



Nacionālā elektronisko plašsaziņas līdzekļu padome

Doma laukums 8A, Rīga, LV-1939, Latvija, tālr. +371 67221848, e-pasts neplp@neplp.lv, www.neplp.lv

Rīgā, 2023.gada 19.janvārī

## **LĒMUMS Nr. 17/1-2**

### *Par administratīvā pārkāpuma procesa uzsākšanu*

Izskatot Nacionālās elektronisko plašsaziņas līdzekļu Padomes (turpmāk – Padome) Monitoringa departamenta 2023.gada 19.janvāra Pārbaudes ziņojumu Nr. P/2023/6-6/14, Padome šādā sastāvā – Padomes priekšsēdētāja vietniece Aurēlija Ieva Druvieta, Padomes locekle Ieva Kalderauska, Padomes locekle Ilva Milzarāja, Padomes loceklis Andis Plakans –

### **konstatē:**

[1] Padomes Monitoringa departaments ir veicis elektroniskā plašsaziņas līdzekļa VSIA “Latvijas Televīzija” programmas LTV7 monitoringu par 2023.gada 14.janvāri, vērtējot tās atbilstību Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likumam (turpmāk arī – EPLL) un audiovizuālu komerciālu paziņojumu izvietojuma noteikumiem.

[2] Padomes locekļi ir iepazinušies ar Padomes Monitoringa departamenta 2023.gada 19.janvāra pārbaudes ziņojumu Nr. P/2023/6-6/14, kurā tika konstatēts turpmāk norādītais:

[2.1] 2023.gada 14.janvārī VSIA “Latvijas Televīzija” programmā LTV7 laika posmā no plkst.10.11.38 līdz plkst.11.11.09 tiek izplatīts raidījums “Sporta studija. Aizkulises”, kuru vada žurnālists Matīss Timofejevs un raidījuma viesis ir Latvijas autosportists (rallija braucējs) Mārtiņš Sesks. Raidījuma viesim M.Seskam mugurā ir balts džemperis ar

viņa vārdu un uzvārdu, kā arī vairākām preču zīmēm, tajā skaitā MRF, LMT, Virši un citām, kas nav identificējamās.

No plkst. 10.11.49 līdz plkst. 10.32.28 Raidījumā tiek runāts par Raidījuma viesu M.Seska treniņiem, sasniegumiem sacensībās, pasaules rallija čempionātu, kas notiks Liepājā 2024.gadā, kurā, iespējams, piedalīsies arī Raidījuma viesis M. Sesks.

No plkst. 10.32.39 Raidījuma vadītājs M. Timofejevs jautā raidījuma viesim M.Seskam, kā izskatās nākotne, vai MRF komanda, kurā raidījuma viesis Mārtiņš Sesks brauca iepriekš, turpināsies, kā arī lūdz pastāstīt, kā esot ar sponsoru piesaisti, norādot, ka raidījuma viesim arī uz krekla ir attēloti dažādi sponsori, bet, kas esot, piemēram, MRF, kas laikam esot radusies Āzijā, uz ko raidījuma viesis M. Sesks saka, ka MRF komanda esot cēlusies no Indijas. MRF ir lielākais riepu ražotājs Indijā, desmitais lielākais riepu ražotājs pasaulē, tā esot milzīga kompānija ar vairāk nekā 20 tūkstošiem darbinieku, kas principā nozīmējot normālu līmeni. Uz raidījuma vadītāja M. Timofejeva jautājumu, kā pie šādiem "normāla līmeņa" nokļūt, raidījuma viesis saka, ka tas esot sācies ar tādu risku, jo iepriekšējā gadā, iepriekšējais posms pirms Liepājas ERC un Liepājas ERC norises laikā sarunas bija un, ņemot vērā, ka gan tad, gan tagad jebkurš atbalsts ir nozīmīgs un šis atbalsts sākotnēji sākās vienkārši ar riepām priekš treniņiem un riepās par mazāku cenu vai pat par brīvu, tad raidījuma viesim M. Seskam citas alternatīvas neesot bijušas, tika ņemts tas, kas bija pieejams. Papildus raidījuma viesis M.Sesks piebilst, ka pēc Liepājas ERC sacensībām un raidījuma viesu M.Seska uzvara tajās esot viņiem bijusi grandioza, jo tika uzvarēti visi 12 ātrumposmi, kas vēsturē esot noticis tikai divas reizes, un, ņemot vērā, ka tajās sacensībās esot bijis gan MRF un visi pārējie partneri un sponsori, tad tās ir tā lietas, pēc kurām sportisti ne tik ļoti tiecas, bet tās ir lietas, par kurām sportistiem pēc tam esot patīkami atcerēties. Raidījuma viesis M.Sesks atzīmē, ka, ja viņš kaut ko izdara, tad tas nepaliekot nepamanīts, jo tā atgriezeniskā saite atgriežoties, līdz ar to sadarbība tiek turpināta.

No plkst. 10.35.00 līdz 10.36.21 raidījuma vadītājs M.Timofejevs jautā, kāda ir šo sponsoru piesaiste un meklēšana, ko raidījuma viesis

sponsoriem varot dot, kādas esot tās sarunas, uz ko raidījuma viesis M.Sesks saka, ka tas galvenais, ko sportists varot dot riepu ražotājam, esot tas, ka kompānija ražo riepas un kompānijai ir vajadzīgs kāds, kurš šīs riepas varot parādīt. Ja riepas esot labas, tad varot pabraukt ātri, bet pabraukt ātri varot tikai, ja pie stūres esot ātrs braucējs un šo visu mijerdarbību sportisti varot kompānijai piedāvāt. Pārējais esot viņu ziņā. Papildus Raidījuma viesis M.Sesks saka, ka tiekot strādāts arī pie attīstības, riepu attīstības procesā, kur starp sacensībām un pirms sezonas tiekot analizēti dati un braucēju sajūtas, rezultātus, lai šajā Indijas rūpnīcā varētu atrast un izveidot labāko un jaunāko mikstūru riepu sastāvam, kas varētu sekmēt Eiropas čempionātā un visos citos čempionātos augstākus rezultātus.

No plkst. 10.36.21 līdz plkst. 10.37.54 raidījuma vadītājs M.Timofejevs jautā raidījuma viesim M.Seskam, kā Latvijas labākais rallija braucējs spējot sevi nodrošināt, jo ar sponsoru piesaisti raidījuma viesis esot profesionālis un vai ar to raidījuma viesis esot sevi nodrošinājis, uz ko raidījuma viesis atbild, ka kāds viņa paziņa Matiass Ekstroms esot teicis, ka rallijā par miljonāru varot kļūt tikai tad, ja pirms tam esot bijis miljardieris, papildus norādot, ka pat ar sponsoru piesaisti ne vienmēr pietiekot, bet nu, protams, primārais, ko vajagot, esot sezonas budžeta nodrošināšana, taču arī tas esot visai nosacīti, jo trenēties var vienmēr vairāk, līdz ar to šajā līmenī par tādu vārdu kā nodrošinājums neesot vērts runāt.

No plkst. 10.37.55 līdz plkst. 10.48.04 Raidījumā tiek runāts par to, kā sākās raidījuma viesis M. Seska sporta karjera, trakākie atgadījumi sportista karjerā.

No plkst. 10.48.05 līdz plkst. 10.49.43 raidījuma vadītājs jautā, vai autosports esot sports vai izklaide, uz ko raidījuma viesis atbild, ka, ja tā būtu vairāk izklaide, tad diez vai būtu jebkurš no šiem partneriem, kas ir uz džempera, jo šie partneri jau neatbalsta sportista izklaidi, viņi atbalsta rezultātam un izaugsmei, papildus piebilstot, ka izklaide sākas tad, ja to varot nodrošināt pats par saviem līdzekļiem, kur netiekot īpaši domāts par

kaut kādiem rezultātiem. Tas vairāk esot attieksmes jautājums, kas ik pa laikam tiek jaukts.

No 10.49.44 līdz plkst. 11.11.03 Raidījumā tiek runāts par raidījuma viesi M.Seska ikdienu un treniņiem, kā tas viss tiek organizēts, par to, kā raidījuma viesim padodas matemātika, kas tiek pielietota arī rallijā braucot, tāpat raidījuma viesis runā par iespējamām avārijām šajā sportā vispār un arī attiecībā uz savām avārijām, par raidījuma viesi treneri Uldi Briedi un cilvēkiem, kas ietilpst komandā, kā arī par nākotnes iecerēm.

[2.2] Raidījuma laikā notiek intervija ar autosportistu Mārtiņu Sesku, kurš ir gērbies džemperī ar viņa vārdu un uzvārdu, kā arī vairākām preču zīmēm, tajā skaitā MRF, LMT, Virši un citām, kas nav identificējas. Raidījuma laikā viesis M.Sesks stāsta, ka šobrīd piedalās sacensībās, pārstāvot MRF komandu, kas ir lielākais riepu ražotājs Indijā, kurš Raidījuma viesim M.Seskam piedāvā par zemāku cenu vai par velti savas ražotās riepas, kā arī Raidījuma laikā raidījuma vadītājs norāda uz Raidījuma viesi M.Seska džemperī atzīmējot, ka uz tā atrodas dažādi sponsori. Tāpat Raidījuma laikā bieži tiek rādīti tuvplāni ar Raidījuma viesi, kur redzami dažādas Raidījuma viesi sponsoru un atbalstītāju preču zīmes.

[3] Veicot monitoringu, tika secināts, ka 2023.gada 14.janvārī VSIA "Latvijas Televīzija" programmā LTV7 raidījumā "Sporta studija. Aizkulises" ir konstatējama audiovizuāla komerciāla paziņojuma izplatīšana (produktu izvietošana).

[4] Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likuma (turpmāk - EPLL) 24.panta pirmā daļa noteic: *"Elektroniskie plašsaziņas līdzekļi ir brīvi un neatkarīgi programmu un raidījumu veidošanā un izplatīšanā, kā arī savā redakcionālajā darbībā, ciktāl tos neierobežo Latvijas Republikas Satversme, šis likums un citi likumi, valsts tehniskie standarti un Latvijai saistoši starptautiskie līgumi."* Minētā tiesību norma noteic, ka elektroniskie plašsaziņas līdzekļi ir neatkarīgi savā redakcionālajā darbībā, ciktāl tos neierobežo tiesību normas.

[5] EPLL 35.panta pirmā daļa nosaka, ka *"Audio un audiovizuālus komerciālus paziņojumus veido atbilstoši šā likuma, Reklāmas likuma, Patērētāju tiesību aizsardzības likuma, Konkurences likuma, Negodīgas*

*komercprakses aizlieguma likuma un citu normatīvo aktu prasībām.*” Savukārt EPLL 35.panta piektā daļa nosaka, ka *“Par audio un audiovizuāla komerciāla paziņojuma izvietošānu elektroniskā plašsaziņas līdzekļa programmā vai raidījumā atbilstoši šā likuma noteikumiem atbild elektroniskais plašsaziņas līdzeklis.”* No minētajām tiesību normām izriet, ka elektroniskajiem plašsaziņas līdzekļiem, tajā skaitā sabiedriskajiem elektroniskajiem plašsaziņas līdzekļiem, programmas veidošanā un audiovizuālu komerciālu paziņojumu izplatīšanā ir jāievēro gan Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likums, gan citi spēkā esošie normatīvie tiesību akti, kā arī jāuzņemas atbildība par to izvietošānu programmā. Tas nozīmē, ka attiecībā uz komerciālu paziņojumu izvietošānu programmā, sabiedriskajiem elektroniskajiem plašsaziņas līdzekļiem savā darbībā ir jāievēro arī Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu pārvaldības likums.

[6] EPLL 1.panta 4.punkts nosaka, ka *“audio un audiovizuāls komerciāls paziņojums — reklāma televīzijā vai radio, sponsorēšana, televīzijas vai radio veikals, produktu izvietošāna un citi audio, vizuāli vai audiovizuāli paziņojumi, kas ievietoti raidījumā vai lietotāja veidotā video, izvietoti pirms vai pēc raidījuma vai lietotāja veidota video par samaksu vai citu atlīdzību vai pašreklāmas nolūkā un tieši vai netieši reklamē to personu preces, pakalpojumus vai tēlu, kuras veic saimniecisko darbību;”* No minētās tiesību normas izriet, ka produktu izvietošāna ir viens no audiovizuāla komerciāla paziņojuma veidiem.

[7] EPLL 1.panta 16.punkts nosaka, ka *“produktu izvietošāna — 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 vai lietotāja veidotā video par samaksu vai citu atlīdzību.”* No definīcijas izriet, ka produktu izvietošānas sastāvdaļas ir:

1) tieša vai netieša personu preču, pakalpojumu vai tēla, kuras veic saimniecisko darbību, popularizēšana, elektronisko plašsaziņas līdzekļu raidījumā iekļaujot produktus, pakalpojumus vai to preču zīmes,

vai arī atsauces uz attiecīgajiem produktiem, pakalpojumiem vai to preču zīmēm;

2) samaksa vai cita atlīdzība par popularizēšanu.

Konkrētajā gadījumā Raidījumā tiek veikta produktu izvietošana – Raidījuma viesu sponsoru un atbalstītāju preču zīmes, kas ir attēlotas uz Raidījuma viesu džempera, kā arī Raidījuma laikā tiek veiktas vairākas verbālas atsauces uz to, ka Raidījuma viesim uz džempera ir daudzu sponsoru un atbalstītāju preču zīmes, izceļot vienu no sponsora preču zīmēm “MRF” gan no Raidījuma vadītāja, gan Raidījuma viesu puses.

[8] Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu pārvaldības likuma (turpmāk arī SEPLL) 7.panta “*Sabiedriskā elektroniskā plašsaziņas līdzekļu saimnieciskā darbība un tās nodrošināšana*” otrā daļa nosaka, ka: “*Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu programmās un pakalpojumos, arī interneta vidē, aizliegts izvietot visu veidu komerciālos paziņojumus, izņemot:*

1) *paziņojumus par sponsorēšanu (ar iespēju norādīt sponsorētā raidījuma sākumā, kā arī vidū vai beigās sponsora nosaukumu, logotipu, preču zīmi vai atsauci uz sponsora preci vai pakalpojumu) attiecībā uz Eiropas Raidorganizāciju apvienības starptautisko pasākumu translācijām un Ministru kabineta apstiprinātajiem Latvijas sabiedrībai īpaši svarīgiem pasākumiem;*

2) *paziņojumus par sponsorēšanu (ar iespēju norādīt sponsorētā raidījuma sākumā, kā arī vidū vai beigās sponsora nosaukumu, logotipu, preču zīmi vai atsauci uz sponsora preci vai pakalpojumu) ar Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu padomes atļauju attiecībā uz publisku vai privātu personu līdzfinansētiem kultūras, sporta, izglītojošiem un sociāliem projektiem, tai skaitā šo projektu ietvaros veiktiem raidījumu ierakstiem;*

3) *paziņojumus par raidījumu finansējuma avotiem (ar iespēju norādīt sponsorētā raidījuma sākumā, kā arī vidū vai beigās sponsora nosaukumu, logotipu, preču zīmi vai atsauci uz sponsora preci vai pakalpojumu) atbilstoši Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu padomes vadlīnijām;*

4) paziņojumus par filmu un ekranizējumu finansējuma avotiem (ar iespēju norādīt filmas vai ekranizējuma sākumā, kā arī vidū vai beigās līdzfinansētāju (sponsoru) nosaukumus, logotipus, preču zīmes vai atsaucis uz pakalpojumiem) atbilstoši Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu padomes vadlīnijām;

5) reklāmas klipus tajos gadījumos, kad prasība pārraidīt reklāmas klipus ir licences līguma neatņemama sastāvdaļa, bez kuras nav iespējams iegūt šīs daļas 1. punktā minēto pasākumu pārraidīšanas tiesības;

6) informatīvus paziņojumus par kultūras pasākumiem ar Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu padomes atļauju. Informatīvie paziņojumi nedrīkst ietvert informāciju par biļešu cenām, iegādes vietām, veidiem un līdzīgu komerciāla rakstura informāciju;

7) paziņojumus par valsts akciju sabiedrības "Latvijas Loto" organizēto izložu rezultātiem un izložu laimestu uzkrājumiem;

8) attiecīgā sabiedriskā elektroniskā plašsaziņas līdzekļa pašreklāmu un otra sabiedriskā elektroniskā plašsaziņas līdzekļa pašreklāmu."

Vērtējot Lēmuma 6.,7. un 8. punktā minētās tiesību normas kopsakarā, ir secināms, ka sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu programmās, kas ir VSIA "Latvijas Televīzija" veidotās programmas, tostarp, LTV7, nav pieļaujams tāds audiovizuāla komerciāla paziņojuma veids kā produktu izvietošana. Konkrētajā gadījumā sabiedriskais elektroniskais plašsaziņas līdzeklis VSIA "Latvijas Televīzija" ir veikusi produktu izvietošana Raidījumā, lai gan spēkā esošo normatīvo aktu prasības sabiedriskajiem elektroniskajiem plašsaziņas līdzekļiem to aizliedz. Tādējādi secināms, ka pārkāpts EPLL 35.panta pirmajā daļā noteiktais, ka "audio un audiovizuālus komerciālus paziņojumus veido atbilstoši šā likuma, Reklāmas likuma, Patērētāju tiesību aizsardzības likuma, Konkurences likuma, Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma un citu normatīvo aktu prasībām."

[9] EPLL 78.pants nosaka: "Par šajā likumā noteiktās kārtības pārkāpšanu audio un audiovizuālo komerciālo paziņojumu sniegšanā vai izplatīšanā piemēro brīdinājumu vai naudas sodu fiziskajai personai no septiņām līdz divdesmit astoņām naudas soda vienībām, bet juridiskajai

*personai — no četrpadsmit līdz tūkstoš četrsimt divdesmit naudas soda vienībām.”*

[10] Ievērojot iepriekš minēto, konstatējams, ka VSIA “Latvijas Televīzija” programmā LTV7, iespējams, ir notikusi audiovizuāla komerciāla paziņojuma izplatīšana (produktu izvietošana), neievērojot EPLL 35.panta pirmo daļu un SEPLL 7.panta otro daļu un tādējādi, iespējams, izdarot EPLL 78.pantā paredzēto administratīvo pārkāpumu.

Padome, ņemot vērā minēto un pamatojoties uz Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likuma 1.panta 16.punktu, 35.panta pirmo un piekto daļu, 78.pantu, Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu pārvaldības likuma 7.panta otro daļu, Administratīvās atbildības likuma 116.panta 2.punktu, 117.panta pirmās daļas 1.punktu un 121.pantu,

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

- 1. Uzsākt administratīvā pārkāpuma procesu par VSIA “Latvijas Televīzija”, reģ.nr. 40003080597, darbībā 2023.gada 14.janvārī konstatēto.**
- 2. Piešķirt VSIA “Latvijas Televīzija”, reģ.nr. 40003080597, pie administratīvās atbildības saucamās personas statusu.**
- 3. Piešķirt administratīvā pārkāpuma lietai numuru - 18012000000223.**
- 4. Par pieņemto lēmumu paziņot VSIA “Latvijas Televīzija”.**
- 5. Uzdot Padomes Monitoringa departamentam sagatavot visus dokumentus un veikt nepieciešamās darbības administratīvā pārkāpuma procesa nodrošināšanai.**
- 6. Atbildīga par šī lēmuma izpildes kontroli ir Padomes priekšsēdētāja vietniece Aurēlija Ieva Druvieta.**

Saskaņā ar Administratīvās atbildības likuma 41.panta pirmo daļu pie administratīvās atbildības saucamajai personai ir tiesības iepazīties ar administratīvā pārkāpuma lietas materiāliem, izdarīt no tiem izrakstus,



norakstus un izgatavot kopijas; piedalīties administratīvā pārkāpuma lietas izskatīšanā, sniegt paskaidrojumus; lietot valodu, kurā tā spēj sazināties, kā arī izmantot tulka palīdzību, jo šī persona neprot valodu, kurā notiek administratīvā pārkāpuma process; zināt, par kāda pārkāpuma izdarīšanu tā tiek saukta pie atbildības; izteikt lūgumus; iesniegt pierādījumus un pārsūdzēt administratīvā pārkāpuma lietā pieņemto lēmumu.

Saskaņā ar Administratīvās atbildības likuma 41.panta otro daļu pie atbildības saucamajai personai ir šādi pienākumi: noteiktajā laikā ierasties amatpersonas, augstākas amatpersonas vai tiesas norādītajā vietā; nekavēt un netraucēt administratīvā pārkāpuma procesa norisi; paziņot amatpersonai, augstākai amatpersonai vai tiesai par dzīvesvietas, juridiskās adreses vai elektroniskā pasta adreses maiņu procesa laikā; pārtraukt pārkāpumu, par kuru tā tiek saukta pie atbildības; ievērot piemēroto procesuālo piespiedu līdzekli.

**Padomes priekšsēdētāja vietniece  
Druviete**

**Aurēlija Ieva**

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