

LR Vyriausybės kanclerei Giedrei Balčytytei
LR Vyriausybės kanceliarijai
LR Teisingumo ministrei Evelinai Dobrovolskai
LR Teisingumo ministerijai

**DĖL RINKIMŲ KODEKSO PATVIRTINIMO, ĮSIGALIOJIMO IR ĮGYVENDINIMO
KONSTITUCINIO ĮSTATYMO PROJEKTO NR. XIVP-1279**

2022-03-29
Vilnius

Interneto žiniasklaidos asociacija, reaguodama į tai, kad š. m. kovo 10 d. Seimo plenariniame posėdyje pateikti konstitucinio įstatymo projektai - Rinkimų kodekso, Politinių organizacijų įstatymo ir Administracinių nusižengimų kodekso 12, 85, 86, 88, 89, 92, 93, 544 ir 545 straipsnių pakeitimo įstatymo projektai, dėl kurių Seimas paprašė Vyriausybės išvados, teikia pastabas ir pasiūlymus, kaip tobulinti šiuos projektus.

Asociacijos teikiami pasiūlymai yra susiję su internetinės žiniasklaidos veikla ir jie yra labai svarbūs kasdieniame redakcijų darbe rinkimų laikotarpiu. Kai kurios teisės aktų formuluotės yra netikslingos, neatliepiančios žiniasklaidos rinkos specifikos ir ateityje gali sukelti nesusipratimų nuolatiniame redakcijų darbe įvairiais rinkiminiais laikotarpiais. Jei dabartinės formuluotės liktų nepakeistos, nepavyktų išvengti keblumų, o kai kuriais atvejais – net ginčų tarp politinės kampanijos dalyvių ir naujienų portalų redakcijų.

Pavyzdžiui, labai svarbu patikslinti formuluotes, kurios susijusios su debatų organizavimu interneto žiniasklaidos priemonėse, nes dabartiniai Seime registruoti siūlymai įpareigoja ne tik visuomeninį transliuotoją – Lietuvos radiją ir televiziją (LRT), bet ir visas kitas žiniasklaidos priemones, tar jų ir naujienų portalus, į organizuojamas diskusijų laidas kviešti absoliučiai visus kandidatus. Svarbu atkreipti dėmesį į tai, kad naujienų portalai neturi galimybių ir techninių išteklių į diskusijų laidas pakviesti absoliučiai visų kandidatų, priešingai nei LRT. Tokių kandidatų gali būti ir keliasdešimt, tad turi būti sudaryta galimybė redakcijoms planuoti įdomų ir kokybišką turinį pačioms, neprimetant praktiškai neįgyvendinamų pareigų tokių kaip į mažas studijas sukviesti po keliasdešimt kandidatų, kas yra neįmanoma.

Taip pat norėtume atkreipti dėmesį į tai, kad šiuose teisės aktų projektuose – beveik neskiriama dėmesio socialiniams tinklams ir nuomonių formuotojams, kurių darbo laukas – socialiniai tinklai ir įvairios interneto platformos. Mūsų nuomone, būtina reglamentuoti, bent jau dalinai, ir politinės reklamos teikimą socialiniuose tinkluose, įvairiose interneto platformose, kuriose nuomonių formuotojai skelbia savo kuriamą turinį. Tai leistų išvengti daugybės nesusipratimų tarp rinkimų kampanijos dalyvių, palengvintų darbą Vyriausiajai rinkimų komisijai (VRK), tiriant skundus dėl politinės reklamos interneto platformose, ir įneštų daugiau skaidrumo bei šiuolaikiškumo į rinkimų kampanijas Lietuvoje.

Tad labai prašome atsižvelgti į teikiamus siūlymus dėl minėtų teisės aktų. Kilus klausimams, esame pasirengę į juos atsakyti, suteikti detalesnę informaciją apie interneto žiniasklaidos veiklos specifiką.

Interneto žiniasklaidos asociaciją vienija didžiausias skaitytojų auditorijas turintys naujienų portalai www.DELFI.lt, www.15min.lt, www.Lrytas.lt, www.tv3.lt, www.madeinvilnius.lt, www.kasvyksta.lt, www.ve.lt, www.etaplius.lt.

Eil. Nr.	Siūloma keisti			Pasiūlymo turinys
	str.	str. d.	p.	
	95	1		<p>Argumentai:</p> <p>Kandidatų skaičius neribojamas, tačiau ribotos yra naujienų portalų galimybės. Todėl kandidatų teisės visuomenės informavimo priemonių atžvilgiu negali būti suabsoliutinamos, pažeidžiant konstitucinį protingumo principą.</p> <p>Įprastai politikų komentarai naujienų portalų nuomonių rubrikose ir naujienų skyreliuose atrenkami pagal aktualumo kriterijų, kuris yra svarbiausias. Kai atsiųstų straipsnių padaugėja ir jie visi negali būti paskelbti, straipsniai atrenkami pagal kelis kriterijus: pagal aktualumo visuomenei aspektą, pagal iškeltų problemų mastą, pagal teksto kokybę, pagal autoriaus partinę priklausomybę (kad būtų kuo daugiau įvairesnių partijų atstovų publikuoti).</p> <p>Pažymėtina, kad Rinkimų kodekso 100 straipsnis daro esminį skirtumą tarp specialios rinkimų agitacijos laidos ir diskusijų laidos. Netgi Lietuvos nacionalinis radijas ir televizija negali organizuoti laidos, kurioje dalyvautų visos partijos ir rinkimų komitetai. Diskusijų laidos organizuojamos visuomenės informavimo priemonių iniciatyva ir svarbiausias tikslas yra diskusijos aktualumas ir nauda visuomenei. Todėl diskusijų laidos negali būti prilyginamos specialioms rinkimų agitacijos laidoms ir negali būti keliami reikalavimai, kurių praktikoje neįmanoma įvykdyti - dėl ko diskusijų laidos paprasčiausiai nerengiamos.</p> <p>Pasiūlymas:</p> <p>1. Pakeisti 95 straipsnio 1 dalį ir ją išdėstyti taip: „1. Vyriausiajai rinkimų komisijai paskelbus kandidatus ir kandidatų sąrašus, kandidatai turi lygias teises pasisakyti rinkėjų ir kitokiuose susirinkimuose, pasitarimuose, posėdžiuose, specialiose rinkimų laidose ir skelbti savo ar juos iškėlusios partijos arba rinkimų komiteto rinkimų programą. Viešosios informacijos skleidėjai vykdydami savo veiklą turi teisę organizuoti diskusijas ir vykdyti dalyvių atranką, pagal viešai paskelbtas atrankos taisykles. Kandidato teisė pasisakyti nėra pažeidžiama, jeigu dėl didelio kandidatų skaičiaus ne visi kandidatai pakviečiami dalyvauti viešojo skleidėjo iniciatyva organizuojamose diskusijose.</p>
	96	3		<p>Argumentai:</p> <p>Politinės partijos, rinkimų komitetai ir kandidatai turėtų būti įpareigoti visus mokėjimus, susijusius su socialiniais tinklais (ypač rinkiminiu laikotarpiu) vykdyti tik iš vienos, Vyriausiajai rinkimų komisijai deklaruotos banko sąskaitos. Rinkimų ataskaitose jau dabar būtina deklaruoti kiek pinigų agitacijai buvo išleista visuose žiniasklaidos kanaluose. Remiantis pateiktu siūlymu, politinės partijos nesudėtingai galėtų išskirti išlaidas agitacijai ir reklamai socialiniuose tinkluose. Tuo būtų suvienodinami reikalavimai politinių partijų finansinėse ataskaitose išskirti išlaidas skirtingose žiniasklaidos kanaluose (TV, radijo, spausdintinėje ir internetinėje žiniasklaidoje, lauko reklamos stenduose ir kt.), įtraukiant išlaidas socialiniuose tinkluose Facebook, Instagram,</p>

			<p>LinkedIn, TikTok, Google ir kituose. Tai padės užtikrinti rinkimuose dalyvaujančių kandidatų ir partijų finansinį skaidrumą, atskaitomybę visuomenei bei rinkimus prižiūrinčioms institucijoms.</p> <p>Pasiūlymas: 2. Pakeisti 96 straipsnio 3 dalį ir ją išdėstyti taip: „3. Su rinkimų politinė kampanija susijusią atlygintą politinę reklamą gali apmokėti tik pats rinkimų politinės kampanijos dalyvis. Rinkimų politinės kampanijos dalyvis privalo deklaruoti Vyriausiajai rinkimų komisijai vieną banko sąskaitą ir visus mokėjimus už politinę reklamą (įskaitant mokėjimus už politinę reklamą socialiniuose tinkluose) vykdyti tik iš šios banko sąskaitos.“</p>
	96	5	<p>Argumentai: Neatlygintinai skleidžiant politinę reklamą socialiniuose tinkluose, įvairiose nuotraukose, įrašuose ar pan., dalijantis svetainėse, kuriuose informacija pagal socialinio tinklo ar svetainės nuostatas skleidžiama neatlygintinai, politinės reklamos žymoje turėtų būti nurodyta, iš kokių lėšų yra ar bus apmokėtas politinės reklamos parengimas arba kad politinę reklamą parengė pats politinės kampanijos dalyvis. T.y. skleidžiant neatlygintą reklamą socialiniuose tinkluose, ją skleidžiantis asmuo turi aiškiai pažymėti, kad tai - politinė reklama.</p> <p>Pasiūlymas: 3. Papildyti 96 straipsnį 5 dalimi: „5. Kai ne politinės kampanijos laikotarpiu politinę reklamą (atlygintą ar neatlygintą) socialiniuose tinkluose skleidžia šio straipsnio 1 dalyje nurodyti asmenys, jie privalo ją pažymėti ir nurodyti, iš kokių lėšų parengta reklama arba kad reklamą parengė pats ją skleidžiantis asmuo. Politinės kampanijos laikotarpiu neatlygintina politinė reklama yra draudžiama, bet jei ji skleidžiama draudžiamu laikotarpiu, Vyriausioji rinkimų komisija sprendžia dėl socialinių tinklų įrašuose neatlygintinai skleidžiamos politinės reklamos: nustato kriterijus, vertina skundus. Nustačius ne politinės kampanijos dalyvių socialinių tinklų įrašuose neatlygintinai skleistą politinę reklamą, skleidėjui taikoma administracinė atsakomybė, numatyta ANK. Atitinkamai keistina kitų straipsnio dalių numeracija.</p>
	96	8	<p>Argumentai: Siekiant teisinio apibrėžtumo ir aiškumo bei rinkėjų neklaidinimo, rinkimų politinės kampanijos dalyvis socialiniame tinkle turėtų naudoti tik vieną paskyrą politinei reklamai platinti. Jeigu rinkimų politinės kampanijos dalyvis naudoja daugiau nei vienu socialiniu tinklu, kiekviename socialiniame tinkle jis gali turėti po vieną paskyrą, per kurią gali skleisti politinę reklamą ir agitaciją.</p> <p>Pasiūlymas: 4. Papildyti 96 straipsnį 8 dalimi: „8. Rinkimų politinės kampanijos dalyvis turi deklaruoti Vyriausiajai rinkimų komisijai ne daugiau nei vieną paskyrą</p>

				socialiniame tinkle, per kurį jis skleis apmokamą politinę reklamą ir agitaciją.“
	98	3	4	<p>Argumentai:</p> <p>Kodekso 98 straipsnio 3 dalis apibrėžia, kas nelaikoma politine reklama. Tačiau tai padaryta pernelyg siaurai.</p> <p>Politine reklama nelaikomi politinių partijų, kandidatų, kitų politinės kampanijos dalyvių pranešimai ir komentarai, kuriuose nėra skelbiama programa arba nuoroda į politinės kampanijos dalyvių interneto svetaines, kai šie pranešimai ir komentarai neatlygintinai skelbiami interneto svetainėse, naujienų portaluose veikiančiuose specialiai rinkimų laikotarpiu ar politikų nuomonėms skirtuose skyreliuose / rubrikose, kuriuose suteikiama teisė pasisakyti visiems politikams, visuomenės atstovams, rinkėjams visais aktualiais klausimais (Vyriausiosios rinkimų komisijos 2018 m. birželio 19 d. sprendimu Nr. Sp-75 patvirtintų Rekomendacijų dėl politinės reklamos skleidimo politinės kampanijos laikotarpiu 3.4 punktas)</p> <p>Atsižvelgiant į tai, turi būti numatyta dar viena išimtis.</p> <p>Kaip minėta, politikų komentarai portalų naujienų rubrikose atrenkami pagal aktualumo kriterijų, kuris yra svarbiausias. Kai atsiųstų straipsnių padaugėja ir jie visi negali būti paskelbti, straipsniai atrenkami pagal kelis kriterijus: pagal aktualumo visuomenei aspektą, pagal iškeltų problemų mastą, pagal teksto kokybę, pagal autoriaus partinę priklausomybę (kad būtų kuo daugiau įvairesnių partijų atstovų publikuota).</p> <p>Pasiūlymas:</p> <p>5. Papildyti 98 straipsnio 3 dalį 4 punktu:</p> <p>„4) laikraščių, televizijų, radijų, internetiniuose naujienų portaluose veikiančiuose specialiai rinkimų laikotarpiu ar nuolatiniuose politikų nuomonėms skirtuose skyreliuose / rubrikose, kuriuose lygiais pagrindais (pagal tuos pačius kriterijus) suteikiama teisė pasisakyti visiems politikams, neatlygintinai paskelbtas kandidato ar kito politiko komentaras aktualiu visuomenei klausimu“.</p>
	100	4		<p>Argumentai:</p> <p>Lietuvos nacionalinis radijas ir televizija yra valstybei priklausanti viešoji įstaiga, finansuojama iš Lietuvos valstybės biudžeto lėšų. Todėl specialios laidos negali būti laikomos jos privačia nuosavybe.</p> <p>Be to, rinkiminės kampanijos laikotarpiu turėtų būti keliamas tikslas, kad specialios laidos pasiektų kuo daugiau žiūrovų.</p> <p>Todėl LRT įpareigotina dalintis specialių laidų tiesioginiu signalu su kitomis visuomenės informavimo priemonėmis.</p> <p>Pasiūlymas:</p> <p>6. Pakeisti 100 straipsnio 4 dalį ir ją išdėstyti taip:</p> <p>„4. Nacionalinio lygmens specialias laidas nemokamai rengia ir transliuoja Lietuvos nacionalinis radijas ir televizija. Vyriausioji rinkimų komisija, suderinusi su Lietuvos nacionalinio radijo ir televizijos vadovu, tvirtina šių laidų rengimo taisykles, jų trukmę ir laiką. Lietuvos nacionalinis radijas ir televizija turi sudaryti galimybę kitoms visuomenės informavimo priemonėms gauti specialių laidų tiesioginį</p>

			signalą ir retransliuoti specialias laidas arba rodyti specialių laidų įrašus.“
	100	7	<p>Argumentai:</p> <p>Rinkimų kodekso 100 straipsnis daro esminį skirtumą tarp specialios rinkimų agitacijos laidos ir diskusijų laidos. Netgi Lietuvos nacionalinis radijas ir televizija negali organizuoti laidos, kurioje dalyvautų visos partijos ir rinkimų komitetai. Diskusijų laidos organizuojamos visuomenės informavimo priemonių iniciatyva ir svarbiausias tikslas yra diskusijos aktualumas ir nauda visuomenei. Todėl diskusijų laidos negali būti prilyginamos specialioms rinkimų agitacijos laidoms ir negali būti keliami reikalavimai, kurių praktikoje neįmanoma įvykdyti - dėl ko diskusijų laidos paprasčiausiai nerengiamos.</p> <p>Visuomenės informavimo įstatymo 16 straipsnis įpareigoja visuomenės informavimo priemones užtikrinti nuomonių įvairovę.</p> <p>Pasiūlymas:</p> <p>7. Pakeisti 100 straipsnio 7 dalį ir ją išdėstyti taip:</p> <p>„7. Savo iniciatyva, užtikrindami nuomonių įvairovę ir laikydamiesi laidoje dalyvaujančių kandidatų lygiateisiškumo principo, diskusijų laidas turi teisę rengti visi transliuotojai. Tokių laidų rengimui netaikomos šiame straipsnyje nustatytos sąlygos.“</p>
	101	2	<p>Argumentai:</p> <p>Šioje dalyje pateikta prieštaringa informacija dėl paskutinės dienos, kada gali būti paskelbta kompromituojanti informacija. Bet kuriuo atveju, siūlomas reglamentavimas neatsižvelgia į naujienu portalų veiklos specifiką, dėl ko siūlomi terminai turėtų būti trumpinami.</p> <p>Taigi kompromituojanti informacija skelbtina ne vėliau kaip likus 2 dienoms iki rinkimų dienos, o atsakomoji nuomonė - ne vėliau kaip likus vienai dienai iki rinkimų dienos.</p> <p>Pasiūlymas:</p> <p>8. Pakeisti 101 straipsnio 2 dalį ir ją išdėstyti taip:</p> <p>„2. Kompromituojančią informaciją draudžiama skelbti visuomenės informavimo priemonėje likus 2 dienoms iki rinkimų dienos, taip pat paskutiniame periodiniame leidinyje iki rinkimų dienos. Visuomenės informavimo priemonė, paskelbusi kompromituojančią informaciją apie rinkimų politinės kampanijos dalyvį, kandidatų sąrašą ar kandidatą, privalo suteikti teisę jiems pareikšti atsakomąją nuomonę. Atsakomąją nuomonę sudaro paskelbtos kompromituojančios informaciją trumpas išdėstymas ir atsakymas. Atsakomoji nuomonė paprastai negali būti daugiau kaip tris kartus ilgesnė už kompromituojančią informaciją. Visuomenės informavimo priemonė atsakomąją nuomonę turi paskelbti ne vėliau kaip likus 1 dienai iki draudimo vykdyti rinkimų agitaciją pradžios. Jeigu visuomenės informavimo priemonė negali per šio kodekso nustatytą laikotarpį pati paskelbti atsakomosios nuomonės, ji turi pasirūpinti savo lėšomis paskelbti atsakomąją nuomonę kitoje visuomenės informavimo priemonėje adekvačiu būdu.“</p>
	101	5	Argumentai:

			<p>Kompromituojanti informacija gali būti paskleista ne tik per visuomenės informavimo priemonę, bet ir, pvz., interneto erdvėje per socialinius tinklus. Toks kompromituojančią informaciją paskleidęs asmuo taip pat turėtų būti įpareigotas paskelbti atsakomąją nuomonę.</p> <p>Kartu atkreiptinas dėmesys, kad Žurnalistų etikos inspektorius ir administracinių teismų praktikoje socialinio tinklo paskyra prilyginama visuomenės informavimo priemonei.</p> <p>Pasiūlymas: 9. Papildyti 101 straipsnį 5 dalimi: „5. Jeigu kompromituojančią informaciją paskelbė ne visuomenės informavimo priemonė, atsakomąją nuomonę privalo savo lėšomis paskelbti kompromituojančią informaciją paskelbęs fizinis ar juridinis asmuo.“</p>
	103	2	<p>Argumentai: Ši dalis priskiria visuomenės informavimo priemonei atsakomybę nustatyti, ar einantis atsakingas pareigas kandidatas pažeidė draudimą agituoti. Turi būti aiškiai nurodyta, kad visuomenės informavimo priemonė turi pašalinti agitaciją vykdydama Vyriausios rinkimų komisijos nurodymą.</p> <p>Pasiūlymas: 10. Pakeisti 103 straipsnio 2 dalį ir ją išdėstyti taip: „2. Kandidatas, einantis pareigas valstybės, savivaldybių ar Europos Sąjungos institucijose ar įstaigose, Lietuvos nacionaliniame radijuje ir televizijoje, per regioninį transliuotoją ar savivaldybių visuomenės informavimo priemonėse, vykdydamas rinkimų agitaciją, gali pasisakyti tik šio kodekso nustatyta tvarka. Jeigu kandidatas dėl einamų pareigų turi per visuomenės informavimo priemones pranešti svarbių žinių, tai jis gali padaryti laikydamasis draudimo agituoti. Jeigu nustatoma, kad tokio pranešimo, transliuojamo tiesiogiai, metu buvo agituojama, atsakingu asmeniu yra laikomas agitavęs asmuo. Vyriausiosios rinkimų komisijos nurodymu visuomenės informavimo priemonė privalo užtikrinti, kad skelbiant įrašą agitacija būtų pašalinta.“</p>
	104	1	<p>Argumentai: Kaip minėta, naujienų portaluose veikiančiuose specialiai rinkimų laikotarpiu ar politikų nuomonėms skirtuose skyreliuose / rubrikose, kuriuose lygiais pagrindais (pagal tuos pačius kriterijus) suteikiama teisė pasisakyti visiems politikams, neatlygintinai paskelbtas kandidato ar kito politiko <u>komentaras</u> aktualiu visuomenei klausimu nėra politinė reklama. Todėl išimtis turi būti taikoma ir politikų komentarams.</p> <p>Pasiūlymas: 11. Pakeisti 104 straipsnio 1 dalį ir ją išdėstyti taip: „1. Rinkimų agitacija, įskaitant ir kitų tuo metu vykstančių rinkimų ir referendumų agitaciją, neatsižvelgiant į jos būdus, formas ir priemones, draudžiama likus 7 valandoms iki balsavimo rinkimų dieną pradžios ir rinkimų dieną iki balsavimo pabaigos. Išimties taikomos išorinei politinei reklamai, ne vėliau kaip paskutinę darbo dieną iki prasidedant šiam rinkimų agitacijos draudimui iškabintai ne mažiau kaip 50 metrų atstumu</p>

				aplink pastatą, kuriame yra balsavimo patalpa, ir kampanijos dalyvių neatlygintinai skleidžiamai informacijai (pranešimams, naujienų portalų komentarams, įrašams), kuri nėra laikoma rinkimų agitacija, kampanijos dalyviams priklausančiose interneto svetainėse ir asmeninėse socialinių tinklų paskyrose.“
--	--	--	--	--

Interneto žiniasklaidos asociacijos (IŽA) pirmininkė

Lina Bušinskaitė