pēteri Salkazanovu, atklāti tiek identificēta partijas piederība – LSDSP, runa iet par partijas plāniem un iespējamo cilvēku skaitu kāds varētu iekļūt Latvijas pilsētu pašvaldībās no LSDSP saraksta. Interviju vada Ilmārs Roķis, sarunas apmaksātājs netika norādīts;
5. LNT Brokastis 07.02.2001 preses apskatā tikai Edmunds Krastiņš tiek minēts kā mēra kandidāts;
6. LNT Brokastis 13.02.2001. plkst 8. 19 – 8. 23 – intervija ar Viesturu Koziolu, kurš pēc savas iniciatīvas ir izgatavojis Latvijas bērniem atstarotājus. Ar savu pārstāvēto politisko partiju Latvijas ceļš netiek identificēts, praktiski klasificējama kā slēptā reklāma, jo ir zināms, ka viņš kandidē uz pašvaldību vēlēšanām;
7. Juris Visockis pašreizējais Rīgas domes priekšsēdētāja vietnieks, Latvijas ceļa kandidāts RD pašvaldību vēlēšanās:
~27. 02.2001. plkst 7.00 – 9.00 katrā ziņu izlaidumā tiek minēts, ka Visockis līdz 2005. gadam sola pabeigt jaunā tilta būvniecību Rīgā pār Daugavu, apgalvojot, ka tā izmantošana iedzīvotājiem neko nemaksāšot. Tilta jautājums parādījās praktiski visu partiju pirmsvēlēšanu reklāmās, kā viens no solījumiem;

~28.02.2001. LNT Brokastīs ziņu izlaidumos tiek minēts šī pati tilta būvniecības iecere ar Jura Visocka starpniecību;

9. 01.03.2001. LNT Brokastis plkst. 7. 24. reklāma – kongress “Vecāki pret narkotikām” pie atbalstītājiem un sponsoriem pa vidu ekrānā lieliem burtiem PCTVL, kā arī turpmāk raidot šo reklāmu;

10. Reklāmas rullītis par Latvijas čempionātu šahā, kā ģenerālsponsors minēta firma “Kalnozols & partneri”, reklāmas beigās parādās pats Valdis Kalnozols un pasaka frāzi “būvē ar prātu”, zinot to, ka viņš kandidē no TB/LNNK saraksta, šī reklāma uztverama kā slēpta reklāma.

11. 16.02.2001. LNT brokastu laikā regulāri tiek laists reklāmas sižets “Rīgas dārzi un parki”, reklāmu fonā lasa U. Zommers (PCTVL kandidāts) un A. Kalnkaziņš (pašvaldību vēlēšanu kandidāts no Tautas partijas saraksta);

~ 06.03.2001. plkst. 7.33. sižets par “Rīgas dārzi un parki”, uzreiz pēc tam Tautas partijas apmaksāts sižets ar viņu, ar papildī, tagad nevis par dārziem un parkiem, bet par politiku, tādējādi radot atpazīstamību savam tēlam vēl lielākam skatītāju lokam;

12. Latvijas Zaļā partijas reklāmai visu laiku netiek norādīts reklāmas apmaksātājs.

13. 02.03.2001. LNT brokastis intervija ar Ludzas rajona mēru Ojāru Strazdu, visumā neitrāla, intervētājs Ilmārs Roķis.

5.februāris

LNT Brokastis no 05.02.regulāri laika ziņu fonā raida tiek rādīts Tautas partijas logo.

LNT Brokastis 05.02. plkst.7.22 – preses apskata laikā tiek minēts virsraksts, ka esošais Liepājas mērs Uldis Sesks ir visreālākais kandidāts šajā pilsētā.

No iepriekšējām dienām:

“Sarunas”, vadītājs V.Rullis, programmā parādās partiju kandidāti uz RD. Grūti spriest par tendenciozitāti, jo parādās dažādu partiju pārstāvji.

13.februāris

LNT Brokastis plkst.8:19-8:23 intervija ar Viesturu Koziolu, kurš pēc savas iniciatīvas Latvijas bērniem izgatavojis gaismas atstarotājus. Ar savu pārstāvēto politisko partiju (LC) netiek identificēts. Praktiski klasificējams kā slēptā reklāma, jo zināms, ka Viesturs Koziols kandidē Rīgas Domes vēlēšanām.

23.februāris

Vakara ziņas, tiek minēts LC kongress, fonā rāda I.Godmani, A.Poču, A.Gorbunovu, A.Bērziņu, K.Lībāni un kādu brīdi pirmajā rindā sēdošo Juri Visocki.

27.februāris

LNT Brokastis – katrā ziņu izlaidumā tiek minēts, ka Juris Visockis līdz 2005.gadam sola pabeigt jaunā tilta būvniecību Rīgā pār Daugavu, apgalvojot, ka tā izmantošana iedzīvotājiem neko nemaksāšot.

28.februāris

LNT Brokastis – arī ziņu izlaidumos tiek minēts Juris Visockis sakarā ar jaunā tilta ieceri.

1.marts

LNT Brokastis – reklāma Kongress “Vecāki pret narkotikām” pie atbalstītājiem un sponsoriem pa vidu ekrānā lieliem burtiem PCTVL, kā arī turpmāk raidot šo reklāmu.

Reklāmas rullītis par Latvijas čempionātu šahā, kā ģenerālsponsors tiek minēta firma “Kalnozols”, reklāmas beigās parādās pats Valdis Kalnozols un saka frāzi “būvē ar prātu”. Valdis Kalnozols kandidē uz Rīgas Domi no TB/LNNK saraksta. Līdz šim nebijām ievērojuši, ka ģenerālsponsors tiktu parādīts reklāmā.

Joprojām LNT Brokastis – laikā regulāri tiek laists reklāmas sižets par “Rīgas Dārzi un Parki”, kur reklāmu lasa U.Zommers un A.Kalnakiņš.

Latvija Zaļo partijai netiek norādīts reklāmas apmaksātājs reklāmas blokos: 01.03 plkst. 19:26-19:31; 02.03. - plkst. 19:10; 19:24; 21:00; 04.03. plkst.20.31; 21:03-21.07.

2.marts

LNT Brokastis – intervija ar Ludzas rajona mēru Ojāru Strazdu, kopumā neitrāla, intervētājs Ilmārs Roķis.

3.marts

Raidījumā “Rīta mikslis”, vadītājs E.Zariņš, uzstājas Natālija Ābola (LC).

4.marts

Raidījumā “Gardēžu klubiņš”, vadītājs E.Zariņš, tiek rādīti divi galvenie LC kandidāti ar ģimenēm – A.Poča un A.Blonskis. Tieša netiešā reklāma.

11:30 – 12:00 tiek rādīts sižets latviešu valodā, kur galvenais varonis ir ģenerālis Aloizs Blonskis. Sižetu komentē S.Reinholde. Liela daļa no šeit rādītiem sižetiem tika rādīti raidījumā ‘Balzāms dvēselei’ (krievu valodā), kurš tika pārcelts no plkst. 11:30 uz 13:35. Atšķirībā no citām reizēm šī raidījuma beigās tika parādīts, kas apmaksājis raidījumu – LC. Tas netika izdarīts pirmajā sižetā latviešu valodā.

6.marts

LNT Brokastis – tiek rādīts reklāmas sižets par “Rīgas Dārzi un Parki”, runātājs Agnis Kalnkaziņš, uzreiz pēcšīs reklāmas TP apmaksāta intervija ar Agni Kalnkaziņu kā RD deputāta kandidātu no TP saraksta. Sižeti praktiski tiek sasaistīti kopā.

LNT Brokastis – sižets par iepriekšējām vēlēšanām: A.Šķēle un J.Bojārs (sava veida antireklāma).

LNT Brokastis raidījumā apmēram pēdējās pusotras nedēļas ir intervijas ar politiķiem, kā arī tiek minēts, ka tās ir apmaksātas intervijas.

Secinājumi

Iespēja, kad skatītājs tiek uzrunāts dzīvajā ēterā vēl ar iespēju sazvanīt un uzdot sev interesējošu jautājumu ir devusi visnotaļ pozitīvu rezultātu. Lai gan Latvijas Televīzijas un Radio likums lielākajā vairumā gadījumu nav pārkāpts, tomēr jāatzīst, ka reklāmas apmaksātāju norādes TV ekrānā parādās uz pārāk īsu laiku un pārāk mazā izmērā, lai skatītājs to spētu objektīvi piefiksēt. Tas rada zināmas pazīmes par slēpto reklāmu.

Izvērtējot datus par LNT, mēs nevaram sniegt apgalvojumu, ka šī raidorganizācija izteikti lobē un rada tikai vienas politiskās grupas tēlu. Objektīvu iemeslu dēļ tajā dominē pie varas esošās pozīcijas partijas (neņemot vērā apmaksātos raidījumus). Runājot par kopējo noskaņojumu, mums jāsecina, ka LNT nedaudz biežāk parādās partijas “Latvijas Ceļš” pašvaldību deputātu kandidāti. Ziņu raidījumos, kurus noskatās liela daļa vēlētāju, ir vērojams zināms balanss - partiju dažādības ziņā, bet ne pozīcijas – opozīcijas partiju atspoguļošanā - mēs varam apgalvot, ka LNT kanālā nav izteiktas politiskās prioritātes, kas dod iespēju skatītājam gūt objektīvāku informāciju. Kā vēlāmu, mēs izsakām ierosinājumu palielināt opozīcijas partiju darbības un viedokļu atspoguļošanu. Lai arī bija konstatēti dažādi iespējamie pārkāpumi, nereti tie izriet no vienotu, stingru normu trūkuma.

5. TV3

Veicot TV3 monitoringu laika posmā līdz 2001.gada 11.martam var apgalvot, ka no 10.02. līdz 23.02. telekanāls TV3 nav pieļāvis pārkāpumus. Pārraidītajai politiskajai reklāmai vienmēr sekoja uzraksts, kas to ir apmaksājis, piem., "LC" vai "TP", bet pats uzraksts nav bijis redzams ilgāk par 1 sekundi. Darba dienās laika posmā no 8 līdz 10 rītā bija apmēram 3-5 politreklāmas, bet no 18:00 līdz 23:30 – jau apmēram 12-15. Bet brīvdienās reklāmas skaits sasniedz jau skaitu 11-14. Lielākoties reklāmas ir latviski, LC reti pārraidīja reklāmu krieviski, bet LSDSP dažas reklāmas arī bija latgaliski. Izņemot LSDSP, kam visas reklāmas ir pusminūti garas, vienā un tajā pašā reklāmas blokā līdz februāra beigām reklāmas bija aptuveni 1 min. garumā. TV3 reklamējās tikai četras partijas – LC – 40%, TP – 30%, TB/LNNK –22%, LSDSP – 8%.

Daži iespējamie slēptās politiskas reklāmas gadījumi:

-raidījums "9 minūtes profilā", kura vadītājs G. Zubarevs intervēja LC pārstāvjus A.Bērziņu, A.Blonski, A.Poču - saruna par pasākumīme, kas nepieciešami pilsētas uzlabošanai.

- "Bez tabu" reizēm smējās par E. Krastiņa uzkrāsotām lūpām uz priekšvēlēšanu plakātiem,

- A. Blonskis reklamēja TV3 raidījumu "Kriminālā informācija", ka arī seriālu "Ņujorkas policija".

12.februāris

"Kriminform", plkst.22:00 (atkārtojums 13.02) intervija ar Iekšlietu ministru M.Segliņu, žurnālista jautājumi "labvēlīgi", piemēram, ka policijas strādā ļoti labi, utt.

Pārējās dienās reklāmas blokos politiskā reklāma (LC un TP) saskan ar visiem kritērijiem. Tomēr jāatzīmē, ka uzraksts, kas norāda ētera laiku parādās uz ĻOTI ĪSU brīdi un ir grūti noteikt, kurš un vai vispār tā ir apmaksāta politiskā reklāma.

18. februāris

- plkst. 21:00 tika demonstrēta filma “Trudnaja Mišeņ” ar V. Dammi, bet filmu latviski ierunāja Uģis Polis, Super FM pārstāvis, kas kandidēja RD deputāta amatam no TB/LNNK, starplaikos – TB/LNNK – reklāma. Tomēr grūti kvalificējama kā slēpta politiska reklāma, jo ieraksts iespējams ir izdarīts iepriekš.

22.februāris

- plkst. 11:05 šo filmu atkārti

26.februāris

- “Bez tabu” kritizē stacijas laukuma teritoriju.

6.marts

- “Parunāsimies”, piedalās Aija Poča (LC), raidījums ilgst 30 min..

- “Bez tabu” sižets par A.Lembergu (partija “Ventpiliņ un Latvijai”; Ventspils pilsētas Domes priekšsēdētāju).

Secinājumi

Īpaši jāatzīmē ziņu raidījumi, kuros nebija nekādas - ne slēptās, ne tiešās - politiskās propagandas vai aģitācijas.

Būtībā, pētot TV3 darbību, radās iespaids, ka žurnālisti savā darbā cenšas ievērot normas, kaut gan tas nebūtu attiecināms uz tiem, kas parādījās televīzijā burtiski pirms vēlēšanām.

6. Secinājumi

Vispirms jāatzīmē, ka vēlēšanas ir beigas ilgstošam procesam un vēlēšanu kampaņas ir debates par valdības darbību un balsošanas pamatā zināmā mērā ir valdības darbības vērtējums. Vēlēšanu kampaņas ir nozīmīgas proporcionālajā pārstāvniecībā, kad nelielas izmaiņas vietu sadalījumā var dramatiski ietekmēt pēcvēlēšanu sarunu pozīcijas par koalīcijas veidošanu. Pašvaldību vēlēšanās, kā tas bija šajā gadījumā, pat dažas vēlētāju balsis var ietekmēt vietu sadalījumu. Elektorālā izvēlē var būt starp politikām vai politiskajām partijām. Parasti vēlētājam ir vairāk komentāru par politiskajiem līderiem un nevis partijām. Līderu ietekme ir atkarīga no politiskās sistēmas. Parasti līderiem lielāka loma ir prezidentālajā nekā parlamentārajā sistēmā. Turpretī Latvijas gadījumā politiķiem ir liela nozīme, jo politiskās partijas ir relatīvi vājas un politiskā piederībā konkrētai partijai nav īpaši attīstīta. Līdz ar to partiju kandidāti (ne partiju augstākie vadītāji) ir svarīgāki, ja elektorālā sistēma ļauj izvēlēties starp tās pašas partijas kandidātiem (Latvijas gadījumā – svītrojumi, plusi un mīnusi).

Kā viens no viens no secinājumiem var veidoties uzskats, ka televīzija deformē politiskās komunikācijas gaitu. TV nosaka, ko uzskatīt par vērā ņemamu politisku uzskatu un ietekmē pilsoņus līdzīgas domāšanas virzienā un nodod svarīgu informāciju par atsevišķām politiskajām partijām un/vai politiķiem. Televīzija ietekmē par ko cilvēki domā, ja ne viņi paši domā (analizē). Gadījumos, kad cilvēki reti interesējas un diskutē par politiku, televīzija aizstāj sarunas kā galveno politiskās komunikācijas kanālu. Ziņu prioritātes, viena redaktora spriedums ietekmē citus. Tēmu izvēlē redaktori var būt diezgan subjektīvi. TV vairs ne tikai reportē par vēlēšanām, bet arī kļūst par vēlēšanām.

Analizējot televīzijas kanālu pārraidāmo informāciju priekšvēlēšanu periodā, mēs nonācām pie secinājuma, ka politiskie spēki nolūkā iegūt varu izmanto plašu līdzekļu spektru. Galvenais akcents tiek likts uz nevis uz atsevišķiem sižetiem, bet uz tādas pseidorealitātes izveidošanu, kur gandrīz visu informācijas laukumu aizņem kanālā dominējošā politiskā partija vai dažas politiskās partijas.

Pamatojoties uz savākto un apstrādāto informāciju, varam izdarīt sekojošus secinājumus:

1. Kā nelietderīgu un sevi neattaisnojošu uzskatam iespējamo politiskās reklāmas aizliegumu televīzijas kanālos. Šādas “idejas” varētu gūt zināmu atsaucību pēc 2001.gada pašvaldību vēlēšanām no sabiedrības puses, jo daļa no Latvijas iedzīvotājiem vispār skeptiski izsakās par reklāmu, ne tikai politisko. Tas varētu radīt labvēlīgu *augšni* citām politiķu aktivitātēm, kas pievērstu telekanālu uzmanību – dažādi skandāli, politisko konkurentu nomelnošanas kampaņas utt., un tādā gadījumā pastāvētu risks ziņu raidījumiem kļūt par dažādu politisko partiju aktivitāšu *cīņu lauku*.

2. Ņemot par piemēru šī gada politiskās reklāmas kampaņu, jāsecina, ka nevienas partijas reklāma vienā reklāmas blokā netika rādīta vairāk kā trīs reizes (11.03.2001 plkst. 13.25-13.30). Taču ņemot vērā kopējo partiju skaitu, kas vēlētos reklamēties televīzijas kanālā, šāda kvantitāte var liegt reklamēties citai partijai – ja kādai partijai ir pietiekoši resursi, lai iegādātos visu reklāmas laiku un ja televīzijas raidorganizācija strikti ievēro likumu, kas reglamentē reklāmas kopskaitu (ko telekompānijas arī dara), tad tīri teorētiski varētu rasties grūtības citai partijai izvietot savu reklāmu.

3. Politiskās reklāmas biežums. Taču šī jautājuma risināšanas nepieciešamību rada fakts, ka, piemēram, LNT kanālā, kur reklamējās tikai sešas partijas (Rīgā 6 no 17 politisko partiju vai kustību sarakstiem), vienā reklāmas blokā tiek izvietotas līdz pat 12 politiskās reklāmas rullīšiem (03.03.2001 plkst. 20.45 – 20.50). Bet tas jau drīzāk ir pašu politisko partiju un sabiedrisko attiecību veidotāju ziņā. Kā pierādīja 2001.gada pašvaldību vēlēšanu prakse, tad pārlietu bieža (varbūt “uzbāzīga” reklāma) deva pretējo – pārsātinātības - efektu. Domājam, ka politikās reklāmas biežums nebūtu jāreglamentē.

4. Sakarā ar likumā nepietiekoši skaidri formulētu, kas ir slēpta politiskā reklāma, dēļ televīzijas kompānijas var saskarties ar neētisku politiķu un žurnālistu rīcību, ko varētu traktēt kā iespējamo slēpto politisko reklāmu. Kā dažus piemērus varētu minēt *Jaunās Avīzes* reklāmu, kuru reklamē LSDSP pārstāvis E. Baldzēns (16-22 februāris). Protams, centrālais objekts, kas šeit tika reklamēts, bija *Jaunā Avīze* (JA). Šādi

reklāmas rullīši ir abpusēji izdevīgi – kā Jaunajai Avīzei, tā LSDSP, jo notiek abu iesaistīto pušu popularizēšana un atpazīstamības radīšana, tādējādi tā arī ir klasificējama kā politiskā reklāma. Līdzīga rīcība bija vērojama arī šaha turnīra reklāmā (2. – 10. marts). Pasākuma galvenā sponsora – uzņēmuma prezidents parādas reklāmā tādējādi pasvītrodams gan uzņēmuma, gan vadītāja lomu. Tas notiek priekšvēlēšanu laikā un uzņēmuma vadītājs kandidē Rīgas Domes vēlēšanās, kā to šogad parādīja SIA “Kalnozols” īpašnieks V. Kalnozols.

Turpinot apskatīt šādus gadījumus, bez ievērības nevar atstāt Pašvaldību uzņēmuma B/O “Rīgas dārzi un parki” reklāmu (26. februāris – 8. marts), kura divi darbinieki, būdami partiju izvirzīti kandidāti uz RD vēlēšanām, reklamēja uzņēmuma pakalpojumus, bet tajā pašā laikā ieguva iespēju gūt priekšvēlēšanu laikā personīgo reklāmu. A. Kalnkaziņš (TP) un U. Zommers (PCTVL).

5. Lai izvairītos no šādiem gadījumiem, ir nepieciešams noteikt precīzākus iespējamās slēptās politiskās reklāmas gadījumus un rekomendēt TV žurnālistiem nereklamēt politisko partiju biedrus priekšvēlēšanu laikā (jebkādos pasākumos, pakalpojumos, produktos, raidījumos un izdevumos, atstājot iespēju politiķu personīgajai politiskajai reklāmai vai politiskās partijas reklāmas ietvaros). Būtu ieteicams televīzijas raidorganizācijām priekšvēlēšanu laikā netranslēt raidījumus vai filmas, kuras ierunājuši politiķi.
6. Viena no vissarežģītākajām problēmām ir neatkarīgo producentu veidotie autorraidījumi. Šie raidījumi ir ieguvuši dažādu popularitāti skatītāju vidū un to veidotāji ir ieguldījuši vairāku mēnešu vai pat gadu darbu, lai radītu savu un raidījuma tēlu. Prootams, ka raidījuma veidotājiem ir tiesības uzaicināt tos cilvēkus, kas dotajā brīdī šķiet visnepieciešamākie, jo tas var ietekmēt arī raidījuma reitingu. Saprotais, ka politisko partiju pārstāvji ir ieinteresēti piedalīties šādos raidījumos, jo jau pati piedalīšanās var celt viņu reitingu, nemaz jau nerunājot par aplūkojamiem aktuāliem jautājumiem. Ir arī otra puse – skatītāji. Skatītājam ir tiesības uzzināt vairāk informācijas (informācijas dažādība) ne tikai par partiju politiskajām nostādnēm, bet arī par politiskajiem darbiniekiem gan esosajiem, gan arī nākošajiem. Bet savukārt šeit pastāv iespējas slēptai politiskajai reklāmai. It sevišķi tas bija vērojams atsevišķos

LTV 1, bet galvenokārt LTV 2 raidījumos, kad raidījumos pirms vēlēšanām sāka dominēt politiķi.

7. Mēs uzskatām par lietderīgu Radio un televīzijas likumā iestrādāt vairākus punktus no "Nolikuma par pašvaldību deputātu kandidātu aģitācijas kārtību Valsts bezpeļņas SIA "Latvijas televīzija" pirms pašvaldību vēlēšanām". Tā par nepieciešamu uzskatām, ka visos televīzijas kanālos politisko reklāmu jāatdala ar titru "Apmaksāta politiskā reklāma" un skatītājs jāinformē par tās apmaksātāju vismaz 3 sekundes (punkts 3.9.). Nepieciešams būtu arī noteikt šī uzraksta parametrus, lai tas būtu viegli salasāms un standartizēts. Skatītājam ir jābūt informētam, lai neveidotos situācija, kā piemēram, LNT kanālā V. Ruļļa raidījuma "Sarunas" titros ar mazākiem burtiem nekā pārējie titri tiek norādīts, ka tas ir apmaksāts raidlaiks (nenorādot, kurš to apmaksā), bet, kad raidījumā uzstājas kāds politiķis, tad šis uzraksts tiek samazināts vēl vairāk, ka jau ir grūti salasīt.

8. Tā pat par noderīgu uzskatām, ka visās televīzijās visi ar vēlēšanām saistītie raidījumi jāatdala ar titru "Informācija pašvaldību vēlētajiem" (punkts 4.8.)

Domājot par nākotni, jo 8.Saeimas vēlēšanas būs 2001.gada rudenī, kā viens no ieteikumiem būtu, ka Nacionālajai radio un televīzijas padomei varētu būt aktīvāka, piemēram, biežāk uzstājoties TV jau fiksētajiem iespējamajiem pārkāpumiem, to skaidrojumu skatītājiem, t.i. analizēt un izskaidrot skatītājam raidījumu objektivitātes un korektuma kritērijus. Kā arī, lai efektīvi notiktu monitorings būtu jābūt konkrētiem mērķiem, prasībām un kritērijiem pēc kuriem to izvērtēt kā arī definējumam, kas ir slēptā politiskā reklāma.

9. Būtu nepieciešams visām TV kompānijām, t.sk. komerctelevisijai noteikt standartus uzrakstiem par politisko partiju apmaksātiem raidījumiem, lai tie būtu skaidri saredzami un salasāmi.

Grupas dalībnieku viedoklis ir, ka iespējamās slēptās un atklātās politiskās reklāmas pilotprojekts kā pirmais šāda veida projekts Latvijā ir izdevies, jo sabiedrībā tika uzsākta plaša diskusija par politisko reklāmu.

PIELIKUMS

Politiskā reklāma LTV2

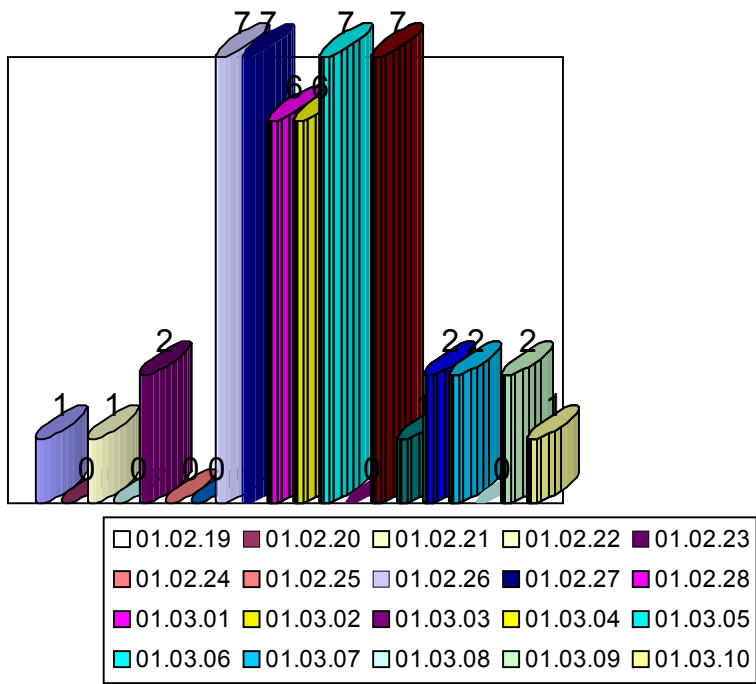
Politiskās partijas un reklāmas rullīšu skaits

Datums	Rullīšu skaits	Partija
29.01. līdz 18.02.01	0	0
19.02.01	1	LC
20.02.01	0	0
21.02.01	1	LC
22.02.01	0	0
23.02.01	2	LC
24.02.01	0	0
25.02.01	0	0
26.02.01	7	LC
27.02.01	7	LC
28.02.01	6	LC
1.03.01	6	LC
2.03.01	7	LC
3.03.01	0	0
4.03.01	7	6LC, 1TB/LNNK
5.03.01	1	TB/LNNK
6.03.01	2	LC, TB/LNNK
7.03.01	2	LC, TB/LNNK
8.03.01	0	0
9.03.01	2	LC
10.03.01	1	LC

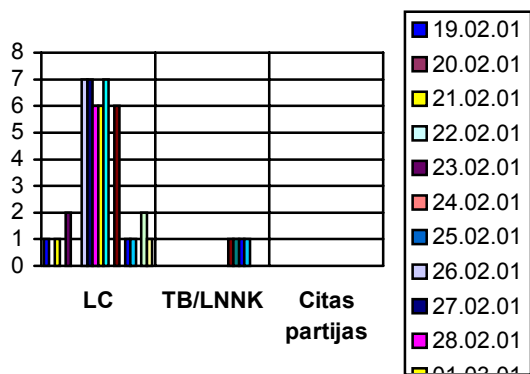
Partiju rullīši pēc partijas un skaita

Datums	Skaitis	Partija
19.02.01	1	LC
20.02.01	0	0
21.02.01	1	LC
22.02.01	0	0
23.02.01	2	LC
24.02.01	0	0
25.02.01	0	0

Reklāmas rullīšu skaits



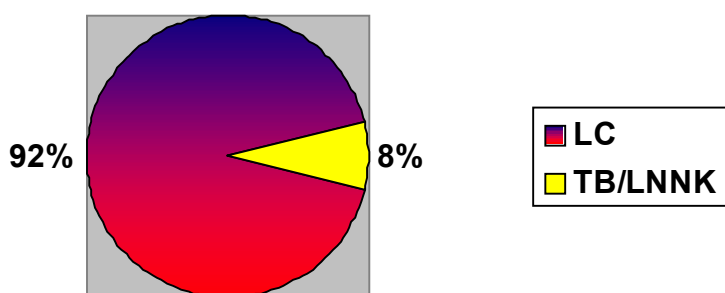
26.02.01	7	LC
27.02.01	7	LC
28.02.01	6	LC
1.03.01	6	LC
2.03.01	7	LC
3.03.01	0	0
4.03.01	7	6LC, 1TB/LNNK
5.03.01	1	TB/LNNK
6.03.01	2	LC, TB/LNNK
7.03.01	2	LC, TB/LNNK
8.03.01	0	0
9.03.01	2	LC
10.03.01	1	LC



Datums	Skaitis	Partija	Kandidāti
19.02.01	1	LC	?
20.02.01	0	0	0
21.02.01	1	LC	A.Poča
22.02.01	0	0	0
23.02.01	2	LC	V.Radelis (Talsi), A.Celms (Jelgava), T.Puķītis (Sigulda), E.Bartkevičs (Ogre), A.Troska (Lielvārde), A.Poča (Rīga); N.Abola
24.02.01	0	0	0
25.02.01	0	0	0
26.02.01	7	LC	N.Abola (2), O.Burovs (2), V.Vestermanis (2); V.Radelis (Talsi), A.Celms (Jelgava); T.Puķītis (Sigulda); E.Bartkevičs (Ogre); A.Troska (Lielvārde); A.Poča (Rīga).
27.02.01	7	LC	Māra Bite (?), Arturs Lieģis (Kuldīga), Daiga Buša (Saulkrasti), Andris Elksnītis (Dobele), Uldis Paškēvičs (Limbaži), Aija Poča (Rīga).; N.Abola (2), O.Burovs (2); V.Vestermanis (2)
28.02.01	6	LC	V.Vestermanis (2), N.Abola (2), O.Burovs (2)
1.03.01	6	LC	N.Abola (2); O.Burovs (2); V.Vestermanis (2)
2.03.01	7	LC	Visvaldis Radelis (Talsi), Agris Celms (Jelgava), T.Puķītis (Sigulda); E.Bartkevičs (Ogre); A.Troska (Lielvārde); A.Poča (Rīga); N.Abola (2); O.Burovs (2); V.Vestermanis (2)
3.03.01	0	0	0
4.03.01	7	6LC, 1TB/LNNK	Andris Ārgailis (TB/LNNK); N.Abola (2), V.Vestermanis (2), O.Burovs (2)
5.03.01	1	TB/LNNK	---labs cilvēks--
6.03.01	2	LC, TB/LNNK	Visvaldis Radelis (Talsi), Agris Celms (Jelgava), Tālis Puķītis (Sigulda), Edvīns Bartkevičs (Ogre), Aivars Troska (Lielvārde), Aiga Poča (Rīga)./ Inese Vaidere, Valdis Kalnozols, Jānis Birks.
7.03.01	2	LC, TB/LNNK	Māra Bite(Bauska), Artūrs Lieģis (Kuldīga), Daiga Buša (Saulkrasti), Andris Elksnītis (Dobele), Uldis Paškevičs (Limbaži), Aija Poča (Rīga)./--labie cilvēki--
8.03.01	0	0	0
9.03.01	2	LC	Māra Bite(Bauska), Artūrs Lieģis (Kuldīga), Daiga Buša (Saulkrasti), Andris Elksnītis (Dobele), Uldis Paškevičs (Limbaži), Aija Poča (Rīga)./N.Abola
10.03.01	1	LC	A.Poča

PARTIJA	POLITISKĀS REKLĀMAS RULLIŠI	
	Ar kandidātu piedalīšanos	Bez kandidātu piedalīšanas
LC	47	0
TB/LNNK	2	2
Partija	Nepolitiskās (slēptās) reklāmas rullīši	
LC	2 (Einars Grigors reklamē biskvītu)	0
TB/LNNK	0	0

Reklāmas rullīši (politiskā rekl.)



TP	0	1 (TPJorg. Logo)
Zāļa partija	1 (raidījuma "Arguments" anonss)	0

Kandidāts partiju politiskās reklāmas rullīšos

Partija	Kandidāts	Skaitis		
		Viens 'varonis'	Grupā	Kopā
LC	A.Poča	2	7	9
	N.Abola	14	0	14
	O.Burovs	12	0	12
	V.Vestermanis	12	0	12
	V.Radelis	0	4	4
	A.Celms	0	4	4

	T.Puķītis	0	4	4
	E.Bartkevičs	0	4	4
	A.Troska	0	4	4
	M.Bite	0	3	3
	A.Lieģis	0	3	3
	D.Buša	0	3	3
	A.Elksnītis	0	3	3
	U.Paškēvičs	0	3	3
TB/LNNK	A.Ārgailis	1	0	1
	I.Vaidere	0	1	1
	V.Kalnozols	0	1	1
	J.Birks	0	1	1
Kopā		41	45	86

Papildinājums+2 pēdējas nedēļas:

Kandidāts	Parādījās	Partija	Raidījums	Datums
Andris Kravalis	1	LSDSP	“Bizness—ekonomika”	20/02/01
Valdis Stīģis	1	LZS/LDP	“Brāļu Straubergu auto programma”	21/02/01
Edvīns Bartkevičs	1	LC	“Bizness—ekonomika”	22/02/01
Guntis Grīnbergs	2	LC	“Anniņas virtuve”/ “Bizness-ekonomika”	26/02/01; 5/03/01
Tatjana Feigmane	1	PCTVL	“Ziņas”	26/02/01
Mārtiņš Bojārs	2	“Mārupe”	“Bizness-ekonomika”; “Biznesa apskats”	23/02/01; 26/02/01
Ļudmila Vīksna	1	LC	“Lielā pielaikošana”	27/02/01
Oļegs Burovs	1	LC	“Paredzēta tikšanās”	28/02/01
Jānis Ozols	1	LC	“Kā veselība?”	28/02/01
Andris Ārgailis	3	TB/LNNK	“Biznesa apskats” (radīts)“Ziņas”	29/02/01, 1/03/01; 29/01/01
Jānis Kosītis	3	LC	“Biznesa apskats” (intervēts)/ “Bizness-ekonomika”	29/02/01; 7/03/01, 8/03/01
Andris Torgāns	2	TB/LNNK	“Bizness-ekonomika”; “Ikdiena”	20/02/01; 1/03/01
Aivars Kreitus	2	Darba partija	“Kompetences skala”	15/02/01,1/03/01
Viesturs Koziols	3	LC	“Lielā pielaikošana”; “Varas viedoklis”/“Bizness-ekonomika”	20/02/01; 2/03/01; 6/03/01, 9/03/01
Gunārs Lasmanis	5	TB/LNNK	“Ikdiena”/“Ziņas” (radīts)“8 stāvs”	15/02/01; 2/03/01; 4/03/01; 8/03/01,

			(radīts)/ “Bizness-ekonomika”/”Medicīnas aktualitātes”	25/02/01
Baiba Rozentāle	2	LSDSP	“Bizness-ekonomika”/”Ziņas”(intervēta)	6/02/01; 2/03/01
Aleksandrs Muhlinkins	1	LSDSP	“Biznesa apskats”	2/03/01
Viesturs Boka	7	TB/LNNK	“Medicīnas aktualitātes”/”Labirints”/”Bizness-ekonomika”	3/02/01,12/02/01, 17/02/01, 25/02/01, 3/03/01; 4/03/01; 6/03/01
Viktors Jaksons	1	TB/LNNK	“Medicīnas aktualitātes”	3/03/01
Daina Šulce	1	“Attīstība”	“Viena pasaule, viena cerība”	4/03/01
Aigars Ķīmenis	3	TB/LNNK	“Labirints”/”Bizness-ekonomika”	4/03/01; 5/03/01, 7/03/01
Jānis Butnors	1	LSDSP	“Bizness-ekonomika”	12/02/01
Ēgils Bisenieks	2	TB/LNNK	“Bizness-ekonomika”	5/03/01, 8/03/01
Aleksejs Vidavskis	2	LC/DPP	“Varas viedoklis”; “Bizness-ekonomika”(radīts)	16/02/01; 5/03/01
Armands Krūmiņš	1	Saulkrastu padomes priekšsēdētājs	“Bizness-ekonomika”	5/03/01
Jānis Gulbis	1	LSDSP	“Bizness-ekonomika”	6/03/01
Dzintars Zariņš	1	LC	“Bizness-ekonomika”	6/03/01
Jurijs Žuravļovs	1	Labklājības partija	“Bizness-ekonomika”	7/03/01
Marika Žuravļova	1	Labklājības partija	“Bizness-ekonomika”	7/03/01
Uldis Sesks	3	LC/TP	“Op.5”, “Tieši mērķī”/”Ziņas”	4/02/01; 17/02/01; 8/03/01
Juris Visockis	1	LC	“Bizness-ekonomika”	8/03/01
Einars Grigors	2	LC	“Bizness-ekonomika”	8/03/01
Galina Alijeva	2	LDP	“Bizness-ekonomika”	8/03/01, 9/03/01
Romualds Leveika	1	LSDSP	“Bizness-ekonomika”	9/03/01
Inga Pīterniece	1	LC	“Bizness-ekonomika”	9/03/01
Jānis Birks	1	TB/LNNK	?	10/02/01
Almants	1	LC	“Anniņas virutve”	5/02/01

Polikevičs				
I.Lūsis (Rīgas raj. Stopiņu pagasta priekšs.	1	-----	“Biznesa apskats”	6/2/01
A.Ence (Babītes padomes priekšs.	1	-----	Tozhw	Tozhe
A.Leimanis	1	LC	“Paredzēta tikšanās”	31/01/01
A.Glāzītis, RNSK direktors	4	LC	“Varas viedoklis”; “Medicīnas aktualitātes”; “Business-ekonomika”	2/02/01;20/02/01; 3/02/01, 12/02/01
M. Švarcs, Rēzeknes raj. Dmes priekšs.	1	-----	“Tā ir Latgale”	9/02/01
Nikifors Zimovs, Lūznavas pagasta priekšs.	1	-----	“Tā ir Latgale”	9/02/01
Jānis Jukna, Rēzeknes mērs.	1	LC/DP	“Tā ir Latgale”	9/02/01
Māris Purgailis	1	LC	“Anniņas virtuve”	12/02/01
Helmūts Balderis	1	LC	“Lielā pielaikošana”	13/02/01
Juris Šmits	1	LC	“Paredzēta tikšanās”	14/02/01
Indulis Emsis	1	LZP	“Arguments”	17/2/01
Egons Lavendelis	2	LC	“Business-ekonomika”; “Arguments”	21/02/01; 17/2/01
Juris Punculs	1	LSDSP	“Business-ekonomika”	19/02/01
Juris Salmiņš	1	Mēs Krimuldas pagastam	“Business-ekonomika”	19/02/01
Juris Āzers	2	LC	“Ikdiena”/“Business- ekonomika”	15/02/01; 19/02/01
Aivars Vētra	2	LC	“Business-ekonomika”	20/02/01

Aleksandrs Krjačeks	1	LDP	“Paredzēta tikšanās”	21/02/01
J.Rudzītis, Ikšķiles pils. Domes priekšs.	1	-----	“Business-ekonomika”	22/02/01
Jānis Karpovičs	1	TB/LNNK	?	25/02/01
Guntis Strazds	2	LDP	“Business-ekonomika”	22/02/01, 23/02/01
Edmunds Krastiņš	1	TP	“Varas viedoklis”	8/03/01
M.Kurprija nova	1	LDP	“Paredzēta tikšanās”	?
Aloizs Blonskis	1	LC	“Anniņas virtuve”	?
Andris Ameriks	1	LDP	“Paredzēta tikšanās”	7/03/01

Partija	Kandidātu skaits, kas tika rādīti raidījumos
LC	21
LC/DPP	1
LC/TP	1
LZS/LDP	1
LDP	5
LC/LDP	1
LC/TP	1
TP	1
PCTVL	1
LZP	1
LSDSP	7
TB/LNNK	9
Darba partija	1
Labklājības partija	2
“Attīstība”	1
“Mēs Krimuldas pagastam”	1
Neidentificēti	6

Pielikums (LNT)

Reklāmas rullīšu skaits "LNT" kanālā, (%)

Novērošanas laiki – darba dienās 7.00 – 9.00; 18.00 – 23.00
brīvdienās 14.00 – 23.00

Partija/Mēnesis	februāris	Marts (līdz 11.03.2001)	kopā
LC	45%	32%	38% (336)
TP	45%	26%	35% (305)
LSDSP	8%	12%	10% (87)
TB/LNNK	2%	15%	9% (83)
JKP	-	8%	4% (40)
ZP	-	7%	4% (35)

Reklāmu rullīšu skaits (%) "LNT" reklāmas blokos

Mēnesis/ reklāmas bloks	7.00-9.00	18.00-23.00	14.00-23.00 Sestd. un Svētd.	kopā
Februārī	14%	53%	33%	44%
Martā	9%	57%	34%	56%
Kopā	12%	55%	33%	

- Kopējais novērotais reklāmu rullīšu skaits "LNT" kanālā ~ 886
- Krievu valodā raidītās reklāmas - 1% (~8)
- Lielākais reklāmu skaits vienā reklāmas blokā "LNT" kanālā – 12 politisko partiju un apvienību reklāmas rullīši vienā reklāmas blokā.

LC – Apvienība "Latvijas Ceļš"

TP – "Tautas Partija"

LSDSP – Latvijas Sociāldemokrātiskā Strādnieku partija

TB/LNNK – Apvienība "Tēvzemei un Brīvībai" un LNNK

JKP – "Jaunā Kristīgā partija"

ZP – "Zaļā partija"