

VADLĪNIJAS PAZIŅOJUMU IZVIETOŠANAI UN SADARBĪBAI AR PARTNERIEM

I VISPĀRĪGIE NOTEIKUMI

1.1. Vadlīnijas paziņojumu izvietojumam un sadarbībai ar partneriem (turpmāk – Vadlīnijas) ir izstrādātas saskaņā ar Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu un to pārvaldības likumu (turpmāk – SEPLPL) un Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu padomes (turpmāk – SEPLP) Vadlīnijām paziņojumu veidošanai un izvietojumam sabiedriskā medija programmās un pakalpojumos (turpmāk – SEPLP vadlīnijas), lai nodrošinātu VSIA "Latvijas Radio" (turpmāk – Latvijas Radio) saprotamu, caurskatāmu rīcības kārtību un vienotus principus attiecībā ar fiziskām un juridiskām personām, nodrošinot pakalpojumus, radot Latvijas Radio saturu un īstenojot projektus.

1.2. Vadlīnijas ir piemērojamas ievērojot Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likuma, SEPLPL, Reklāmas likuma, Patērētāju tiesību aizsardzības likuma, Konkurences likuma, Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma, Latvijas Radio Rīcības un ētikas kodeksa un citu normatīvo aktu prasības.

1.3. Latvijas Radio piemēro šīs Vadlīnijas, lemjot par sadarbību ar valsts un ārvalstu publisko un privāto tiesību subjektiem, nevalstiskajām organizācijām un citām personām.

1.4. Sadarbības mērķis ir īstenot SEPLPL noteiktos gadījumus attiecībā uz finansējuma/līdzfinansējuma un sponsorējuma līgumu slēgšanu, finansējuma/līdzfinansējuma, sponsora, kā arī citu dažāda veida paziņojumu, t.sk. VSIA "Latvijas Televīzija" pašreklāmas materiālu izvietojumu, sadarbību ar citiem masu informācijas līdzekļiem (turpmāk – mediji), neatkarīgajiem producentiem, citiem partneriem un kopprojektu veidošanu.

1.5. Vadlīnijās noteiktie principi un izņēmuma gadījumi ir attiecināmi uz Latvijas Radio programmām, pakalpojumiem un veidotajām satura vienībām lineārajā apraidē, interneta (daudzplatformu) vidē un citiem ārpus ētera projektiem.

1.6. Pieļaujamo paziņojumu, reklāmas klipu un sabiedriskā medija pašreklāmu izvietojumam ir jābūt samērīgai attiecībā pret visu programmas vai pakalpojumu kopumu, kā arī tai ir jāatbilst Latvijas Republikas tiesību aktos noteiktajiem reklāmas

un komerciālo paziņojumu izvietojuma nosacījumiem. Latvijas Radio kopējais dažāda veida paziņojumu apmērs vienā stundā nevar pārsniegt 10%.

II FINANSĒJUMS/LĪDZFINANSĒJUMS UN SPONSORĒJUMS

2.1. Latvijas Radio, darbojoties ārpus reklāmas tirgus, SEPLPL un SEPLP vadlīnijās noteiktajos gadījumos var saņemt finansējumu/līdzfinansējumu un pieņemt projektu sponsorējumu.

2.2. Lemjot par sadarbību ar finansētāju/līdzfinansētāju vai sponsoru, Latvijas Radio līdztekus SEPLP vadlīnijās noteiktajiem kritērijiem:

(SEPLP vadlīniju kritēriju būtība redakcijā, kas ir spēkā šo Vadlīniju apstiprināšanas dienā attiecībā uz finansētāju/līdzfinansētāju un sponsorējumu:

- vai raidījumu nepieciešams līdzfinansēt, vai tas ir sabiedrības interesēs; vai projektam un tā ietvaros veidotu raidījumu izveidei ir nepieciešams piesaistīt sponsoru, vai tas ir sabiedrības interesēs;

- finansētāja/līdzfinansētāja, sponsora vai tā amatpersonu reputāciju un publiskajā vidē pausto izteikumu vai rīcības atbilstību vispārpieņemtajām morāles un ētikas normām;

- apstākli, vai finansētāja/līdzfinansētāja, sponsora rīcība var negatīvi ietekmēt sabiedrības uzticību sabiedriskajam medijam un tā reputāciju;

- apstākli, vai finansējuma vai sponsora piesaiste var ietekmēt raidījumu objektivitāti.)

vērtē un vadās pēc šādiem kritērijiem:

1) vai finansējuma, sponsorējuma pieņemšana nevar izraisīt aizdomas par interešu konfliktu;

2) iepriekšējo sadarbību, ja tāda ir bijusi, t.sk. finanšu saistību izpildi pret Latvijas Radio;

3) vai finansētājs/līdzfinansētājs vai sponsors nav iekļauts Latvijas Radio debitoru sarakstā;

4) vai nav pasludināts finansētāja/līdzfinansētāja vai sponsora maksātnespējas process (izņemot gadījumu, kad maksātnespējas procesā tiek piemērots uz maksātnespējas atjaunošanu vērsts pasākumu kopums), apturēta tā saimnieciskā darbība vai tas tiek likvidēts.

2.3. Sadarbības principi:

1) Latvijas Radio programmās un pakalpojumos atļauts izvietot paziņojumus par sponsorēšanu attiecībā uz Eiropas Raidorganizāciju apvienības starptautisko pasākumu translācijām un Ministru kabineta apstiprinātajiem Latvijas sabiedrībai īpaši svarīgiem

pasākumiem, kā arī kultūras, sporta, izglītojošiem un sociāliem projektiem, tai skaitā šo projektu ietvaros veiktiem raidījumu ierakstiem;

2) gadījumos, kad Latvijas Radio ir saņemts finansējums vai sponsorējums, programmās un pakalpojumos ir jāizvieto paziņojumi par attiecīgajiem finansējuma avotiem;

3) Latvijas Radio programmās finansētas/līdzfinansētas satura vienības pieļaujamas samērīgā apjomā no kopējā programmas un pakalpojumu apjoma;

4) gadījumos, kad nepieciešams iepriekšējs SEPLP saskaņojums, Latvijas Radio var uzsākt sadarbību ar fizisku vai juridisku personu tikai pēc saskaņojuma saņemšanas;

5) finansētājs/līdzfinansētājs un sponsors nedrīkst ietekmēt Latvijas Radio saturu, tā plānošanu un izplatīšanu un citus Latvijas Radio darbības aspektus;

6) Latvijas Radio izveidotais projekts, raidījums vai jebkāds cits saturs nav pretpakalpojums par piešķirto finansējumu vai sponsorējumu, t.sk. nodrošinot nefinansiālu atbalstu, vai piešķirtajām tiesībām;

7) finansējuma vai sponsorējuma apmēru nosaka, ņemot vērā veidojamā satura vai projekta specifiku un sasniedzamos mērķus;

8) Latvijas Radio nekavējoties pārtrauc sadarbību ar fizisku vai juridisku personu, ja Latvijas Radio rīcībā nonāk pamatota informācija, ka tā ir mēģinājusi ietekmēt Latvijas Radio satura redakcionālo neatkarību vai iejaukties Latvijas Radio kā sabiedriskā elektroniskā plašsaziņas līdzekļa darbībā.

2.4.Paziņojumu izvietošana:

1) sponsorējuma gadījumos, kad Latvijas Radio ir saņemta SEPLP atļauja, Latvijas Radio savās programmās, pakalpojumos, kā arī citos ārpus ētera projektos, t.sk. citos satura nesējos, ietver atbilstošus paziņojumus par sponsorējumu. Savukārt finansēšanas un līdzfinansēšanas gadījumos paziņojumu izvietošana par raidījumu finansējuma un līdzfinansējuma avotiem nav saskaņojama ar SEPLP;

2) paziņojumu izvietošanas principi attiecas uz jebkuru sponsoru un finansētāju/līdzfinansētāju;

3) paziņojumus par sponsorēšanu/finansēšanu/līdzfinansēšanu izvieto satura vienības sākumā, kā arī vidū vai beigās, norādot sponsorētāja nosaukumu, logotipu, preču zīmi vai atsauci uz tā precī vai pakalpojumu, bet finansētāja/līdzfinansētāja - nosaukumu, logotipu vai preču zīmi;

4) atsevišķos izņēmuma gadījumos, īstenojot kultūras, sporta, izglītojošus vai sociālus projektus, to ietvaros veidotajās nestandarta ētera satura vienībās un citos formātos vai to kopumā, drīkst izvietot paziņojumus par sponsoru vai finansētāju/līdzfinansētāju saskaņā ar šo Vadlīniju 2.4. punkta 3. apakšpunkta noteikumiem par atsauču saturu,

paziņojumu apjomu nosakot katram projektam atsevišķi - atbilstoši projekta mērogam, sagatavotā satura ilgumam, formātam, sponsora vai finansētāja/līdzfinansētāja ieguldījumam u.c. nosacījumiem, piemēram, attiecībā uz projektu “Dod pieci!” un tā veidoto ilglaicīgo raidījumu, projektu “Muzikālā Banka” u.tml.;

5) ja no sponsorētā vai finansētā raidījuma Latvijas Radio patstāvīgi. t.i., bez papildu ārējā finansējuma, tiek veidots atvasināts saturs, piemēram, raksts interneta vidē, foto galerija, materiāls sociālās tīklošanas vietnēs, raidieraksti u.c., paziņojumi par sponsorēšanu vai finansēšanu netiek izvietoti;

6) ja ir veidots saturs no sponsorēta projekta vai pilnīgi vai daļēji finansēts saturs, kas ir radīts izvietošanai ārpus lineārajā apraidē izplatītajiem raidījumiem, pie šāda satura tiek izvietota informācija par sponzoru vai finansētāju/līdzfinansētāju, izvietojot atbilstošu paziņojumu saskaņā ar šo Vadlīniju 2.4. punkta 3. apakšpunkta noteikumiem par atsauču saturu, kā arī iespējama vizuāla norāde - logotips.

Izvietojot audio, audiovizuālo vai vizuālo paziņojumu, ievēro, ka:

tas netiek pārmērīgi audiāli izcelts, piemēram, palielinot skaņas līmeni, piemērojot papildu specefektus (zīmola audio log nav uzskatāms par specefektu), iekļaujot tajā papildu - uz paziņojuma izvietošanas mērķi neatbilstošu - informāciju, tas netiek stilistiski veidots kā reklāma; audiovizuālais paziņojums netiek izcelts ar pārmērīgi lieliem burtiem pret pārējo saturu, tā ekspozīcijas laiks nav garāks nekā tas nepieciešams saprātīgai informācijas uztveršanai, netiek pārmērīgi izcelts vizuālais logo - tas nav mirgojošs, ilgstošs, neatgādina reklāmu, nav lielāks par Latvijas Radio logotipu u.tml.; paziņojums nevar dominēt pār satura producenta informāciju; audiālu paziņojumu, kas tiek izvietots tekstuālā formā, nolasa satura veidotājs vai tas var būt iepriekš ierakstīts teksts, piemēram, “Projektu atbalsta/finansē/līdzfinansē ...” vai līdzīgi; vizuāls paziņojums digitālajās platformās (piemēram, pie publikācijas vai vizuāla attēla, bannera, video materiāla, kas ir publicēts mājaslapā vai sociālajos kontos u.c.) var tik izvietots tekstuālā un/vai vizuālā formā (logotips) satura vienības sākumā vai beigās.

7) finansētāja/līdzfinansētāja vai sponsora nosaukumu vai preču zīmi nedrīkst iekļaut raidījuma vai jebkāda cita satura nosaukumā;

8) finansētāja/līdzfinansētāja un sponsora norādes netiek iekļautas pašreklāmā;

9) atsauces pie Eiropas Savienības fondu projektu, kā arī citu fondu un finansētiem/līdzfinansētiem vai sponsorētiem raidījumiem jāizvieto, ievērojot obligātās publicitātes prasības;

10) par paziņojumu izvietošanu ir atbildīgs attiecīgās Latvijas Radio struktūrvienības darbinieks (satura veidotājs vai par satura, t.sk. ārēji radīta, izvietošanu atbildīgā persona);

11) paziņojumu uzskaitē notiek saskaņā ar raidprogrammā pieejamo informāciju.

2.5. Paziņojumu par raidījumu finansējuma avotiem izvietošana sabiedriskā medija programmās un pakalpojumos nav jāsaskaņo ar SEPLP.

2.6. Paziņojumus par sponsorēšanu, kas Latvijas Radio programmās un pakalpojumos tiek izvietoti projektu un to ietvaros veidotu raidījumu ietvaros, ir jāsaskaņo ar SEPLP.

2.7. Latvijas Radio programmās vai pakalpojumos var izvietot pateicības vārdus fiziskām un juridiskām personām, kuras satura tapšanā vai citu Latvijas Radio sniegto pakalpojumu ietvarā nav sniegušas finansiālu atbalstu, bet ir piedalījušās ar savu darbu vai cita veida nekomerciālu ieguldījumu bez mērķa popularizēt savu vārdu/nosaukumu, preču zīmi, tēlu, darbību vai ražojumu. Pateicības vārdi nedrīkst saturēt tiešas vai netiešas reklāmas vai preču zīmes pazīmes.

III INFORMATĪVI PAZIŅOJUMI PAR KULTŪRAS PASĀKUMIEM

3.1. Latvijas Radio programmās var izvietot informatīvus paziņojumus par kultūras pasākumiem, norādot kultūras pasākuma nosaukumu, norises vietu un laiku, kā arī informāciju par radošo komandu un dalībnieku sastāvu un citu nekomerciāla rakstura informāciju.

3.2. Informatīvie paziņojumi nedrīkst ietvert informāciju par biļešu cenām, iegādes vietām, veidiem un līdzīgu komerciāla rakstura informāciju.

3.3. Ja informatīvajos paziņojumos par kultūras pasākumu pārraidīšanu ir nepieciešams iekļaut informāciju par pasākuma finansētāju vai līdzfinansētāju, tad šo informāciju drīkst norādīt pateicības formā, minot finansētāju vai līdzfinansētāju nosaukumu, vai izvietojot tā logo paziņojuma beigās.

3.4. Vadlīniju izpratnē kultūras pasākumi ir izstādes, koncerti, teātra izrādes, vietējās filmas, filmu un citi festivāli, semināri, forumi, izglītības informācija, grāmatu atvēršana, dažādu žanru mūzikas, folkloras, deju, tautas mākslas un citi kultūras pasākumi, arhitektūras sasniegumu notikumi. Tāpat informācija par Latvijas arhīviem, muzejiem, nemateriālā kultūras mantojuma apzināšanu, kultūrizglītību, zināšanu pārnesi un tradīciju pratību šodienā, latvisko dzīvesziņu, lasītprasmi, literatūras izziņu un koptas latviešu valodas lietojumu u.c. ar kādu no kultūras apakšnozarēm saistīti publiski komerciāli vai nekomerciāli pasākumi, neatkarīgi no to rīkotāja, kuri ir sabiedriski nozīmīgi un atbilst definētajiem sabiedriskā pasūtījuma mērķiem un uzdevumiem.

3.5. Lemjot par šajā sadaļā minēto paziņojumu izvietošana, Latvijas Radio ņem vērā Vadlīniju 2.2. punktā noteiktos Latvijas Radio kritērijus, kā arī vērtē un vadās pēc šādiem kritērijiem to esošajā kārtībā:

1) paziņojums ir par sabiedriski nozīmīgu pasākumu, kas kalpo sabiedrības interesēm, par kura norisi bez Latvijas Radio iesaistes informācija varētu būt nepietiekama;

2) paziņojums atbilst sabiedriskā pasūtījuma mērķiem, uzdevumiem un Latvijas Radio vienlaikus īsteno programmu vajadzības, iegūstot pasākuma fonogrammas izmantošanas tiesības un papildinot Latvijas Radio arhīvu;

3) paziņojums ir ar sabiedrisku nozīmību par kvalitatīviem notikumiem ar pārliecinošu, oriģinālu ideju, un paziņojumā minētais pasākums veicina Latvijas kultūrvides attīstību;

4) pasākums, kas vērsts uz noteiktu atbalstāmu grupu, piemēram, suitu, līvu, ukraiņu u.c.;

5) pasākuma mērogs (jo plašāks pasākuma mērogs, jo tam tiek piešķirta augstāka prioritāte).

3.6. Paziņojumu izvietošana:

1) paziņojumi Latvijas Radio programmās un pakalpojumos tiek izvietoti pēc SEPLP saskaņojuma saņemšanas samērīgā apjomā un saskaņā ar sabiedriskā pasūtījuma konkrētā gada plānu un sabiedriskā medija redakcionālo izvēli;

2) lemjot par paziņojuma izvietošanas vietu programmā, ņem vērā tā saturu, mērķauditoriju un vēlamo – Latvijas Radio iespējamo izvietošanas apjomu;

3) Latvijas Radio piemēro maksu par paziņojuma izvietošanu atbilstoši Latvijas Radio apstiprinātajam cenrādī, kas apstiprināts atbilstoši izstrādātai iekšējai kārtībai, vadoties pēc vienotiem un skaidriem principiem, tostarp neveicinot tirgus kropļošanu. Vienoti principi paziņojumu izvietošanas maksas piemērošanā tiek ievēroti arī tad, ja paziņojumu izvietošana tiek veikta pamatojoties uz noslēgtu savstarpējā ieskaita vai maiņas darījumu. Latvijas Radio apstiprinātais cenrādis tiek publicēts sabiedriskā medija tīmekļa vietnē: <https://latvijasradio.lsm.lv/lv/piedavajumi/pazinojumu-izvietosana/>. Ja paziņojums ir par nekomerciāliem vai ar labdarību saistītiem kultūras pasākumiem, t.i., pasākums ir: bezmaksas vai pret ziedojumiem ar valstiski svarīgu nozīmi, ar kultūrvēsturisku nozīmi, ar sabiedrībai nozīmīgu mērķi, kas saskan ar Latvijas Radio vērtībām u.c. īpašos gadījumos, ar Komisijas sadarbībai ar partneriem lēmumu maksu var nepiemērot.

4) Persona, kura lūdz izvietot Latvijas Radio programmā vai pakalpojumā informatīvu paziņojumu par kultūras pasākumu, iesniegumā (Pieteikuma veidlapā) Latvijas Radio norāda pamatojumu paziņojuma atbilstībai šo Vadlīniju 3.5.punktā noteiktajiem kritērijiem. Bez atbilstoša pamatojuma, pieteikums netiek vērtēts;

5) paziņojuma optimālajai hronometrāžai ir jābūt līdz 30 sekundēm un tā kopējais izvietošanas apjoms ir līdz 20 reizēm vienā programmā vienas kampaņas ietvaros. Ņemot vērā pasākuma veidu, mērogu, norises laiku, paziņojuma saturu, kā arī sadarbības formu, Komisija sadarbībai ar partneriem var lemt par citu paziņojuma hronometrāžu, izvietošanas reižu skaitu un izvietojumu, atbilstoši programmas plānošanas iespējām un paziņojuma izvietošanas mērķim;

6) iesniegums (Pieteikuma veidlapa) par paziņojumu izvietojumu ir jāiesniedz Latvijas Radio ne vēlāk kā divas nedēļas pirms plānotās paziņojuma izvietojuma. Iesniegšanas termiņa nosacījumu atsevišķos gadījumos var nepiemērot, piemēram, valstī noteiktās ārkārtējās situācijas laikā vai atsevišķos steidzamos gadījumos;

7) informatīvu kultūras paziņojumu izvietojumu Latvijas Radio programmās un pakalpojumos un to uzskaiti nodrošina Latvijas Radio Komunikācijas un projektu vadības daļa.

IV SOCIĀLI PAZIŅOJUMI, SABIEDRISKAS NOZĪMES SLUDINĀJUMI, VĒSTĪJUMI, KURI SKAIDRO SATVERSMES PAMATVĒRTĪBAS, AICINĀJUMI UZ LABDARĪBU UN CITI AICINĀJUMI, KAS IR SABIEDRĪBAS INTERESĒS

4.1. Ņemot vērā Latvijas Radio nozīmi demokrātiskā valstī un lomu dažādu sabiedriski nozīmīgu problēmu aktualizēšanā un ataiņošanā, Latvijas Radio programmās atļauts izvietot sociālos paziņojumus, sabiedriskas nozīmes sludinājumus, vēstījumus, kas skaidro Satversmes pamatvērtības, aicinājumus uz labdarību un citus aicinājumus, kas ir sabiedrības interesēs, ja tie veicina sabiedrisko labumu un ietver sabiedrībai vērtīgu vēstījumu.

4.2. Šajā sadaļā minētie paziņojumi šo Vadlīniju izpratnē ir paziņojumi un aicinājumi uz sociāli vēlamu uzvedību, kas saistīta ar personas un sabiedrības kopumā drošību un dzīves kvalitāti, medijpratību un finanšu pratību, demokrātiskas sabiedrības pamatvērtībām u.tml., un informācija par sociāla rakstura pasākumiem, kuru ienākumi no organizēšanas ievērojamā apmērā tiek izmantoti labdarības mērķiem. Bezpeļņas publiski pasākumi vai labdarības pasākumi neietver pasākumus, kas tiek organizēti reklāmas nolūkā, un pasākumus, kurus organizē politiskās partijas vai kustības, kā arī izglītības iestāžu, klašu un kādu citu kolektīvu salidojumus un citas līdzīgas sanāksmes.

4.3. Lemjot par šajā sadaļā minēto paziņojumu izvietojumu, Latvijas Radio ņem vērā Vadlīniju 2.2. punktā noteikto, kā arī vadās pēc šādiem kritērijiem:

- 1) paziņojumam ir jābūt sabiedriski nozīmīgam un jākalpo sabiedrības interesēm;
- 2) paziņojums ir vērsts uz plašu sabiedrības daļu;
- 3) paziņojums neveicina peļņas gūšanu, paziņojums komerciālos nolūkos nepopularizē trešo personu vārdus, nosaukumus, preču zīmes, preces un pakalpojumus, paziņojuma sagatavotāju, paziņojums nesatur komerciālu informāciju;
- 4) paziņojums nepopularizē politiskas organizācijas un atsevišķus politiķus.

4.4. Paziņojumu izvietojuma:

- 1) paziņojumi Latvijas Radio programmās un pakalpojumos tiek izvietoti samērīgā apjomā un saskaņā ar sabiedriskā pasūtījuma konkrētā gada plānu un sabiedriskā medija redakcionālo izvēli;

2) paziņojuma optimālajai hronometrāžai ir jābūt līdz 30 sekundēm un tā kopējais izvietojuma apjoms ir līdz 20 reizēm vienā programmā vienas kampaņas ietvaros. Ņemot vērā pasākuma veidu, mērogu, norises laiku, paziņojuma saturu, kā arī sadarbības formu, Komisija sadarbībai ar partneriem var lemt par citu paziņojuma garuma, reižu skaitu izvietojumu, atbilstoši programmas plānošanas iespējām un paziņojuma izvietojuma mērķim;

3) iesniegums par paziņojumu izvietojumu ir iesniedzams ne vēlāk kā divas nedēļas pirms paziņojuma plānotās izvietojuma, atbilstoši Latvijas Radio prasībām (Vadlīniju pielikumā Pieteikuma veidlapa) un paziņojumam ir jāatbilst Vadlīniju 4.3. punktā minētajiem kritērijiem. Iesniegšanas termiņa nosacījumu atsevišķos gadījumos var nepiemērot, piemēram, valstī noteiktās ārkārtējās situācijas laikā vai steidzamības gadījumā;

4) paziņojuma izvietotājs vai veidotājs sedz visus ar paziņojuma izveidošanu saistītos izdevumus;

5) Latvijas Radio, izvērtējot paziņojuma vēstījumu un tā nozīmi sabiedrībā, var iesaistīties paziņojuma veidošanā un segt savas paziņojuma veidošanas izmaksas;

6) lai nodrošinātu sabiedrības informēšanu, sabiedriskajam medijam ir tiesības paziņojumā iekļaut informāciju par paziņojuma izvietotāju (paziņojuma izvietotāja nosaukumu, logo);

7) paziņojuma izvietotāja vārds paziņojumā jānorāda saprotami;

8) Latvijas Radio drīkst izplatīt iestāžu un nevalstisko organizāciju sagatavotus sociālos paziņojumus, kas veidoti Eiropas Savienības, kā arī citu fondu līdzfinansētu projektu ietvaros, un šādu projektu ietvaros veidotajos paziņojumos ir atļauts iekļaut informāciju, kas finansējuma saņēmējiem ir noteikta obligātās publicitātes prasībās;

9) paziņojumu izvietojumu Latvijas Radio programmās un uzskaiti nodrošina Latvijas Radio Komunikācijas un projektu vadības daļa.

V PAZIŅOJUMI (SLUDINĀJUMI) PAR TIKŠANOS AR VĒLĒTĀJIEM

5.1. Paziņojumi (sludinājumi) par tikšanos ar vēlētājiem Latvijas Radio programmās izvietojami saskaņā ar Priekšvēlēšanu aģitācijas likumu un atbilstoši Latvijas Radio apstiprinātajam cenrādim, kas publicēts Latvijas Radio mājaslapā.

5.2. Paziņojumu par tikšanos ar vēlētājiem izvietojumu Latvijas Radio programmās un uzskaiti nodrošina Latvijas Radio Komunikācijas un projektu vadības daļa.

VI LATVIJAS RADIO VEIDOTI PAZIŅOJUMI

6.1. Ņemot vērā Latvijas Radio, kā sabiedriskā elektroniskā plašsaziņas līdzekļa, misiju un uzdevumus - lakoniskā formā aktualizēt sociāli un sabiedriski nozīmīgas problēmas, kas pastāv vai varētu rasties nākotnē, Latvijas Radio veido un pārraida ēterā savus

sociālos paziņojumus, sabiedriskas nozīmes sludinājumus un aicinājumus uz labdarību vai citus aicinājumus, kas ir sabiedrības interesēs.

6.2.Latvijas Radio paziņojumu izveides kritēriji un kārtība:

- 1) paziņojums ir vērsts uz iespējami plašu sabiedrības daļu;
- 2) paziņojums papildina Latvijas Radio programmu saturu un ir vērsts uz kādas konkrētas prioritātes aktualizēšanu;
- 3) paziņojums nepopularizē trešo personu vārdus, nosaukumus, preču zīmes, izņemot gadījumos, kad kampaņa tiek veidota kopā ar sadarbības partneri.

6.3.Paziņojumu izvietošana:

- 1) paziņojumu pēc Komisijas sadarbībai ar partneriem lēmuma pieņemšanas izvietoj Latvijas Radio programmās kā atsevišķu programmu elementu, nodalot no citām programmas daļām ar atbilstošiem pozicionējošiem signāliem, programmas pašpublicitātei paredzētajā brīvajā laikā;
- 2) paziņojuma izvietošanas periodu, apjomu un platformu, kā arī atbildīgās personas, ja nepieciešams, konsultējoties ar Satura padomi, nosaka Komisijas sadarbībai ar partneriem minētajā lēmumā;
- 3) Latvijas Radio, plānojot paziņojuma vēstījumu un tā nozīmi sabiedrībā, var piesaistīt partnerus, kuru neatkarīgā darbība sasaucas ar Latvijas Radio paziņojumu izplatīšanas mērķi, sadarboties ar tiem paziņojuma veidošanā un resursu kopīgā investēšanā;
- 4) paziņojumu izvietošanu Latvijas Radio programmās un uzskaiti nodrošina Latvijas Radio Komunikācijas un projektu vadības daļa.

VII VSIA “LATVIJAS TELEVĪZIJA” (LTV) un LSM.LV kā LTV STRUKTŪRAS VEIDOTĀ SATURA MATERIĀLU PAŠREKLĀMA

7.1.Latvijas Radio izplata savās programmās LTV pašreklāmas paziņojumus, informējot par LTV programmu vai raidījumiem, vai citu LTV saturu. Pašreklāma nedrīkst ietvert informāciju, kas ir plašāka par LTV programmas vai citu saturu, kas tiek veidots ārpus programmas ietvariem.

7.2.LTV pašreklāma nevar ietvert finansētāju/līdzfinansētāju/sponsoru norādes, bet tajā var izvietot norādes par sadarbības partneriem.

7.3.LTV pašreklāmas izvietošana:

- 1) Latvijas Radio reklāmas blokos tiek veikta samērīgā apjomā, ievērojot paritātes principu;
- 2) pašreklāmu izvietošanu un uzskaiti nodrošina Komunikācijas un projektu vadības daļa.

7.4.Par darījuma veidu pašreklāmu izvietojumam un apjomu lemj Komisija sadarbībai ar partneriem.

7.5.Digitālās platformas Lsm.lv zīmolvārda popularizēšana ir LTV pašreklāma.

7.6.Šajā sadaļā minēto noteikumu izņēmums ir sabiedrisko mediju digitālās platformas Lsm.lv pieminēšana Latvijas Radio programmā, informējot auditoriju par vietu, kur atrodams Latvijas Radio vai Latvijas Radio un LTV kopīgi veidots saturs. Tādējādi tas netiek uzskatīts par LTV (Lsm.lv kā LTV struktūras) pašreklāmu.

VIII SADARBĪBA AR ELEKTRONISKAJEM PLAŠSAZIŅAS LĪDZEKLIEM

8.1.Latvijas Radio veidotā un pārraidītā satura nodošana bezatlīdzības lietošanā citiem elektroniskajiem plašsaziņas līdzekļiem notiek Publiskas personas finanšu līdzekļu un mantas izšķērdēšanas novēršanas likuma noteiktajā kārtībā, saņemot SEPLP atļauju.

8.2.Īpašos gadījumos, piemēram, valstī noteiktās ārkārtējās situācijas laikā, lai sasniegtu sabiedriski nozīmīgu mērķi, ar atsevišķu valsts pārvaldes institūcijas, piemēram, Ministru kabineta, un/vai kapitāla daļu turētāja (SEPLP) lēmumu var noteikt pienākumu nodot konkrētu saturu (piemēram, ziņas, informatīvi analītiskie raidījumi, dievkalpojumi, atceres raidījumi u.c.) bezatlīdzības lietošanā citiem elektroniskajiem plašsaziņas līdzekļiem.

8.3.Ja Latvijas Radio programmu saturu veidojis kā kopprojektu sadarbībā ar citu elektronisko plašsaziņas līdzekļi, kurš ar saviem resursiem samērīgā vai tam nozīmīgā apmērā ir līdzdarbojies konkrētā satura veidošanā, tad Latvijas Radio kopprojekta veidotājam var piešķirt tiesības bez atlīdzības izmantot radīto saturu izvietojumam tā programmās, piemēram, Latvijas Radio un LTV kopprojekts “Kilograms kultūras”.

8.4.Gadījumos, kad Latvijas Radio saturs tiek nodots bezatlīdzības lietošanā citiem elektroniskajiem plašsaziņas līdzekļiem, Latvijas Radio ir tiesības prasīt samaksu par tehniskajiem un administratīvajiem izdevumiem, ja Latvijas Radio tādi rodas satura nodošanas procesā, saskaņā ar cenrādi vai atsevišķu izmaksu aprēķinu konkrētam gadījumam.

8.5.Latvijas Radio veidotais saturs atlīdzības lietošanā citiem elektroniskajiem plašsaziņas līdzekļiem tiek nodots saskaņā ar cenrādi vai atsevišķu izmaksu aprēķinu konkrētam gadījumam, kā arī, ja nepieciešams, pēc atļauju (piemēram, retranslācijas atļauja) saņemšanas.

8.6.Satura nodošana lietošanā citam elektroniskajam plašsaziņas līdzeklim nav attiecināma uz licencētiem satura projektiem un projektiem, kurus aizsargā trešo pušu autortiesības.

8.7.Latvijas Radio veidotā satura izmantošanas (licences) termiņš var būt uz laika periodu, kas nav ilgāks par 12 mēnešiem. Licence var tikt izsniegta vairākkārtīgi.

8.8.Lemjot par satura nodošanu citiem elektroniskajiem plašsaziņas līdzekļiem, Latvijas Radio ņem vērā Vadlīniju 2.2. punktu, kā arī vērtē un vadās pēc šādiem kritērijiem:

- 1) vērtē elektroniskā plašsaziņas līdzekļa reputāciju, redakcionālo neatkarību un profesionālo līmeni, ētikas kodeksa esamību;
- 2) nododot saturu citam elektroniskajam plašsaziņas līdzeklim, tiks būtiski palielināta un/vai paplašināta auditorija, kuru Latvijas Radio neuzrunā vai pietiekami nerasniedz, tādējādi nodrošinot maksimāli plašas auditorijas sasniedzamību, un elektroniskais plašsaziņas līdzeklis to var pamatot un pierādīt;
- 3) elektroniskais plašsaziņas līdzeklis pamatojis lietošanā nododamā satura nepieciešamību.

8.9.Satura nodošanas un norāžu izvietojuma nosacījumi:

- 1) elektroniskais plašsaziņas līdzeklis nevar gūt peļņu no Latvijas Radio radītā satura;
- 2) Latvijas Radio veidoto saturu nevar pārtraukt ar komerciāliem paziņojumiem;
- 3) Latvijas Radio veidotajam saturam nevar piesaistīt sponsorus;
- 4) Latvijas Radio nodotais saturs pārraidāms nemainītā veidā;
- 5) pie Latvijas Radio satura (raidījuma sākumā un/vai beigās) obligāti jāizvieto atsauce/norāde par Latvijas Radio kā satura producentu un tā izlaiduma dati.

8.10.Par Latvijas Radio satura nodošanu citam elektroniskajam plašsaziņas līdzeklim lemj Komisija sadarbībai ar partneriem, valdes locekle programmu attīstības jautājumos, kā arī nepieciešamības gadījumā citas pieaicinātās personas, izņemot šīs sadaļas 8.2.punktā minētajā gadījumā.

IX KOPPROJEKTU VEIDOŠANA

(Saskaņā ar SEPLPL 3.panta piecpadsmito daļu Sabiedriskie elektroniskie plašsaziņas līdzekļi sadarbojas ar komerciālajiem un nekomerciālajiem elektroniskajiem plašsaziņas līdzekļiem, kā arī citiem masu informācijas līdzekļiem un respektē to nozīmi demokrātiska plurālisma nodrošināšanā Latvijas informatīvajā telpā.)

9.1.Latvijas Radio veido kopīgus projektus ar citiem komerciālajiem un nekomerciālajiem elektroniskajiem plašsaziņas līdzekļiem, kā arī citiem masu informācijas līdzekļiem, fiziskām vai juridiskām personām (vai to struktūrvienībām), lai veicinātu visām pusēm izdevīgu sadarbību, kura paplašinātu kvalitatīva satura pieejamību Latvijas sabiedrībai. Sadarbības partneris nevar būt sponsors.

9.2.Latvijas Radio sadarbību ar citiem masu informācijas līdzekļiem veido, izvērtējot SEPLP vadlīnijās noteiktos kritērijus,

(SEPLP kritēriji redakcijā, kas ir spēkā šo Vadlīniju apstiprināšanas dienā:

- satura kvalitāti un atbilstību sabiedriskā pasūtījuma mērķiem;
- nepieciešamība paplašināt sasniedzamo auditoriju vai sasniegt konkrētu mērķauditoriju;
- satura projekta ietekmi uz neatkarīgas radošās un žurnālistikas vides attīstību;
- medija reputāciju;
- ētikas kodeksa esamību;
- medija redakcionālo neatkarību.)

ar mērķi:

- 1) paplašināt kvalitatīvu un sabiedriski nozīmīgu satura pieejamību Latvijas sabiedrībā;
- 2) palielināt Latvijas Radio satura pieejamību plašākai auditorijai vai konkrētai mērķauditorijai;
- 3) stiprināt Latvijas mediju informatīvo un kultūrtelpu, vides daudzveidību un sadarbības elementus Latvijas mediju vidē;
- 4) veicināt projekta izvirzīto mērķu sasniegšanu;
- 5) piesaistīt specifisku saturu, kura veidošanai partnerim ir unikāls resurss (piemēram, korespondentu tīkls, attiecīgo jomu eksperti u.c.);
- 6) veidot būtisku pievienoto vērtību kopprojektā;
- 7) stiprināt kādu žanru vai satura jomu;
- 8) integrēt jaunas idejas un formātus Latvijas Radio saturā.

9.3.Latvijas Radio sadarbību īsteno šādā kārtībā:

- 1) pēc savas izvēles brīvi pieaicinot citu masu informācijas līdzekli vai izskatot sadarbību ar partneri saskaņā ar atsevišķu lēmumu, kas balstīts uz Latvijas Radio satura struktūrvienību definētas nepieciešamības;
- 2) izskatot iesniegtos piedāvājumus.

9.4.Paziņojuma izvietošana:

- 1) raidījumā, pakalpojumā vai citā ārpus ētera projektā tiek izvietots paziņojums par visiem kopprojekta veidotājiem;
- 2) paziņojumu par kopprojekta sadarbības partneri izvieto raidījuma sākumā, kā arī vidū vai beigās;

- 3) paziņojumu par kopprojekta sadarbības partneri izvietot, norādot partnera nosaukumu, preču zīmi vai logo;
- 4) sadarbības partnera nosaukumu vai preču zīmes iekļaušana raidījuma vai jebkāda cita satura nosaukumā izvērtējama atbilstoši šīm Vadlīnijām un SEPLP vadlīnijām;
- 5) pašreklāmās atļauts izvietot norādi par sadarbības partneriem (izņemot līdzfinansētāju un sponsoru), ja norādes ir neuzkrītošas un tām nav komerciāla rakstura;
- 6) ja no kopprojekta rezultātā radītā satura Latvijas Radio patstāvīgi veido atvasinātu saturu, piemēram, turpinot kopprojekta ideju, rakstu interneta vidē, fotogaleriju, kompilētu materiālu sociālās tīklošanas vietnē, raidierakstu u.c., pie atvasinātā satura tiek izvietota atsauce uz sākotnējo kopprojekta materiālu un norāde par visiem sadarbības partneriem;
- 7) ja Latvijas Radio, turpinot kopprojekta ideju, patstāvīgi veido jaunu oriģinālsaturu, atsauce uz sākotnējo kopprojekta materiālu un norāde par visiem sadarbības partneriem nav obligātas;
- 8) par sadarbības partnera norāžu izvietošana atbild par kopprojekta īstenošanu atbildīgā persona;
- 9) sabiedrības informēšanas nolūkos Latvijas Radio savās programmās vai pakalpojumos var ietvert norādes uz citu masu informācijas līdzekļu digitālajām interneta platformām, sociālo mediju kontiem, kas kopprojekta ietvaros piedalās satura veidošanā;
- 10) sadarbības partneru norāžu uzskaitē notiek saskaņā ar raidprogrammā pieejamo informāciju.

9.5. Latvijas Radio partnerim kopprojekta veidošanā un izplatīšanā jāievēro paziņojumu izvietošanas nosacījumi.

9.6. Sadarbībā ar masu informācijas līdzekļiem veidotas satura vienības var izvietot gan sabiedrisko mediju, gan komerciālo mediju programmās un pakalpojumos, ievērojot SEPLPL normas par komerciālu paziņojumu ierobežojumiem sabiedriskajos medijos.

9.7. Sadarbībā ar komerciālajiem un nekomerciālajiem medijiem veidotajiem un sabiedriskā medija programmās pārraidītajiem satura kopprojektiem arī piemērojami šajās vadlīnijās noteiktie nosacījumi par sponsoru vai finansētāju/līdzfinansētāju norādēm.

9.8. Raidījumos vai projektos, kas ir orientēti uz kultūru, sportu, izglītojošiem vai sociāliem jautājumiem, tai skaitā šo projektu ietvaros veiktos raidījumu ierakstos, ir pieļaujamas balvas. Saskaņojot ar SEPLP, balvu pasniegšanā drīkst norādīt balvas vai tās devēja nosaukumu, logotipu, preču zīmi vai atsauci uz balvu vai balvas pasniedzēja preci vai pakalpojumu. Balvu pasniegšanā nedrīkst izcelt balvas vai balvas devēja komerciālās īpašības.

