



NACIONĀLĀ ELEKTRONISKO
PLAŠSAZIŅAS LĪDZEKĻU PADOME

Rīgā, 2018.gada 28.jūnijā

LĒMUMS Nr.96

Par administratīvā pārkāpuma lietvedības izbeigšanu un mutvārdu aizrādījuma izteikšanu administratīvā pārkāpuma lietā Nr.AP/2018/6-7/2

Izskatot 2018.gada 20.aprīlī uzsākto administratīvā pārkāpuma lietu par iespējamo Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 201.⁵ panta devītajā daļā paredzētā administratīvā pārkāpuma izdarīšanu elektroniskā plašsaziņas līdzekļa VSIA “Latvijas Televīzija”, reģ.Nr. 40003080597, (turpmāk – Latvijas Televīzija) programmā “LTV1”, apraides atļaujas Nr.TA-057/1-1, (turpmāk – Programma), Nacionālā elektronisko plašsaziņas līdzekļu padome (turpmāk – Padome) šādā sastāvā – Padomes priekšsēdētāja vietnieks I.Āboliņš, Padomes locekļi P.Grīva, un A.I.Druviete –, piedaloties Latvijas Televīzijas pārstāvjiem S.Ļesterovam, A.B. un C.D.,

konstatē:

[1] Pārbaudot Latvijas Televīzijas Programmas 2018.gada 5., 12., 19., 26.marta un 9.aprīļa ierakstus, Padome konstatēja, ka 2018.gada 5.martā laikā no plkst. 22:17:43 līdz 22:17:52, 12.martā laikā no plkst. 22:01:56 līdz 22:02:05, 19.martā laikā no plkst. 22:09:43 līdz 22:09:52, 26.martā laikā no plkst. 22:04:06 līdz 22:04:15, 9.aprīlī laikā no plkst. 22:04:24 līdz 22:04:33 Latvijas Televīzijas Programmas raidījumā “Sporta studija” bez komerciāla paziņojuma identificējošiem elementiem kadra malā, uz ekrāna vienlaikus ar raidījumu ir izvietots minerālūdens “S.Pellegrino” komerciāls paziņojums.

[2] Konstatējot 1.punktā norādīto, Padome 2018.gada 20.aprīlī uzsāka lietvedību administratīvā pārkāpuma lietā par iespējamo Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likuma (turpmāk – EPLL) 41.panta otrās daļas pārkāpumu, kā rezultātā, Programmā izvietojot daļēju ekrāna reklāmu, iespējams, izdarīts Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa (turpmāk – Kodekss) 201.⁵ panta devītajā daļā paredzētais administratīvais pārkāpums.

[3] Padome ir saņēmusi Latvijas Televīzijas 2018.gada 14.maija vēstuli, kurā elektroniskais plašsaziņas līdzeklis sniedz šādus paskaidrojumus:

[3.1] Latvijas Televīzija nepiekrīt Padomes izteiktajam vērtējumam, ka izplatītajā raidījumā “Sporta studija”, ir izvietota minerālūdens “S.Pellegrino” daļēja ekrāna reklāma. Latvijas Televīzijas skatījumā tās ir sponsoru norādes, kas raidījumā izvietotas atbilstoši EPLL 39.panta otrajā daļā noteiktajam.

[3.2] Konkrētajā gadījumā skatītāji atbilstoši EPLL 39.panta otrajai daļai tika informēti par to, ka raidījums ir sponsorēts tādējādi, ka raidījuma sākumā kā arī raidījuma vidū (pirms un pēc raidījumā izvietotā reklāmas bloka) atbilstoši EPLL 1.panta 32.punktam un 39.panta otrajai daļai ekrānā tika izvietota skaidri redzama atsauce uz apraides veikšanā un raidījuma veidošanā neiesaistītas personas – sponsora precī (ražojumu) – minerālūdens “S.Pellegrino” pudeli. Sponsora prece tika parādīta tik ilgi, lai skatītāji varētu šo vizuālo sponsora norādi uztvert, t.i., tiktu informēti par to, ka raidījums tiek sponsorēts.

[3.3] Latvijas Televīzijas ieskatā EPLL nenosaka, ka sponsora norāde var parādīties tikai klasiskā veidā, kā video aizliktnis.

[4] Izvērtējot Latvijas Televīzijas 2018.gada 14.maijā iesniegtos paskaidrojumus, Padome pieprasīja papildu informāciju, lūdzot izsniegt apliecinātas līgumu, kas saistīti ar “S.Pellegrino” audiovizuālo komerciālo paziņojumu (sponsorēšana, produktu izvietošana, reklāma) izvietošana raidījumā “Sporta studija”, kopijas. Padome 2018.gada 4.jūnijā saņēma pieprasīto informāciju.

Ievērojot konstatēto, Padome

secina:

[5] EPLL 1.panta 32.punkts noteic, ka *“sponsorēšana – jebkuras apraides veikšanā vai audio un audiovizuālu darbu, programmas vai raidījuma veidošanā neiesaistītas personas ieguldījums elektronisko plašsaziņas līdzekļu vai raidījumu finansēšanā, lai popularizētu savu nosaukumu, preču zīmi, tēlu, darbību vai ražojumu.”* Izvērtējot lēmuma 4.punktā norādītā līguma saturu, Padome secina, ka lēmuma 1. punktā konstatētie komerciālie paziņojumi atbilst Latvijas Televīzijas paskaidrojumos norādītajām “S.Pellegrino” sponsoru norādēm, tādējādi nav strīda par to, ka izvietotā informācija ir uzskatāma par sponsora norādi, nevis daļēju ekrāna reklāmu EPLL 1.panta 6.punkta izpratnē.

[6] Konstatējot raidījuma sponsorēšanu, nepieciešams pārbaudīt, vai ir ievēroti normatīvajos aktos noteiktie sponsorēšanas noteikumi. EPLL 39.panta otrajā daļā noteikts: *“Ja kāds raidījums tiek pilnīgi vai daļēji sponsorēts, šā raidījuma sākumā, kā arī vidū vai beigās par to informē, norādot sponsora nosaukumu, emblēmas un preču zīmes, ja tādas ir, vai atsauces uz sponsora precī vai pakalpojumu.”*

Eiropas Parlamenta un Padomes 2010.gada 10.marta direktīvas 2010/13/ES (turpmāk – Direktīva) 10.panta 1.punkta c) apakšpunkts noteic, ka skatītājiem jābūt skaidri informētiem par sponsorēšanas līguma eksistenci, tāpat sponsorētos raidījumus skaidri identificē sponsoru, norādot sponsora nosaukumu, logotipu un/vai citu sponsora simbolu piemērotā veidā raidījuma sākumā, laikā un/vai beigās.

Eiropas Savienības Tiesa 2016.gada 17.februāra spriedumā lietā C-314/14 *Sonoma Media Finland Oy-Nelonen Media pret Viestintavirasto* secināja, ka pienākuma informēt auditoriju par sponsorēšanas līguma eksistenci izpilde ir svarīga televīzijas skatītāju kā patērētāju

interesēm. Šajās interesēs, pirmkārt, ir, lai auditorija varētu skaidri saprast, ka uz konkrēto pārraidi, atšķirībā no citām, attiecas sponsorēšanas līgums, un varētu skaidri identificēt šo sponsoru.¹ Tāpat Eiropas Savienības Tiesa secināja, ka sponsorēšanu identificējošās atsauces ir izvietojamas vai nu sponsorētā raidījuma sākumā, vai beigās, vai tā laikā.²

Visupirms secināms, ka EPLL 39.panta otrā daļa iedzīvina Direktīvas 10.panta 1.punkta c) apakšpunktu. Tādējādi EPLL norma interpretējama, ņemot vērā Direktīvu un attiecīgo Eiropas Savienības Tiesas judikatūru.

Teleoloģiski interpretējot EPLL 39.panta otro daļu kopsakarā ar augšminēto Direktīvas normu un Eiropas Savienības Tiesas judikatūru, Padome secina, ka elektroniskajam plašsaziņas līdzeklim ir pienākums raidījuma sākumā vai beigās, vai tā laikā informēt raidījuma auditoriju par sponsorēšanas līguma eksistenci tādā veidā, lai programmas skatītāji spētu saprast, ka raidījums ir sponsorēts un kas ir tā sponsors. Minētais izriet ne tikai no EPLL 39.panta otrās daļas mērķa, bet arī no sistēmiskās EPLL tiesību normu interpretācijas attiecībā uz komerciālu paziņojumu izvietojumu elektronisko plašsaziņas līdzekļu programmās. Tas ir, EPLL 35.panta divpadsmitā daļa noteic, ka, izvietojot komerciālus paziņojumus, tos sākumā un beigās atdala no citām programmas daļām tādā veidā, lai komerciālie paziņojumi būtu uzreiz atpazīstami un viegli identificējami. Proti, likumdevējs ir paredzējis, ka komerciāliem paziņojumiem, neņemot vērā to veidu, jābūt skaidri identificējamiem kā tādiem un nodalītiem no pārējās programmas.

[7] Tā kā secināts, ka sponsora preces – minerālūdens “S.Pellegrino” – komerciālais paziņojums, kas izvietots raidījuma “Sporta studija” laikā, ir uzskatāms par sponsora norādi, ievērojot lēmuma 6.punktā veikto EPLL 39.panta otrās daļas interpretāciju, nepieciešams izvērtēt, vai Latvijas Televīzija ir skaidri informējusi auditoriju par sponsorēšanas līguma eksistenci.

Lēmuma 1.punktā konstatēts, ka 2018.gada 5.martā laikā no plkst. 22:17:43 līdz 22:17:52, 12.martā laikā no plkst. 22:01:56 līdz 22:02:05, 19.martā laikā no plkst. 22:09:43 līdz 22:09:52, 26.martā laikā no plkst. 22:04:06 līdz 22:04:15, 9.aprīlī laikā no plkst. 22:04:24 līdz 22:04:33 Latvijas Televīzijas raidījumā “Sporta studija” bez komerciāla paziņojuma identificējošiem elementiem kadra malā, uz ekrāna vienlaikus ar raidījumu ir izvietots minerālūdens “S.Pellegrino” komerciāls paziņojums. Citstarp EPLL 1.panta 6.punkts daļēju ekrāna reklāmu definē kā reklāmu, kas kadra malā atrodas uz ekrāna vienlaikus ar raidījumu slīdošās rindas, logotipa, īsa reklāmas klipa vai citā reklāmas veidā. Tādējādi augšminētie komerciālie paziņojumi pēc EPLL 1.panta 6.punktā noteiktajām pazīmēm atbilst daļējai ekrāna reklāmai. Jāatzīmē, ka daļēja ekrāna reklāma ir patstāvīgs komerciāla paziņojuma veids, kas nav saistīts ar EPLL 1.panta 32.punktā definēto sponsorēšanu. Ņemot vērā, ka Latvijas Televīzija, izvietojot “S.Pellegrino” komerciālos paziņojumus, tos nav identificējusi kā sponsora norādes EPLL 39.panta otrās daļas izpratnē, tad auditorija nav skaidri informēta, ka

¹ EST 17.02.2016. spriedums lietā C-314/14 Sonoma Media Finland Oy-Nelonen Media pret Viestintavirasto 49.punkts.

Pieejams: <http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=174425&pageIndex=0&doclang=LV&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=511881> [aplūkots 27.06.2018.]

² Ibid. 48.punkts.

sponsora preces – minerālūdens “S.Pellegrino” – komerciālie paziņojumi ir sponsorēšanas līguma identificējoša norāde. Vēl vairāk, izvietotais komerciālais paziņojums pēc tā pazīmēm atbilst arī citam komerciāla paziņojuma veidam – daļējai ekrāna reklāmai. Papildus jānorāda, ka pirms raidījuma ir izvietotas šādas raidījuma sponsorus identificējošas norādes: “*Raidījumu atbalsta “Karlo motors” un jumta segumi “Tode”.*” Tādējādi auditorija var tikt maldināta par “S.Pellegrino” komerciālā paziņojuma būtību, proti, ka izvietotais paziņojums ir sponsorēšanas līguma identificējoša norāde. Ņemot vērā lietas faktiskos apstākļus, no vidusmēra patērētāja skatu punkta, minerālūdens “S.Pellegrino” komerciālie paziņojumi nav skaidri identificējami kā sponsora norādes. Tātad Latvijas Televīzija nav ievērojusi EPLL 39.panta otrajā daļā noteikto pienākumu.

[8] Padome piekrīt Latvijas Televīzijas paskaidrojumos paustajam, ka EPLL nenosaka, ka sponsora norāde var parādīties tikai klasiskā veidā, kā video aizliktnis (*sk. 3.3 punktu*). Vienlaikus Padome paskaidro – lai gan viedam kādā elektroniskais plašsaziņas līdzeklis raidījuma sākuma vai vidū, vai beigās izvietoto sponsora norādi nav izšķirošanas nozīmes, vērtējot EPLL 39.panta otrās daļas noteikumu izpildi – tomēr sponsoru identificējošai norādei jābūt tādai, kas nepārprotami informē auditoriju par trešās personas finansējuma iesaisti raidījuma veidošanā. Raidījumā “Sporta studija” izvietotās “S.Pellegrino” sponsora norādes faktiski popularizē konkrēto preci, bet neatklāj auditorijai sponsorēšanas līguma eksistenci.

Ņemot vērā iepriekš minēto kā arī lēmuma 3.2 punktā norādīto Latvijas Televīzijas skaidrojumu, kur norādīts, ka ekrānā tika izvietota skaidri redzama atsauce uz apraides veikšanā un raidījuma veidošanā neiesaistītas personas – sponsora preci (ražojumu) – minerālūdens “S.Pellegrino” pudeli, jāatzīmē, ka tikai un vienīgi minerālūdens pudeles izvietošana raidījuma studijā nevar tikt uzskatīta par skaidru un nepārprotamu sponsora norādi EPLL izpratnē. No pašas izvietotās atsauces nav secināms, ka “S.Pellegrino” ir raidījumu sponsors.

[9] Ievērojot minēto, uzskatāms par pierādītu, ka Latvijas Televīzija ir pārkāpusi EPLL 39.panta otrajā daļā noteiktos sponsorēšanas noteikumus 2018.gada 5., 12., 19., 26. marta un 9.aprīļa pārraidītajos raidījumos “Sporta studija” un tādējādi izdarīts Kodeksa 201.⁵ panta devītā daļas pārkāpums.

[10] Atbilstoši Kodeksa 21.pantam, ja ziņas par administratīvo pārkāpumu ir pietiekamas, lai konstatētu, ka izdarītais pārkāpums ir maznozīmīgs, institūcija, kurai piekritīga lietas izskatīšana, ir tiesīga izbeigt uzsākto lietvedību un atbrīvot personu no administratīvās atbildības, aprobežojoties ar mutvārdu aizrādījumu.

Padome, izvērtējot pārkāpuma raksturu, konstatē, ka administratīvais pārkāpums ir uzskatāms par maznozīmīgu. Padome šādai pārkāpuma kvalifikācijai ņem vērā šādus apstākļus:

[10.1] Padome konstatē, ka neatbilstoši izvietojot sponsora norādes, ir nodarīts nenozīmīgs kaitējums, jo pēc būtības Latvijas Televīzija nav slēpusi paziņojuma komerciālo dabu. Latvijas Televīzija nav darījusi auditorijai zināmu, ka sponsora preces – minerālūdens “S.Pellegrino” – komerciālais paziņojums ir sponsora norāde.

[10.2] Padome iepriekš nav konstatējusi EPLL 39.panta otrās daļas pārkāpumus Latvijas Televīzijas darbībā.

[10.3] Saskaņā ar Kodeksa 22.pantu, soda mērķis ir personu, kura izdarījusi administratīvo pārkāpumu, audzināt likuma ievērošanas un sadzīves noteikumu cienīšanas garā, kā arī lai tiklab tiesību pārkāpējs, kā citas personas neizdarītu jaunus pārkāpumus. Jāatzīmē, ka lietas izskatīšanas laikā 2018.gada 28.jūnijā Latvijas Televīzijas pārstāvji norādīja, ka neatbilstības normatīvo aktu prasībām izvietojot sponsoru norādes tiks novērstas. Ievērojot tiesību normā minēto, un izvērtējot izdarītā pārkāpuma apstākļus, Padomes secina, ka Kodeksa 22.pantā noteikto mērķi ir iespējams sasniegt ar personas tiesību mazāk ierobežojošiem līdzekļiem, proti, izsakot mutvārdu aizrādījumu un izbeidzot uzsākto administratīvā pārkāpuma lietu.

[10.4] Padome informē, ka atkārtoti konstatējot EPLL 39.panta otrās daļas pārkāpumu Latvijas Televīzijas darbībā, Padome izvērtēs nepieciešamību piemērot administratīvo sodu – naudas sodu, atbilstoši Kodeksa 201.⁵ panta devītās daļas sankcijā noteiktajam soda apmēram.

Ievērojot minēto, un saskaņā ar Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 21.pantu, 274.pantu, kā arī 275.panta pirmās daļas 2.punktu un trešās daļas 1.punktu, Padome

n o l e m j :

- 1. Izbeigt administratīvā pārkāpuma lietu Nr.AP/2018/6-7/2.**
- 2. Izteikt VSIA “Latvijas Televīzija” reģ. Nr. 40003080597 mutvārdu aizrādījumu un aicinājumu turpmāk elektroniskā plašsaziņas līdzekļa darbībā ievērot normatīvo aktu prasības attiecībā uz audiovizuālo komerciālo paziņojumu sniegšanu un izplatīšanu.**
- 3. Pieņemto lēmumu paziņot VSIA “Latvijas Televīzija”.**

Padomes priekšsēdētāja vietnieks

I.Āboliņš