



NACIONĀLĀ ELEKTRONISKO  
PLAŠSAZIŅAS LĪDZEKĻU PADOME

Rīgā, 2016.gada 9.jūnijā

**LĒMUMS Nr.136**

*Par administratīvā soda uzlikšanu*

*Administratīvā pārkāpuma lietā Nr.AP/2016/1-26/3*

Izskatot 2016.gada 18.februārī uzsākto administratīvā pārkāpuma lietu par iespējamo Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 201.<sup>5</sup> panta devītajā daļā paredzētā administratīvā pārkāpuma izdarīšanu elektroniskā plašsaziņas līdzekļa SIA “Media 360”, reģ.nr. 40103360903 (turpmāk – Media 360) programmā “360TV” (turpmāk – Programma), Nacionālā elektronisko plašsaziņas līdzekļu padome (turpmāk – Padome) šādā sastāvā: Padomes priekšsēdētāja A.Dulevska, Padomes locekļi: A.Dimants, D.Mjartāns, piedaloties Media 360 pārstāvjiem Kasparam Ozoliņam un Ievai Meļķei,

**konstatē:**

[1] Pārbaudot Media 360 2016.gada 25.janvārī iesniegtos Programmas ierakstus par laika periodu no 2016.gada 4.janvāra līdz 2016.gada 10.janvārim, Padome konstatēja (Padomes 2016.gada 16.februāra pārbaudes ziņojums Nr. P/2016/1-25/13 (turpmāk arī – Pārbaudes ziņojums)), ka:

[1.1] No 2016.gada 4.janvāra līdz 2016.gada 10.janvārim, Media 360 Programmā, visos raidījumos Domnīca (pārraidīšanas laiki pieejami Media 360 iesniegtajā programmas uzskaites žurnāla izrakstā) studijā esošā televizora ekrānā epizodiski visa raidījuma garumā tika izvietots “Samsung” logotips (sk. Pārbaudes ziņojumu un 2016.gada 25.janvārī iesniegtos Media 360 Programmas ierakstus). Pārbaudes ietvaros konstatēts, ka raidījums Domnīca laika periodā no 2016.gada 4.janvāra līdz 2016.gada 10.janvārim pārraidīts sešdesmit reizes.

[1.2] 2016.gada 5.janvārī no plkst. 11:03:56 līdz plkst. 11:04:35 raidījuma Domnīca vadītājs Gustavs Terzens izplatīja paziņojumu ar šādu saturu: “360TV sporta otrdienas un sporta cienītājiem, un Lattelecom televīzijas skatītājiem mums ir vēl viena dāvana jums – vēl viens sporta kanāls – tieši tā, un TV kanāls “Setanta Sports” piedāvās jums visas labākās līgas, labākos sportistus vienuviet un tostarp arī pasaules klasē – NHL, Spānijas LaLiga, Itālijas Sērija A, Francijas 1.līga, TOP 14 regbija līgas, Francijas un galu galā Golden Boy Boxing cīņas. Un šeit jāpiebilst, ka Interaktīvās televīzijas sporta pakā kanāls “Setanta Sports” pieejams būs kā 405.kanāls, savukārt, Virszemes televīzijā – sporta pakā kā nr.72.”.

[1.3] 2016.gada 5.janvārī no plkst. 17:59:57 līdz plkst. 18:00:02 raidījuma Domnīca vadītājs Gustavs Terzens izplatīja paziņojumu ar šādu saturu: *“Atcerieties, ka visus sīkumus un detalizēti par sporta notikumiem jūs varat uzzināt zvanot uz 1188.”*

[2] Ievērojot minēto, Padome 2016.gada 18.februārī uzsāka lietvedību administratīvā pārkāpuma lietā par iespējamo Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa (turpmāk – Kodekss) 201.<sup>5</sup> panta devītajā daļā paredzētā administratīvā pārkāpuma izdarīšanu.

[3] Padome 2016.gada 15.martā ir saņēmusi Media 360 paskaidrojumus (vēstule Padomē reģistrēta ar Nr.6-7/61), kuros Media 360 norāda tālāk minēto:

[3.1] Raidījuma Domnīca studijā izvietotie ekrāni ir paredzēti informēšanai par Media 360 saturu un tehnisku iemeslu dēļ, brīžos, kad uz ekrāna netika atspoguļota informācija par Media 360 programmām, uz ekrāna parādījās tehniskā izgatavotāja zīmols. Šāda situācija nav bijusi nolūkā veikt “Samsung” produkta reklāmu likuma izpratnē.

[3.2] 360TV Sporta otrdienā ir 360TV kanāla koncepcijai atbilstoša sastāvdaļa, kura ir vērsta uz noteiktām tēmām, konkrēti, par un ap sportu. Minētais kanāls veic apskatus, organizē diskusijas un informē sabiedrību par dažādām sporta aktivitātēm un citām iespējām, t.sk. informācijas resursiem, kuros iespējams iegūt padziļinātu informāciju, kā arī vērot dažādas sporta pārraides. Informējam, ka kanāls 360TV ir kanāls, kas tiek ekskluzīvi demonstrēts tikai SIA “Lattelecom” abonentiem. Raidījumā Domnīca tiek sniegta informācija, kur skatītāji var uzzināt vairāk par notiekošo viņu interesējošos sporta veidos, bez iecerēm vai nolūkā veikt reklāmu. Media 360 nav saņēmusi samaksu vai cita veida atlīdzību par augstāk minēto, attiecīgi minētais nav uzskatāms ne par audiovizuālu komerciālu paziņojumu, ne pašreklāmu, nedz slēptu audiovizuālu komerciālu paziņojumu Elektroniski plašsaziņas līdzekļu likuma izpratnē.

[3.3] Uzziņu dienests 1188 ir vispārēji sabiedrībai zināms uzziņu dienesta tālrunis un Media 360 par tā pieminēšanu raidījumā nav ņēmusi samaksu vai cita veida atlīdzību, bez ieceres vai nolūka veikt reklāmu, attiecīgi minētais nav uzskatāms ne par audiovizuālu komerciālu paziņojumu, ne pašreklāmu, nedz slēptu audiovizuālu komerciālu paziņojumu Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likuma izpratnē.

[4] 2016.gada 23.maijā Padomes priekšsēdētāja A.Dulevska, piedaloties Media 360 pilnvarotajai pārstāvei Ievai Meļķei, sagatavoja administratīvā pārkāpuma protokolu RE Nr.000189, kurā tika konstatēti slēptu audiovizuālu komerciālu paziņojumu aizlieguma pārkāpumi Media 360 Programmā laika periodā no 2016.gada 4.janvāra līdz 2016.gada 10.janvārim, tādējādi pārkāpjot EPLL 35.panta deviņo daļu, izdarot Kodeksa 201.<sup>5</sup> panta devītajā daļā paredzēto administratīvo pārkāpumu.

[5] Lietas izskatīšanas laikā 2016.gada 9.jūnijā Media 360 pārstāvis Kaspars Ozoliņš norādīja, ka uztur 2016.gada 15.marta paskaidrojumos izklāstīto pozīciju (sk. 3.punktu). Papildus Kaspars Ozoliņš norādīja uz iemesliem kādēļ radies 1.1 punktā konstatētais pārkāpums.

Ievērojot konstatēto, Padome

### **secina:**

[6] Programmā laika posmā no 2016.gada 4.janvāra līdz 2016.gada 10.janvārim pārraidīto saturu pierāda Media 360 2016.gada 25.janvārī iesniegtie ieraksti (vēstule Padomē reģistrēta ar Nr.01-09-1/92) kopā ar programmas uzskaites žurnāla izrakstiem. Tādējādi minēto raidījumu saturs (sk. punktus 1.1, 1.2, 1.3) uzskatāms par pierādītu.

#### **Par 1.1 punktā konstatēto**

[7] Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likuma (turpmāk – EPLL) 1.panta 4.punktā audio un audiovizuāls komerciāls paziņojums tiek definēti kā *reklāma televīzijā vai radio, sponsorēšana, televīzijas vai radio veikals, produktu izvietošana un citi audio, vizuāli vai audiovizuāli paziņojumi, kas ievietoti raidījumā, izvietoti pirms raidījuma vai pēc tā par samaksu vai citu atlīdzību vai pašreklāmas nolūkā un tieši vai netieši reklamē to personu preces, pakalpojumus vai tēlu, kuras veic saimniecisko darbību*. Tā paša panta 16.punktā produktu izvietošana definēta, kā *jebkurš audio un audiovizuāls komerciāls paziņojums, kurā iekļauti produkti, pakalpojumi vai to preču zīmes, vai atsauces uz attiecīgajiem produktiem, pakalpojumiem vai to preču zīmēm un kurš tiek demonstrēts raidījumā par samaksu vai citu atlīdzību*.

[8] No iepriekš minētajām definīcijām izriet, ka produktu izvietošanas obligātās sastāvdaļas ir:

- tieša vai netieša personu preču, pakalpojumu vai tēlu, kuras veic saimniecisko darbību reklamēšana elektronisko plašsaziņas līdzekļu raidījumā iekļaujot produktus, pakalpojumus vai to preču zīmes, vai arī atsauces uz attiecīgajiem produktiem, pakalpojumiem vai to preču zīmēm;
- samaksa, vai cita atlīdzība par reklamēšanu.

[9] Padomes ieskatā trūkst pierādījumu tam, ka par raidījumu saturā iekļautajām atsaucēm uz produktiem, (sk. 1.1 punktu) būtu saņemta samaksa, vai kāda cita veida atlīdzība. Līdz ar to minētajos raidījumos Domnīca trūkst pamata konstatēt produktu izvietošānu.

[10] EPLL 1.panta 31.punktā slēpts audio un audiovizuāls elektroniskā plašsaziņas līdzekļa komerciāls paziņojums definēts, kā *preču, pakalpojumu, nosaukumu, preču zīmju, preču ražotāja vai pakalpojumu sniedzēja darbību atveidojums vārdu vai attēlu veidā, ja šādu atveidojumu elektroniskais plašsaziņas līdzeklis ir apzināti iecerējis kā audio vai audiovizuālu komerciālu paziņojumu, bet tas varētu maldināt sabiedrību par šā paziņojuma būtību*. Šāds atveidojums jo īpaši uzskatāms par apzināti iecerētu, ja tā izvietošana notiek par samaksu vai

*citu atlīdzību.* No šīs un EPLL 1.panta 4.punktā norādītās audio un audiovizuāla komerciāla paziņojuma definīcijas izriet šādas slēpta audio/audiovizuāla komerciāla paziņojuma pazīmes:

- Tas var tikt sniegts par atlīdzību, bet atšķirībā no produktu izvietojuma atlīdzība nav obligāta slēpta audio/audiovizuāla komerciāla paziņojuma pazīme;
- Tas ir apzināti iecerēts ar mērķi tieši vai netieši reklamēt to personu preces, pakalpojumus vai tēlu, kuras veic saimniecisko darbību;
- Tas var maldināt sabiedrību par tā mērķi, t.i., no tā sniegšanas veida skatītājs/klausītājs var nesaprast, ka minētais paziņojums sniegts ar nodomu reklamēt to personu preces, pakalpojumus vai tēlu, kuras veic saimniecisko darbību.

[11] Padomei nav pietiekami daudz ziņu par faktiem, lai pierādītu, ka Media 360 par “Samsung” logotipa izvietojumu raidījuma Domnīca esošā televizora ekrānā ir saņēmusi kāda veida atlīdzību, tomēr EPLL 1.panta 31.punkts noteic, ka atlīdzība nav obligāta pazīme, lai paziņojumu kvalificētu kā slēptu audiovizuālu komerciālu paziņojumu. Līdzšinējā Latvijas Republikas tiesu praksē administratīvo pārkāpumu lietās ir atzīts, ka slēptu audiovizuālu komerciālu paziņojumu (t.sk. nodoma reklamēt attiecīgo preci, pakalpojumu sniedzēju vai ražotāju) esamības pierādīšanai var pietikt arī ar slēpta audiovizuālā komerciālā paziņojuma saturu, no kura nepārprotami izriet šāds veidotāja mērķis.<sup>1</sup> Minēto apstiprina arī Eiropas Savienības Tiesas 2011.gada 9.jūnija spriedums lietā C-52/10, kur Eiropas Savienības Tiesa interpretējot Eiropas Parlamenta un Padomes 1989.gada 3.oktobra Direktīvu 89/552/EEK ietvertu slēptās reklāmas definīciju, ir atzinusi, ka maksa vai cita veida atlīdzība nav obligāts kritērijs, lai konstatētu slēptas reklāmas tīšu raksturu. Ņemot vērā minēto un to, ka slēptas reklāmas definīcija minētajā (spēku zaudējušajā) direktīvā ir identiska spēkā esošajai Eiropas Parlamenta un Padomes 2010.gada 10.marta Direktīvā 2010/13/ES ietvertajai slēpta audio un audiovizuāla komerciāla paziņojuma definīcijai, jāsecina, ka minētais spriedums joprojām nav zaudējis aktualitāti.

[12] Padomes ieskatā, “Samsung” logotipa izvietojuma raidījuma Domnīca esošā televizora ekrānā ir apzināti iecerēta ar mērķi reklamēt “Samsung” produkciju, vadoties no šādiem apsvērumiem:

[12.1] “Samsung” logotipa izvietojuma raidījuma Domnīca studijā esošā televizora ekrānā epizodiski veikta sešdesmit raidījumos laika periodā no 2016.gada 4.janvāra līdz 2016.gada 10.janvārim, tādējādi popularizējot “Samsung” produkciju.

[12.2] Media 360 paskaidrojumos norāda, ka “Samsung” logotips (preču zīme) raidījuma “Domnīca” studijā izvietots tehnisku iemeslu dēļ, bez nolūka reklamēt “Samsung” produkciju (sk. 3.1 punktu). Ņemot vērā faktu, ka “Samsung” logotipa (preču zīmes) izvietojuma veikta visos, tas ir, sešdesmit pārraidītajos raidījumos, nevar uzskatīt, ka “Samsung” produkcijas reklamēšana notikusi tehniskas kļūdas rezultātā,

---

<sup>1</sup> Latvijas Republikas Rīgas pilsētas Vidzemes priekšpilsētas tiesas 2014.gada 24.janvāra un Latvijas Republikas Rīgas apgabaltiesas Kriminālietu tiesu kolēģijas 2014.gada 5.jūnija spriedumu lietā Nr. 130066313, kā arī Latvijas Republikas Rīgas pilsētas Latgales priekšpilsētas tiesas 2015.gada 20.aprīļa un Latvijas Republikas Rīgas apgabaltiesas Kriminālietu tiesu kolēģijas 2015.gada 8.jūnija spriedumi lietā Nr.129061414.

bez nolūka popularizēt “Samsung”, jo “Samsung” logotips izvietots sistemātiski katrā pārbaudītajā raidījumā Domnīca.

[12.3] Ievērojot minēto, jāsecina, ka “Samsung” reklamēšana Media 360 Programmā laika periodā no 2016.gada 4.janvāra līdz 2016.gada 10.janvārim ir veikta ar mērķi popularizēt “Samsung” un konkrētā ražotāja produkciju.

[13] Nevienā no sešdesmit pārbaudītajiem raidījumiem Domnīca nav tiešu norāžu par komerciāla paziņojuma esamību. Tādējādi “Samsung” logotipa izvietošana raidījuma Domnīca studijā esošā televizora ekrānā var maldināt sabiedrību par šī paziņojuma būtību.

[14] No augstāk minētā jāsecina, ka “Samsung” logotipa izvietošana raidījuma Domnīca studijā esošā televizora ekrānā atbilst visām slēpta audiovizuāla komerciāla paziņojuma pazīmēm un ir uzskatāma par EPLL 35.panta devītās daļas pārkāpumu, kas noteic, ka *slēpti audio vai audiovizuāli komerciāli paziņojumi ir aizliegti*.

### **Par 1.2 punktā konstatēto**

[15] Padomes ieskatā, 1.2 punktā konstatētā paziņojuma analīze jāveic pēc 10.punktā sniegtajām slēpta audio un audiovizuāla komerciāla paziņojuma pazīmēm.

[16] Padomei nav pietiekami daudz ziņu par faktiem, lai pierādītu, ka Media 360 par raidījumā Domnīca izplatīto paziņojumu 2016.gada 5.janvārī no plkst. 11:03:56 līdz plkst. 11:04:35 ir saņēmusi samaksu vai cita veida atlīdzību, tomēr EPLL 1.panta 31.punkts noteic, ka atlīdzība nav obligāta pazīme, lai paziņojumu kvalificētu kā slēptu audiovizuālu komerciālu paziņojumu, detalizētāku argumentāciju skatīt 11.punktā.

[17] Padomes ieskatā, izplatītais paziņojums (sk. 1.2 punktu) ir apzināti iecerēts kā komerciāls paziņojums ar mērķi reklamēt SIA “Lattelecom” Interaktīvās un Virszemes televīzijas pakalpojumus (turpmāk – Lattelecom pakalpojumi) īpaši reklamējot Lattelecom pakalpojumu piedāvāto sporta pārraižu programmu “Setanta Sports”, kas pieejama tika Lattelecom pakalpojumu sporta pakās<sup>2</sup>, vadoties no šādiem apsvērumiem:

[17.1] Izplatot paziņojumu, kurā izklāstīts par Lattelecom pakalpojumu pieejamību, tiek popularizēti minētie Lattelecom pakalpojumi.

[17.2] Media 360 savos paskaidrojumos norāda, ka Programma ekskluzīvi pieejama tikai SIA “Lattelecom” abonentiem (sk. 3.2 punktu). Padomes ieskatā, apstāklis, ka Programma pieejama tikai SIA “Lattelecom” abonentiem nemaina 1.2 punktā konstatētā paziņojuma būtību, jo minētā sporta pārraižu programma “Setanta Sports” ir pieejama atsevišķi abonējot SIA “Lattelecom” Interaktīvās vai Virszemes

---

<sup>2</sup> SIA “Lattelecom” Interaktīvās un Virszemes televīziju piedāvājumi. Aplūkots 2016.gada 22.aprīlī. Pieejams:

<https://www.lattelecom.lv/lv/majai/televizija/interaktiva-tv/tv-kanali-un-cenas/sporta> un

<https://www.lattelecom.lv/lv/majai/televizija/virszemes-tv/tv-kanali-un-cenas/sports>.

televīziju sporta pakas, kas, cita starpā, ir par papildus samaksu, proti, Media 360 programma "360TV" ir pieejama SIA "Lattelecom" abonentiem, kuriem nav abonēta ne Interaktīvās televīzijas sporta paka, ne Virszemes televīzijas sporta paka, tātad izplatītais paziņojums reklamē SIA "Lattelecom" maksas pakalpojumu arī abonentiem, kuriem nav pieejamas minētās sporta pakas.

[17.3] Paskaidrojumos Media 360 norāda, ka "360TV Sporta otrdienā" ir Programmas sastāvdaļa, kas vērsta uz konkrētām tēmām – par un ap sportu – t.sk. informējot par pieejamajiem informācijas resursiem, kuros iegūt padziļinātu informāciju, kā arī vērot dažādas sporta pārraides (sk. 3.2 punktu). Padomes ieskatā, arī šāds Media 360 izvirzītais arguments nemaina paziņojuma būtību. Padome savu nostāju argumentē ar to, ka paziņojumā tiek sniegta detalizēta informācija par konkrētas programmas pieejamību un konkrētu pakalpojumu sniedzēju, tas ir, SIA "Lattelecom" piedāvājuma ietvaros. Ņemot vērā, ka Media 360 ir SIA "Lattelecom" meitas uzņēmums,<sup>3</sup> liecina par to, ka paziņojums izvietots ar mērķi popularizēt tieši SIA "Lattelecom" sniegots televīzijas pakalpojumus.

[17.4] Izvērtējot minētos (17.punktā) apstākļus, Padomes ieskatā, nerodas saprātīgas šaubas par to, ka konstatētais paziņojums (sk. 1.2 punktu) izplatīts ar apzinātu mērķi reklamēt SIA "Lattelecom" Interaktīvās un Virszemes televīziju pakalpojums, konkrētāk, pieejamo pakalpojumu sporta paku.

[18] Laikā, kad raidījuma Domnīca vadītājs popularizē Lattelecom pakalpojumus (sk. 1.2 punktu) nav tiešu norāžu par komerciāla paziņojuma esamību. Tādējādi konstatētais paziņojums var maldināt sabiedrību par šī paziņojuma komerciālo būtību.

[19] No augstāk minētā jāsecina, ka konstatētais paziņojums (sk. 1.2 punktu) atbilst visām slēpta audiovizuāla komerciāla paziņojuma pazīmēm un ir uzskatāma par EPLL 35.panta devītās daļas pārkāpumu, kas noteic, ka *slēpti audio vai audiovizuāli komerciāli paziņojumi ir aizliegti*.

### **Par 1.3 punktā konstatēto**

[20] Padomes ieskatā, 1.3 punktā konstatētā paziņojuma analīze jāveic pēc 10.punktā dotajām slēpta audio un audiovizuāla komerciāla paziņojuma pazīmēm.

[21] Padomei nav pietiekami daudz ziņu par faktiem, lai pierādītu, ka Media 360 par raidījumā Domnīca izplatīto paziņojumu 2016.gada 5.janvārī no plkst. 17:59:57 līdz plkst. 18:00:02 ir saņēmusi samaksu vai cita veida atlīdzību, tomēr EPLL 1.panta 31.punkts noteic, ka atlīdzība nav obligāta pazīme, lai paziņojumu kvalificētu kā slēptu audiovizuālu komerciālu paziņojumu, detalizētāku argumentāciju skatīt 11.punktā.

---

<sup>3</sup> Informācija par SIA "Lattelecom" meitas uzņēmumu SIA "Media 360". Aplūkots 2016.gada 22.aprīlī.

Pieejams: <https://www.lattelecom.lv/par-lattelecom/meitas-uznemumi/media-360/apraksts>

[22] Padomes ieskatā, izplatītais paziņojums (sk. 1.3 punktu) ir apzināti iecerēts kā komerciāls paziņojums ar mērķi reklamēt SIA “Lattelecom BPO” sniegtos 1188 informatīvos pakalpojumus, vadoties no šādiem apsvērumiem:

[22.1] Izplatot paziņojumu, kurā raidījuma Domnīca vadītājs informē skatītājus, ka visus sīkumus un detalizētu informāciju par sporta notikumiem var uzzināt zvanot uz 1188, popularizē SIA “Lattelecom BPO” sniegtos 1188 uzziņu pakalpojumus, jo paziņojuma ietvaros plašākam sabiedrības lokam tiek sniegta informācija par maksas pakalpojuma (uzziņu dienesta) pieejamību, proti, tiek norādīts paaugstinātas maksas pakalpojuma tālruņa numurs – 1188.

[22.2] Media 360 savos paskaidrojumos norāda, ka 1188 ir vispārēji sabiedrībai zināms uzziņu dienesta tālrunis un Media 360 nav ņēmusi samaksu vai cita veida atlīdzību, bez ieceres veikt reklāmu (sk. 3.3 punktu). Padomes ieskatā, šāds arguments nemaina paziņojuma būtību, jo kā noskaidrots, slēpta audiovizuāla komerciāla paziņojuma obligātā pazīme nav atlīdzība (sk. 10.punktu), turklāt Media 360 pieņēmums, ka 1188 ir vispārēji sabiedrībai zināms uzziņu dienesta tālrunis neietekmē to, ka izplatot šādu paziņojumu (sk. 3.3 punktu) tiek popularizēti SIA “Lattelecom BPO” sniegtie uzziņu dienesta pakalpojumi, kas pieejami zvanot uz tālruņa numuru 1188. Ņemot vērā, ka SIA “Lattelecom BPO” tāpat kā Media 360 ir SIA “Lattelecom” meitas uzņēmumi,<sup>4</sup> liecina par to, ka paziņojums izvietots ar mērķi popularizēt tieši SIA “Lattelecom BPO” sniegtos uzziņu pakalpojumus.

[22.4] Izvērtējot minētos (22.punktā) apstākļus, Padomes ieskatā, nerodas saprātīgas šaubas par to, ka konstatētais paziņojums (sk. 1.3 punktu) izplatīts ar apzinātu mērķi reklamēt SIA “Lattelecom BPO” sniegtos uzziņas pakalpojumus.

[23] Laikā, kad raidījuma Domnīca vadītājs popularizē SIA “Lattelecom BPO” sniegtos uzziņas pakalpojums (sk. 1.3 punktu) nav tiešu norāžu par komerciāla paziņojuma esamību. Tādējādi konstatētais paziņojums var maldināt sabiedrību par šī paziņojuma komerciālo būtību.

[24] No augstāk minētā jāsecina, ka konstatētais paziņojums (sk. 1.3 punktu) atbilst visām slēpta audiovizuāla komerciāla paziņojuma pazīmēm un ir uzskatāma par EPLL 35.panta devītās daļas pārkāpumu, kas noteic, ka *slēpti audio vai audiovizuāli komerciāli paziņojumi ir aizliegti*.

[25] Ievērojot minēto, uzskatāms par pierādītu, ka Media 360 vairākās epizodēs Programmā izplatīja slēptus audiovizuālus komerciālus paziņojumus, tādējādi pārkāpjot EPLL 35.panta devīto daļu, attiecīgi izdarot Kodeksa 201.<sup>5</sup> panta devītajā daļā paredzēto administratīvo pārkāpumu – noteiktās kārtības pārkāpšana audio un audiovizuālo komerciālo paziņojumu sniegšanā vai izplatīšanā.

---

<sup>4</sup> Informācija par SIA “Lattelecom” meitas uzņēmumu SIA “Lattelecom BPO”. Aplūkots 2016.gada 22.aprīlī. Pieejams: <https://www.lattelecom.lv/par-lattelecom/meitas-uznemumi/lattelecom-bpo/apraksts>

[26] Kodeksa 201.<sup>5</sup> devītajā daļā juridiskām personām paredzēts administratīvais sods – naudas sods no septiņdesmit līdz septiņtūkstoš simt *euro*.

[27] Kodeksa 32.panta otrajā daļā noteikts, ka uzliekot sodu, ņem vērā izdarītā pārkāpuma raksturu, pārkāpēja personību, vainas pakāpi, mantisko stāvokli, kā arī atbildību mīkstinošos un pastiprinošos apstākļus. Nosakot soda apmēru Padome vadās pēc turpmāk norādītajiem apsvērumiem.

[27.1] Administratīvo atbildību pastiprinoši vai mīkstinoši apstākļi nav konstatēti.

[27.2] Saskaņā ar uzņēmumu datubāzē “Lursoft” pieejamo informāciju, Media 360 zaudējumi 2015.gadā ir 370 012 *euro* apmērā.

[27.3] Juridiskas personas vaina nosakāma, ņemot vērā divus nosacījumus: pirmkārt, vai juridiskajai personai bija iespēja nodrošināt noteikumu ievērošanu, par kuru pārkāpšanu ir paredzēta administratīvā atbildība, otrkārt, vai juridiskā persona veica nepieciešamos pasākumus, lai nodrošinātu šo noteikumu ievērošanu (Augstākās tiesas Administratīvo lietu departamenta 2009.gada 5.marta spriedums lietā Nr.SKA-19/2009). Lai gan 1.1, 1.2, 1.3 EPLL 35.panta devītās daļas pārkāpumi ir izdarīti neatkarīgo producentu raidījumos, saskaņā ar EPLL 25.pantu *elektroniskie plašsaziņas līdzekļi uzņemas redakcionālo atbildību. Elektronisko plašsaziņas līdzekļu redakcionālā atbildība šā panta izpratnē ir efektīva kontrole gan attiecībā uz raidījumu izvēli, gan attiecībā uz to organizāciju programmās un katalogos*. Tā kā Media 360 pati veido savu programmu un attiecībā uz programmas sastāvdaļām pieņem redakcionālus lēmumus, t.sk. par komerciālu paziņojumu un raidījumu izvietojumu Programmā, Media 360 bija iespēja nodrošināt noteikumu ievērošanu, atbilstoši EPLL prasībām. Padome norāda, ka Media 360 bija iespēja uzzināt noteikumus, kas jāievēro izvietojot audiovizuālus komerciālus paziņojumus. No iepriekš minētā secināms, ka Media 360 bija iespēja nodrošināt noteikumu ievērošanu, bet Media 360 nav veikusi visus pasākumus, lai nodrošinātu šo noteikumu ievērošanu.

[27.4] 2016.gada 5.janvārī konstatēto slēptu audiovizuālu komerciālu paziņojumu kopējais ilgums ir 44 sekundes savukārt 1.1 punktā konstatētie slēpti audiovizuālie komerciāli paziņojumi epizodiski visa raidījuma laikā tika izplatīti visos sešdesmit pārraidītajos raidījumos Domnīca laika periodā no 2016.gada 4.janvāra līdz 2016.gada 10.janvārim.

[27.5] 2016.gada 5.janvārī konstatētie slēpti audiovizuāli komerciālie paziņojumi (sk. 1.2 un 1.3 punktus) izvietoti ar nodomu, par ko liecina izplatīto paziņojumu saturs un veids kā tie tika izplatīti, proti, raidījuma vadītājs bez norādes par komerciālu paziņojumu popularizēja SIA “Lattelecom” sniegtos televīzijas pakalpojumus un SIA “Lattelecom BPO” uzziņu dienesta pakalpojumus. Padomes ieskatā, bez nodoma un iepriekšējas saskaņošanas ar programmas veidotājiem nav iespējamas izplatīt paziņojumus, kas tiek iekļauti raidījuma saturā. Tā kā “Samsung” logotipa izvietošana raidījuma Domnīca studijā esošā televizora ekrāna ir konstatēta visos sešdesmit pārbaudītajos raidījumos, secināms, ka pārkāpumam ir sistemātisks raksturs un tādēļ izdarīts ar nodomu.



[27.6] Pārkāpumi izdarīt elektroniskā plašsaziņas līdzekļa programmā, kas pieejama tikai SIA "Lattelecom" televīzijas pakalpojumu lietotājiem, līdz ar to, Padome uzskata, ka Programmā izplatītie slēptie audiovizuāli komerciālie paziņojumi nav ietekmējuši plašu Latvijas sabiedrības daļu.

[27.7] Saskaņā ar Kodeksa 22.pantu administratīvais sods tiek piemērots, lai personu, kura izdarījusi administratīvo pārkāpumu, audzinātu likumu ievērošanas un sadzīves noteikumu cienīšanas garā, kā arī lai tiklab tiesību pārkāpējs, kā citas personas neizdarītu jaunus pārkāpumus.

[28] Ņemot vērā iepriekš minēto, Padome uzskata par nepieciešamu piemērot administratīvo sodu – naudas sodu 700 *euro* apmērā, kas uzskatāms par soda apmēru, kas nenodara Media 360 nesamērojamus materiālus zaudējumus, vienlaikus veicinot Media 360 un citus elektroniskos plašsaziņas līdzekļus turpmāk ievērot EPLL prasības attiecībā uz slēptu audio un audiovizuālu komerciālu paziņojumu izvietošanas aizliegumu.

**Ievērojot minēto un saskaņā ar Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 201.<sup>5</sup> panta devīto daļu, 274.pantu, kā arī 275.panta pirmās daļas 1.punktu, Padome**

#### **n o l e m j :**

- 1. Sodīt elektronisko plašsaziņas līdzekli SIA „Media 360” reģ.nr. 40103360903 par Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 201.<sup>5</sup> panta devītajā daļā paredzētā pārkāpuma izdarīšanu, uzliekot administratīvo sodu – naudas sodu 700 *euro* apmērā.**
- 2. Pieņemto lēmumu paziņot SIA „Media 360”.**

**Administratīvais sods jāsamaksā zemāk norādītajā bankas kontā:**

Saņēmējs: Valsts kase

Reģistrācijas Nr. 90000050138

Konta Nr. LV78TREL1060001019900

Saņēmēja banka: Latvijas Banka

Bankas kods: TREL1V22

**Padomes priekšsēdētāja**

**A.Dulevska**

Saskaņā ar Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksa 288.panta pirmo un otro daļu, kā arī 289.panta pirmo daļu, persona, kura saukta pie administratīvās atbildības, šo lēmumu desmit darba dienu laikā no lēmuma paziņošanas dienas var pārsūdzēt rajona (pilsētas) tiesā pēc tās juridiskās adreses, iesniedzot sūdzību Nacionālajai elektronisko plašsaziņas līdzekļu padomei.