

Vadlīnijas elektronisko plašsaziņas līdzekļu likuma piemērošanā par audio komerciālu paziņojumu izvietojumu elektronisko plašsaziņas līdzekļu audio raidījumos un programmās

Šīs instrukcijas mērķis ir izveidot vienotu izpratni un uzraudzību audio komerciālu paziņojumu izvietojuma jautājumos. Instrukcija paredzēta Nacionālās elektronisko plašsaziņas līdzekļu padomes (turpmāk arī – Padome) darbiniekiem un ir iekšējais normatīvais akts. Instrukcijā iekļauti un analizēti Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likumā definētie audio komerciālu paziņojumu veidi.

Instrukcija veidota, analizējot elektroniskajos plašsaziņas līdzekļos iespējamo audio komerciālu paziņojumu veidus, ievērojot Padomes līdzšinējo praksi, ar nolūku nepieciešamības gadījumā veikt vadlīniju papildinājumus vai precizējumus.

Nemot vērā, ka komerciālo paziņojumu izvietojuma noteikumi ir izveidoti elektronisko plašsaziņas līdzekļu auditorijas aizsardzībai, komerciālu paziņojumu izvietojums un atbilstība normatīvajiem aktiem vērtējams no vidusmēra patērētāja uztveres viedokļa.

Ar šo iekšējo normatīvo aktu Padome skaidro Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likuma piemērošanu, tomēr tas nav uz āru saistošs un neaizstāj Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likumā noteikto.

1. Pašreklāma

- 1.1. Pašreklāmās elektroniskais plašsaziņas līdzeklis popularizē savus pakalpojumus, raidījumus vai programmas.
- 1.2. Par pašreklāmu nav uzskatāmi tādi paziņojumi, kas nav saistīti ar elektroniskā plašsaziņas līdzekļa programmu, bet attiecas uz kādu elektroniskā plašsaziņas līdzekļa sniegtu blakus pakalpojumu vai produktu, kas nav tieši saistīts ar elektroniskā plašsaziņas līdzekļa darbību programmu, raidījumu vai katalogu veidošanā.
- 1.3. Pašreklāma netiek ieskaitīta pieļaujamajā raidstundas reklāmas apjomā. Pašreklāmā izplatot raidījumu sponsoru norādes, minēto sponsoru norāžu laiks tiek ieskaitīts raidstundas pieļaujamajā reklāmas apjomā.

2. Radio veikals

- 2.1. Radio veikals ir tieša piedāvājuma paziņojums, kura mērķis ir piedāvāt par samaksu preču vai pakalpojumu, tostarp, nekustamo īpašumu, tiesību un pienākumu iegādi (t.sk. nomu vai īri), padarot šādu preču vai pakalpojumu iegādi (t.sk. nomu vai īri) ērti pieejamu auditorijai.
- 2.2. Radio veikalam jābūt iekļautam reklāmas blokā. Ja radio veikals iekļauts raidījumā atbilstoši Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likuma 48.panta trešajai daļai, elektroniskā plašsaziņas līdzekļa auditorijai jābūt informētai par izvietoto radio veikalu.

- 2.3. Radio veikala un reklāmas kopapjoms vienā raidstundā kopā nedrīkst pārsniegt 20% no raidstundas jeb 12 minūtes, ciktāl Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likumā nav noteikts cits apjoms attiecībā uz sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu programmām un komerciālo elektronisko plašsaziņas līdzekļu sabiedriskā pasūtījuma ietvaros veidotajiem raidījumiem un programmām.
- 2.4. Par raidījumu viengabalainību traucējošiem apstākļiem uzskatāmi:
 - 2.4.1. Raidījuma pārtraukums sižeta laikā nevis starp sižetiem;
 - 2.4.2. Raidījuma pārtraukums, kas traucē uztvert raidījuma saturu.

3. Radio veikala skatlogs

- 3.1. Radio veikala skatlogs ir radio veikals, kura ilgums pārsniedz 15 minūtes.
- 3.2. Pirms un pēc radio veikala skatloga izvietojamais paziņojums veidojams vārdiskā veidā, tā, lai elektroniskā plašsaziņas līdzekļa auditorija būtu tieši informēta par radio veikala skatloga esamību programmā.

4. Reklāma

- 4.1. Reklāmas sižeti var tikt veidoti kā ilgstoša reklāma, kuru ilgums pārsniedz 90 sekundes vai kā reklāmas klipī, kuru ilgums nepārsniedz 90 sekundes.
- 4.2. Izplatot reklāmas sižetu, kas pārsniedz 90 sekundes jeb ilgstošu reklāmu, norādei uz ilgstošas reklāmas izvietošānu pirms un pēc tās jābūt veidotai verbālā veidā.
- 4.3. Reklāmas mērķis ir popularizēt preci vai pakalpojumu (arī personu), tieši nepiedāvājot preces tūlītējai tirdzniecībai, bet veicināt konkrētas preces, pakalpojuma vai preču, pakalpojumu piedāvātāja vai personu popularitāti vai pieprasījumu pēc tām.
- 4.4. Ik stundas pieļautajā reklāmas apjomā neieskaita valsts paziņojumus vai aicinājumus ziedot, ja tie programmā ievietoti bez maksas.
- 4.5. Ja paziņojums, kuram nav saimniecisks vai ar profesionālo darbību saistīts raksturs, programmā ir izvietots par samaksu vai citu atlīdzību, tas tiek ieskaitīts kopējā reklāmas apjomā, t.sk. elektroniskā plašsaziņas līdzekļa auditorijas sludinājumi un tiem līdzīgi paziņojumi.
- 4.6. Politiskā reklāma ir reklāmas veids, kurā netiek popularizēti produkti vai pakalpojumi un tie atbilst vismaz kādai no šādām pazīmēm:
 - 4.6.1. Tie ir saistīti ar konkrētu personu vai personu grupu profesionālo darbību politikā vai sabiedrisko aktualitāšu jomā, ja par minēto paziņojumu saņemta samaksa vai cita atlīdzība un šāda paziņojuma mērķis ir popularizēt konkrēto personu vai personu grupas darbību, tēlu vai atpazīstamību.
 - 4.6.2. Paziņojuma nolūks ir gūt plašsaziņas līdzekļa auditorijas atbalstu politiskām idejām vai veiktiem pasākumiem, ja minētais paziņojums izplatīts nolūkā popularizēt konkrēto personu vai personu grupas uzskatus.
- 4.7. Reklāma (arī ilgstoša reklāma) pēc formāta var šķietami atgādināt raidījumu vai tā sastāvdaļu, piemēram, reklāmu noformējot intervijas veidā vai apmaksājot jebkuras informācijas, sižeta, komentāra, apskata, ziņu izplatīšanu vai dalībnieka dalību raidījumā. Šādā gadījumā paziņojuma komerciāla rakstura atpazīšanai jāanalizē tā saturs, paziņojuma mērķis jeb nolūks un elektroniskā plašsaziņas līdzekļa redakcionālā nozīme šāda paziņojuma izveidošanā un izplatīšanā.

5. Slēpti audio komerciāli paziņojumi

- 5.1. Slēpta audio komerciāla paziņojuma maldinošais raksturs izpaužas kā paziņojuma noformējuma veida (neatbilstoši vispārīgiem reklāmas izvietojuma noteikumiem) iespēja maldināt Elektroniskā plašsaziņas līdzekļa auditoriju par šāda paziņojuma būtību, liedzot auditorijai konstatēt šāda paziņojuma komerciālo raksturu.
- 5.2. Par slēptiem audio komerciāliem paziņojumiem nav uzskatāmi vispusīgi, regulāri tematiski raidījumi par konkrētām nozarēm (tās ietvaros piedāvātām precēm un pakalpojumiem), īpaši neizceļot konkrētus produktus.
- 5.3. Lai konstatētu slēpta audio komerciāla paziņojuma izvietojumu programmā Padome vadās pēc šādām pazīmēm:
 - 5.3.1. Programmā ir neobjektīvi un vienpusīgi apskatīta un novērtēta prece, pakalpojums, izceltas paziņojuma priekšmeta pozitīvās īpašības;
 - 5.3.2. Nav ievērota audio komerciāliem paziņojumiem paredzētā izvietojuma kārtība un atdalīšana no citām programmas daļām;
 - 5.3.3. Attiecībā uz slēptajā komerciālajā paziņojumā popularizēto preci vai pakalpojumu nosaukta tā iegādes vieta, padarot pakalpojumu viegli pieejamu patērētājam;
 - 5.3.4. Paziņojums ar komerciālu raksturu tiek iekļauts redakcionālajā saturā tādā veidā, ka elektroniskā plašsaziņas līdzekļa auditorija tiek maldināta par šāda paziņojuma komerciālo raksturu, paziņojumu iekļaujot programmā kā redakcionālu elementu.

6. Sponsorēšana

- 6.1. Sponsorētos raidījumos jābūt skaidri dzirdamam, ka raidījums ir sponsorēts un kas ir šī raidījuma sponsors.
- 6.2. Atsauci uz sponsoru, kas izplatīta raidījuma laikā neintegre raidījuma darbībā. Šādai atsaucei ir tikai elektroniskā plašsaziņas līdzekļa auditoriju informējošs raksturs, un tā ir izplatāma tik ilgi, lai auditorijai būtu iespējams uztvert, ka raidījums vai programma ir sponsorēta un kas ir šī raidījuma sponsors.
- 6.3. Raidījumā izvietotā atsaucē uz sponsoru nedrīkst ieteikt sponsoru preces vai pakalpojumus, padarot to par redakcionālā satura sastāvdaļu.
- 6.4. Sponsoru norādes, ja tās izplatītas sponsorētajā raidījumā (arī pirms vai pēc tā) netiek ieskaitītas raidstundas pieļaujamajā reklāmas apjomā.

7. Slēptā politiskā reklāma priekšvēlēšanu aģitācijas periodā

- 7.1. Slēptiem politiskiem komerciāliem paziņojumiem raksturīgs:
 - 7.1.1. Raidījumā vai raidījuma fragmentā tiek attēlots notikums bez sociāli politiskas aktualitātes un tas izveidots tikai publicitātes gūšanai.
 - 7.1.2. Nepastāv sabiedriska interese zināt attiecīgas amatpersonas vai deputāta kandidāta viedokli vai rīcību.
 - 7.1.3. Slēpta politiska aģitācija var saturēt gan tiešu, gan netiešu aicinājumu balsot par vai pret kādu politisko partiju vai partiju apvienību, vai kandidātu.