

## ELEKTRONISKO MEDIJU LIKUMS

### I nodaļa. Vispārīgie noteikumi

#### 1. pants. Likumā lietotie termini:

Likumā ir lietoti šādi termini:

(1) **Apraide (t.i. lineārs elektronisko mediju pakalpojums)** ir darbība, kas nodrošina elektronisko mediju vienlaicīgu izplatīšanu un uztveršanu noteiktā teritorijā publiskai uztveršanai publiskajos elektronisko sakaru tīklos, pamatojoties uz raidījumu programmu;

(2) **Apraides raidītāja aptveršanas zona** ir teritorija, kurā tā signāla intensitāte atbilst kvalitatīvas uztveršanas kritērijiem, ko katram uztveršanas veidam nosaka starptautiskie nolīgumi par apraidi;

(3) **Audio un audiovizuāls elektronisko mediju pakalpojums** ir pakalpojums, uz kuru attiecināma elektroniskā medija redakcionāla atbildība un kura galvenais nolūks ir nodrošināt plašākai sabiedrībai raidījumus ar mērķi informēt, izklaidēt vai izglītēt, izmantojot publiskos elektronisko sakaru tīklus;

(4) **Audio un audiovizuāls elektronisko mediju komerciāls paziņojums** ir publisks paziņojums skaņas vai attēla veidā, kas ir paredzēts, lai tieši vai netieši reklamētu fiziskas vai juridiskas personas, kas veic saimniecisko darbību, preces, pakalpojumus vai tēlu. Šādi publiskie paziņojumi pavada raidījumu vai ir iekļauti raidījumā par samaksu vai līdzīgu atlīdzību, vai pašreklāmas nolūkā. **Audio un audiovizuālu elektronisko mediju komerciālu paziņojumu veidi** ir – televīzijas reklāma, radio reklāma, sponsorēšana, televīzijas vai radio veikals, televīzijas vai radio veikala skatlogs un produktu izvietošana, un citi;

(5) **Brīva televīzija** ir sabiedrisko vai komerciālo elektronisko mediju nodrošināta apraide bez jau esošajam elektronisko mediju finansējumam papildus noteiktas maksas;

(6) **Daļēja ekrāna reklāma** ir reklāma, kas atrodas kadra malā vienlaicīgi ar pārraidāmo raidījumu slīdošās rindas, logotipu, īsu reklāmas klipu vai cita veida reklāmas veidā;

(7) **Elektroniskais medijs** ir juridiska vai fiziska persona, kas ir saņēmusi apraides vai retranslācijas atļauju, kam ir redakcionāla atbildība par izplatītās programmas satura izvēli un kura nosaka veidu, kādā tas tiek izplatīts, un kas saskaņā ar šā likuma 3. pantu atrodas Latvijas Republikas jurisdikcijā;

(8) **Elektronisko mediju pakalpojumi pēc pieprasījuma (t.i. nelineārs elektronisko mediju pakalpojums)** ir elektronisko mediju pakalpojumi, ko sniedz elektroniskais medijs raidījumu skatīšanai brīdī, ko izvēlēties lietotājs un pēc lietotāja individuāla lūguma, pamatojoties uz elektroniskā medija piedāvātu raidījumu katalogu;

(9) **Elektronisko mediju atļauja (licence)** ir darbības atļauja, kas dod tiesības fiziskai vai juridiskai personai veidot un izplatīt programmas saskaņā ar izdotās atļaujas nosacījumiem;

(10) **Elektroniskā medija redakcionāla atbildība** ir efektīva kontrole gan attiecībā uz raidījumu izvēli, gan uz to organizāciju, kuru nodrošina hronoloģisku raidījumu programmu televīzijas vai radio pārraižu gadījumā vai arī katalogā, ja tie ir elektronisko mediju pakalpojumi pēc pieprasījuma;

- (11) **Ilgstoša reklāma** ir reklāmas sižets, kura ilguma pārsniedz 90 sekundes un kurā sabiedrībai tiek raidīts detalizēts preču vai pakalpojumu, firmu, personu, organizāciju, to darbības veidu vai ideju apraksts;
- (12) **Interaktīvā (mijiedarbības) reklāma** ir reklāmas forma, kuras izmantošanas laikā skatītājam tiek dota iespēja no programmas redakcionālās daļas piekļūt detalizētākam reklāmas saturam;
- (13) **Neatkarīgais producents** ir fiziska vai juridiska persona, kas nenodarbojas ar elektronisko mediju darbību un veido filmas, reklāmu, atsevišķus radio, televīzijas raidījumus vai nodarbojas ar programmu veidošanu;
- (14) **Patiesais labuma guvējs** ir fiziskā persona, kuras īpašumā tiešā vai netiešā kontrolē ir vismaz 25 procenti no elektroniskā medija pamatkapitāla vai balsstiesīgo akciju kopskaita vai kura citādā veidā kontrolē elektroniskā medija darbību vai, kurai tiešā vai netiešā veidā ir tiesības uz īpašumu vai kuras tiešā vai netiešā kontrolē ir vismaz 25 procenti no juridiska veidojuma, kas nav elektroniskais medijs;
- (15) **Pašreklāma** ir paziņojumi, kurus elektroniskais medijs izplata savā programmā, informējot par savu programmu vai raidījumiem, vai par atvasinātu produkciju, kas tieši iegūta no programmas vai raidījumiem;
- (16) **Programma** ir elektronisko mediju veidotais raidījumu kopums;
- (17) **Programmu izplatīšana** ir programmu nogādāšana līdz raidīšanas tehniskajiem līdzekļiem un sākotnējā izplatīšana publiskai uztveršanai atklātā vai aizsargāta pakalpojuma veidā, izmantojot publiskos elektronisko sakaru tīklus;
- (18) **Produktu izvietošana** ir jebkurš audio un audiovizuāla elektroniskā medija komerciāla paziņojuma veids, kurš sastāv no produktu, pakalpojumu vai tā preču zīmju iekļaušanas vai kurš sastāv no atsaucēm uz tiem, demonstrējot to raidījumā par maksu vai cita veida atlīdzību;
- (19) **Raidījums** ir audio vai audiovizuāls darbs, kas veido atsevišķu vienību programmā vai katalogā. Raidījums ir atdalīts no kopējās programmas ar izlaiduma datiem;
- (20) **Raidlaiks** ir diennakts laika posms, kurā elektroniskais medijs izplata programmu noteiktā teritorijā;
- (21) **Raidstunda** ir laika posms, kurš ilgst no katras attiecīgās diennakts pilnas stundas pirmās minūtes līdz pēdējai minūtei, tās ieskaitot;
- (22) **Reklāma** ir jebkurš paziņojums par samaksu vai līdzīgu atlīdzību, kā arī valsts, juridiskas vai fiziskas personas raidījums pašreklāmas nolūkā, kas saistīts ar tirdzniecību, uzņēmējdarbību, amatu vai profesiju, lai veicinātu preču vai pakalpojumu, to skaitā nekustamā īpašuma, tiesību un pienākumu, piedāvājumu par samaksu, kā arī politiskā reklāma;
- (23) **Reklāmas klips** ir reklāmas sižets, kura ilgums nepārsniedz 90 sekundes;
- (24) **Retranslācija** ir uztveršana un tūlītēja pilnīga vai daļēja raidīšana, neizdarot programmā vai raidījuma saturā nekādus grozījumus. Par satura grozījumiem nav uzskatāma programmas vai raidījuma tulkošana (dublējot vai subtitrējot), ja tā izdarīta ar programmas tiesību turētāja piekrišanu;
- (25) **Sabiedriskie mediji** ir Latvijas Republikas jurisdikcijā esoši elektroniskie mediji, kuru galvenais pienākums ir nodrošināt sabiedriskā pasūtījuma izpildi;
- (26) **Sabiedrisko mediju stratēģiskais plāns** ir dokuments, kurā tiek noteikti sabiedrisko mediju mērķi un uzdevumi;

(27) **Sabiedriskais pasūtījums** ir sabiedrībai paredzēts plašs un daudzveidīgs programmu kopums, kuru finansē un uzrauga sabiedrība šajā likumā noteiktajā kārtībā;

(28) **Satelīttelevīzija un satelītradio** ir elektroniskie mediji, kas veic programmu izplatīšanu publiskajai uztveršanai, izmantojot satelītu;

(29) **Slēpts audio un audiovizuāls elektronisko mediju komerciāls paziņojums** ir preču, pakalpojumu, nosaukuma, preču zīmes, preču ražotāja vai pakalpojumu sniedzēja darbību atveidojums raidījumos, kas varētu maldināt skatītāju vai klausītāju par tā būtību. Šāds atveidojums jo īpaši uzskatāms par apzinātu, ja tas ir veikts par samaksu vai cita veida atlīdzību un tiek veikts reklāmas nolūkā;

(30) **Sponsorēšana** ir jebkuras juridiskas vai fiziskas personas, kas nav iesaistīta apraides veikšanā, vai audio un audiovizuālu darbu, programmas vai raidījuma veidošanā, kuru ieguldījums elektronisko mediju vai raidījumu finansēšanā ir nolūkā vai bez nolūka popularizēt savu nosaukumu, preču zīmi, tēlu, darbību vai ražojumu;

(31) **Televīzijas un radio veikals** ir tiešs piedāvājums, kas pārraidīts sabiedrībai nolūkā piedāvāt preces vai pakalpojumus, to skaitā nekustamo īpašumu, tiesības un pienākumus, par atlīdzību;

(32) **Televīzijas un radio veikala skatlogs** ir tiešs piedāvājums, kas pārraidīts sabiedrībai nolūkā piedāvāt preces vai pakalpojumus, to skaitā nekustamo īpašumu, tiesības un pienākumus, par atlīdzību un kura ilgums pārsniedz 15 minūtes. Televīzijas un radio veikala skatlogā var tikt vai netikt veikts tiešs piedāvājums par samaksu piegādāt preces vai sniegt pakalpojumus;

(33) **Virtuālā reklāma** ir reklāma, kas tiek elektroniski uzlikta kadra attēlam raidījuma pārraides laikā.

## **2. pants. Likuma mērķis, uzdevums un darbības joma**

(1) Likums nosaka Latvijas Republikas jurisdikcijā elektronisko mediju darbības kārtību un noteikumus, vārda un uzskatu paušanas brīvības, sociāli nozīmīgas informācijas vispārējās pieejamības un brīvas demokrātiskas diskusija netraucētas uzturēšanas un attīstības nodrošināšanai, radot katram Latvijas iedzīvotājam pamatu patstāvīga viedokļa veidošanai par valstī notiekošiem procesiem un tādejādi sekmējot viņa kā demokrātiskās sabiedrības locekļa līdzdalību ar šiem procesiem saistītu lēmumu izstrādāšanai.

(2) Šis likums nosaka Latvijas Republikas jurisdikcijā esošo elektronisko mediju veidošanas, reģistrācijas, darbības un uzraudzības kārtību neatkarīgi no izplatīšanas veida elektroniskajos sakaru tīklos publiskai uztveršanai.

(3) Šā likuma uzdevums ir noteikt sabiedrisko mediju tiesisko statusu un uzraudzības kārtību šajā likumā noteikto funkciju un uzdevumu realizēšanai, paredzot sabiedrisko mediju programmu veidošanai un izplatīšanai nepieciešamā finansējuma avotus un finansēšanas kārtību.

(4) Šā likuma noteikumi neattiecas uz privātas tīmekļa vietnes izmantošanas pakalpojumiem un pakalpojumiem, ar kuriem nodrošina privātu lietotāju radīta elektronisko mediju satura izplatīšanu, kuras mērķis ir dalīties un mainīties ar šo elektronisko mediju saturu interešu grupu vidū.

## II nodaļa. Elektroniskie mediji

### 3. pants. Latvijas Republikas jurisdikcijā esošie elektroniskie mediji

(1) Latvijas Republikas jurisdikcijā atrodas elektroniskie mediji, kas saskaņā ar šā panta otro daļu veic uzņēmējdarbību Latvijā vai arī atbilst šā panta trešajā daļā minētajiem nosacījumiem. Elektronisko mediju darbībai ir nepieciešama Nacionālās elektronisko mediju padomes šajā likumā noteiktajā kārtībā izsniegta attiecīgā apraides atļauja vai retranslācijas atļauja.

(2) Saskaņā ar šo likumu uzskatāms, ka elektroniskais medijs veic uzņēmējdarbību Latvijā šādos gadījumos:

- 1) Latvijā atrodas elektroniskā medija galvenais birojs un redakcionālie lēmumi par elektronisko mediju darbību tiek pieņemti Latvijā;
- 2) Ja Latvijā atrodas elektroniskā medija galvenais birojs, bet redakcionālus lēmumus par elektroniskā medija darbību pieņem citā Eiropas Savienības dalībvalstī vai Eiropas Konvencijas par pārrobežu televīziju dalībvalstī, tad uzskatāms, ka uzņēmējdarbība tiek veikta tajā valstī, kurā darbojas elektroniskā medija darbībā iesaistītā darbaspēka nozīmīga daļa. Ja elektroniskā medija darbībā iesaistītā darbaspēka nozīmīga daļa darbojas abās valstīs, tad elektroniskais medijs veic uzņēmējdarbību tajā valstī, kurā ir tās galvenais birojs. Ja nevienā no šīm valstīm nedarbojas elektroniskā mediju darbībā iesaistītā darbaspēka nozīmīga daļa, tad elektroniskais medijs veic uzņēmējdarbību tajā valstī, kurā tas pirmo reizi sāka darbību saskaņā ar attiecīgās valsts tiesību aktiem, ar noteikumu, ka tā uztur stabilu un efektīvu saikni ar attiecīgās valsts ekonomiku;
- 3) Ja elektroniskā medija galvenais birojs ir Latvijā, bet lēmumus par elektroniskā medija darbību pieņem trešā valstī vai arī otrādi, tad uzskatāms, ka uzņēmējdarbība tiek veikta Latvijā ar nosacījumu, ka tur darbojas nozīmīga daļa elektroniskā medija darbībā iesaistītā darbaspēka.

(3) Šā likuma noteikumi attiecas arī uz tādiem elektroniskajiem medijiem, kuriem nav piemērojami šā panta otrās daļas noteikumi, šādos gadījumos:

- 1) tie izmanto satelīta raidošo Zemes staciju, kas atrodas Latvijas Republikas teritorijā;
- 2) tie neizmanto satelīta raidošo Zemes staciju, kas atrodas Latvijas Republikas teritorijā, bet izmanto satelīta resursus, kas pieder Latvijai.

(4) Šā panta noteikumi nav piemērojami elektronisko mediju pakalpojumiem, kas paredzēti uztveršanai tikai trešajās valstīs un ko tieši vai netieši ar standarta gala iekārtām neuztver auditorija vienā vai vairākās dalībvalstīs.

#### **4.pants. Elektronisko mediju veidi**

(1) Elektroniskos medijus iedala pēc to īpašuma formas, darbības mērķa un izplatīšanas veida, kā arī - teritoriālās aptveramības.

(2) Pēc īpašuma formas un darbības mērķa elektroniskos medijus iedala sabiedriskajos, komerciālajos un nekomerciālajos, pēc izplatīšanas veida – Zemes, satelīta, kabeļu, interneta un citos, bet pēc teritoriālās aptveramības - nacionālajos, reģionālajos, vietējos un pārrobežu elektroniskajos medijos.

#### **5.pants. Sabiedriskie mediji**

(1) Sabiedriskie mediji ir Latvijas Televīzija un Latvijas Radio. Tās ir juridiskas personas, kuras izveido un darbojas uz šā likuma un Latvijas Radio un Latvijas Televīzijas statūtu pamata.

(2) Sabiedriskie mediji savas programmas veido atbilstoši šim likumam un citiem normatīvajiem aktiem.

#### **6.pants. Komerciālie elektroniskie mediji**

(1) Komerciālos elektroniskos medijus var izveidot fiziskas personas vai juridiskas personas vai šo personu apvienības, kas ir reģistrētas komercrēģistra iestādē. Komerciālo elektronisko mediju mantu veido fizisko un juridisko personu ieguldījumi, kā arī valsts vai pašvaldību ieguldījumi.

(2) Komerciālie elektroniskie mediji darbojas atbilstoši noteikumiem, uz kuru pamata Nacionālā elektronisko mediju padome šajā likumā noteiktajā kārtībā izdevusi attiecīgu apraides atļauju vai retranslācijas atļauju.

(3) Komerciālie elektroniskie mediji savu darbību finansiāli nodrošina ar ienākumiem no pašu komercdarbības, sponsorējumiem vai abonentu maksājumiem par programmām.

#### **7.pants. Nekomerciālie elektroniskie mediji**

(1) Nekomerciālie elektroniskie mediji darbojas bez peļņas gūšanas nolūka un to sniegtais pakalpojums ir paredzēts konkrētai auditorijai ar kopējām interesēm.

(2) Nekomerciālos elektroniskos medijus var izveidot fiziskas personas vai juridiskas personas vai šo personu apvienības, kā arī publisko tiesību subjekti. Nekomerciālo elektronisko mediju darbību nodrošina fizisko vai juridisko personu, kā arī valsts vai pašvaldību ieguldījumi.

(3) Nekomerciālie elektroniskie mediji darbojas atbilstoši noteikumiem, uz kuru pamata Nacionālā elektronisko mediju padome šajā likumā noteiktajā kārtībā izdevusi attiecīgu apraides atļauju. To pakalpojumā vai programmā aizliegta citu elektronisko mediju programmu un raidījumu retranslācija, kā arī audio un audiovuzuālu elektronisko mediju komerciālu paziņojumu vai reklāmas izvietošana un sponsorēšana.

(4) Nekomerciālais elektroniskais medijs, kurš izmanto savus pakalpojuma vai programmas izplatīšanas līdzekļus, drīkst izplatīt citu elektronisko mediju sniegtos pakalpojumus vai veidotos raidījumus, saņemot attiecīgā elektroniskā medija atļauju un iepriekš saskaņojot to ar Nacionālo elektronisko mediju padomi.

#### **8.pants. Pārrobežu elektroniskie mediji**

(1) Par pārrobežu elektroniskajiem medijiem atzīstami tie, kas Latvijas teritorijā ar Zemes vai satelītu raidītāju vai elektronisko sakaru tīklu palīdzību veic apraidi vai retranslāciju, kuru tieši vai netieši var uztvert vienā vai vairākās valstīs ārpus Latvijas teritorijas.

(2) Uz pārrobežu elektronisko mediju attiecas šā likuma normas, kas regulē apraidi vai retranslāciju.

#### **9.pants. Nacionālie elektroniskie mediji**

(1) Par nacionāliem ir atzīstami tādi elektroniskie mediji, kuru sniegto pakalpojumu var saņemt vai kuru programmu apraides aptveršanas zona ir lielākā valsts teritorijas daļa un tās ir pieejamas lielākajai daļai Latvijas iedzīvotāju.

(2) Nacionālā elektronisko mediju padome var atļaut nacionālajiem elektroniskajiem medijiem palielināt apraides teritoriju, ja to paredz „Nacionālā elektronisko mediju nozares attīstības stratēģija”.

#### **10.pants. Reģionālie elektroniskie mediji**

(1) Par reģionāliem atzīstami tādi elektroniskie mediji, kuru pakalpojumu var saņemt vai kuru programmu apraides aptveršanas zona ir republikas nozīmes pilsētās vai ne mazāk kā 20 procentos no Latvijas Republikas teritorijas.

(2) Nacionālā elektronisko mediju padome var atļaut reģionālajiem elektroniskajiem medijiem palielināt apraides teritoriju, ja to paredz „Nacionālā elektronisko mediju nozares attīstības stratēģija”.

#### **11.pants. Vietējie elektroniskie mediji**

Par vietējiem atzīstami tādi elektroniskie mediji, kuru pakalpojumu var saņemt vai kuru programmu apraides uztveršanas zona ir vismaz vienā administratīvi teritoriālā vienībā.

## **12.pants. Elektronisko mediju monopolizācijas ierobežošana**

(1) Nav pieļaujama elektronisko mediju monopolizācija kādas politiskas organizācijas (partijas), sabiedriskās organizācijas, uzņēmuma, personu apvienības vai atsevišķas personas interesēs.

(2) Aizliegts saslēgt tīklos reģionālos un/vai vietējos elektroniskos medijus, izņemot gadījumus, kad to paredz „Nacionālā elektronisko mediju nozares attīstības stratēģija”.

## **13.pants. VAS „Latvijas Valsts radio un televīzijas centrs” uzdevumi elektronisko mediju pakalpojumu izplatīšanā**

(1) VAS „Latvijas Valsts radio un televīzijas centra” uzdevums ir nodrošināt elektronisko mediju programmu izplatīšanu.

(2) VAS „Latvijas Valsts radio un televīzijas centrs” nav tiesīgs atteikties no elektronisko mediju pakalpojuma izplatīšanas, ja tas ir saņēmis šajā likumā noteiktajā kārtībā Nacionālās elektronisko mediju padomes izsniegtu apraides atļauju vai retranslācijas atļauju.

(3) VAS „Latvijas Valsts radio un televīzijas centrs” nodrošina sabiedrisko mediju programmu izplatīšanu valsts teritorijā.

## **III nodaļa. Apraides tiesību piešķiršana**

### **14.pants. Apraides tiesības**

(1) Programmas veidošanas un apraides tiesības ir tiesības veidot un izplatīt programmu noteiktā raidlaikā un ģeogrāfiskā teritorijā. Nacionālā elektronisko mediju padome šīs tiesības piešķir atbilstoši „Nacionālajai elektronisko mediju nozares attīstības stratēģijai” un atbilstoši frekvenču spektra resursam, kādu apraides elektronisko sakaru tīkliem ir noteicis Ministru kabinets.

(2) Apraides frekvenču spektra tehnisko izmantošanu saskaņā ar Elektronisko sakaru likumu plāno VAS „Elektronisko sakaru direkcija”. Par frekvenču spektra izmantošanas tehnisko plānu, kā arī brīvajiem frekvenču piešķirumiem, kuru izmantošanai var piešķirt apraides tiesības, VAS „Elektronisko sakaru direkcija” sniedz informāciju Nacionālajai elektronisko mediju padomei.

(3) Pamatojoties uz „Nacionālo elektronisko mediju nozares attīstības stratēģiju” apraides tiesības bez konkursa un termiņa ierobežojuma vispirms tiek piešķirtas sabiedriskajiem medijiem, neiekasējot valsts nodevu par apraides atļaujas izsniegšanu.

(4) Komerčiālajiem un nekomerčiālajiem elektroniskajiem medijiem gadījumos, kad to darbībai ir nepieciešams radiofrekvenču spektrs, apraides tiesības tiek piešķirtas, pamatojoties uz konkursa rezultātiem, bet pārējos gadījumos – uz iesnieguma pamata.

(5) Elektroniskajiem medijiem, kuriem piešķirtas apraides tiesības, normatīvajos aktos noteiktajā kārtībā, ir tiesības saņemt radiofrekvenču spektra piešķiruma lietošanas atļauju un Elektronisko sakaru likuma noteiktajā kārtībā ierīkot un izmantot savus programmu izplatīšanas līdzekļus vai izmantot citu elektronisko sakaru komersantu sniegtos programmu izplatīšanas pakalpojumus.

(6) Ja elektronisko mediju pakalpojumu paredzēts pilnībā vai galvenokārt raidīt uz citas Eiropas Savienības vai Eiropas Konvencijas par pārrobežu televīziju dalībvalsts teritoriju, Nacionālā elektronisko mediju padome pirms apraides tiesību piešķiršanas konsultējas ar attiecīgās valsts elektronisko mediju uzraudzības iestādi.

## **15. pants. Apraides tiesību piešķiršanas konkursa kārtība**

(1) Nacionālā elektronisko mediju padome saskaņā ar „Nacionālo elektronisko mediju nozares attīstības stratēģiju” izsludina konkursu uz apraides tiesību piešķiršanu noteiktā ģeogrāfiskā teritorijā vietējas, reģionālas vai nacionālas aptveramības apraidei.

(2) Sludinājums par konkursu publicējams Nacionālās elektronisko mediju padomes tīmekļa vietnē, laikrakstā „Latvijas Vēstnesis”, kā arī vietējā laikrakstā, ja konkurss tiek izsludināts reģionālas vai vietējas aptveramības apraidei. Sludinājumā norāda šādas ziņas:

- 1) elektroniskā medija darbības veids;
- 2) prasības attiecībā uz programmu (elektroniskā medija darbības apjoms, raidlaika apjoms, valodas lietošanas noteikumi, programmas formāts un citas konkursa nolikumā noteiktās prasības);
- 3) aptveramā teritorija;
- 4) apraides atļaujas termiņš;
- 5) darbības uzsākšanas laiks;
- 6) konkursa dalības maksa;
- 7) pieteikuma iesniegšanas termiņš.

(3) Konkursā var piedalīties fiziskās personas un Latvijā, Eiropas Savienības dalībvalstīs un Eiropas ekonomikas zonas valstīs reģistrētas juridiskās personas vai šo personu apvienības.

(4) Konkursa dalībniekiem jāiesniedz iesniegums, kurā jānorāda vārds, uzvārds, personas kods, juridiskajām personām – nosaukums, reģistrācijas numurs un adrese, kā arī ziņas par dibinātāja darbu sabiedrības saziņas līdzekļos. Ja iesniegumu iesniedz komercsabiedrība (komersants), tajā ietver ziņas par attiecīgās komercsabiedrības (komersanta) dibinātājiem (dalībniekiem), norādot akciju (kapitāla daļu) skaitu un balsstiesības, ziņas par patiesajiem labuma guvējiem, kā arī ziņas par iespējamām vadības institūciju amatpersonām un atbildīgajām personām par programmas veidošanu, norādot to vārdu, uzvārdu un amatu.

(5) Iesniegumam pievienojami:

- 1) pamatnosacījumi, kuros jānorāda paredzamais elektroniskā medija nosaukums un programmas nosaukums, darbības mērķis, programmas

- formāts, valoda, kā arī citas ziņas, kas ir noteiktas konkursa nolikumā vai kuras iesniedzējs uzskata par svarīgām attiecībā uz savu plānoto darbību;
- 2) medija darbības biznesa plāns un dokumenti, kas apliecina iespējamās finansiālā nodrošinājuma avotus vismaz pirmajam darbības gadam;
  - 3) dokuments par konkursa dalības maksas nomaksu.

(6) Vismaz mēnesi pirms konkursa rezultātu noteikšanas ziņas par konkursa dalībniekiem, viņu piedāvātā pakalpojuma vai veidotās programmas pamatnosacījumiem un iespējamiem finansiālā nodrošinājuma avotiem Nacionālā elektronisko mediju padome publicē savā tīmekļa vietnē, laikrakstā „Latvijas Vēstnesis” un vietējā laikrakstā, ja konkurss bijis izsludināts reģionālas vai vietējas aptveramības apraidei.

#### **16. pants. Konkursa rezultātu noteikšana**

(1) Konkursā tiek vērtēti konkursa noteikumiem atbilstoši pieteikumi. Vērtēšanas pamatkritēriji ir koncepcijas radošais, finansiālais un tehniskais nodrošinājums.

(2) Konkursa rezultāti jānosaka ne ilgāk kā triju mēnešu laikā pēc pieteikumu iesniegšanas termiņa pēdējās dienas.

(3) Priekšroka dodama tam konkursa dalībniekam, kura iesniegtie pamatnosacījumi atbilst izstrādātajiem konkrētā konkursa noteikumiem un vērtēšanas kritēriji ir precīzi definēti un saprotami konkursa dalībniekiem.

(4) Par konkursa rezultātiem Nacionālā elektronisko mediju padome pieņem motivētu lēmumu, kurā norāda tā konkursa dalībnieka vārdu, uzvārdu un personas kodu, juridiskajai personai – nosaukumu un reģistrācijas numuru, kuram tiek piešķirtas apraides tiesības, vai gadījumā, ja uzvaru konkursā nepiešķir nevienam konkursa dalībniekam, šāda lēmuma pieņemšanas pamatojumu. Lēmumu par konkursa rezultātiem 14 dienu laikā no lēmuma pieņemšanas dienas publicē laikrakstā „Latvijas Vēstnesis” un vietējā laikrakstā, ja konkurss bijis izsludināts reģionālai vai vietējai apraidei.

(5) Nacionālās elektronisko mediju padomes lēmumu par konkursa rezultātiem var pārsūdzēt Administratīvajā rajona tiesā viena mēneša laikā pēc lēmuma stāšanās spēkā.

(6) Lēmuma par konkursa rezultātiem apstrīdēšana neaptur tā darbību.

#### **17. pants. Kabeļtelevīzijas un kabeļradio (radiotranslācijas) komersantu reģistrācija**

(1) Nacionālā elektronisko mediju padome nodrošina uztveršanas brīvību un Latvijas Republikas teritorijā neierobežo elektronisko mediju retranslāciju no citām valstīm, izņemot gadījumus, kad citas valsts audio vai audiovizuāls raidījums nepārprotami, nopietni un būtiski pārkāpj šā likuma 26.panta ceturto daļu 27., 28.panta pirmās daļas 3.punktu, 46. un 58. panta noteikumus.

(2) Programmu retranslācijai publiskajos elektronisko sakaru tīklos kabeļtelevīzijai vai kabeļradio (radiotranslācijas) jāsāņem retranslētās programmas veidotāju piekrišana un Nacionālajā elektronisko mediju padomē jāiesniedz pieteikums par licences izsniegšanu un jāsamaksā valsts nodeva. Valsts nodevas apmēru un maksāšanas kārtību nosaka Ministru kabinets. Pieteikumā norāda retranslējamo programmu skaitu un programmas (-u) nosaukumu(-s), pievienojot apliecinājumu, ka saņemta piekrišana no retranslētās(o) programmas(u) veidotājiem

(3) Retranslējot programmu vai tās daļu, saglabājams programmu raksturojošs kadrs logotips.

(4) Par tādu retranslējamo programmu satura atbilstību šā likuma prasībām, uz kuru sākotnējo izplatīšanu neattiecas Eiropas Savienības dalībvalstu vai Eiropas konvencijas par pārrobežu televīziju dalībvalstu jurisdikcija, atbild Latvijas Republikas jurisdikcijā esošs elektronisko sakaru komersants, kas ieguvis attiecīgās programmas retranslācijas atļauju.

(5) Ja retranslācijai nepieciešams frekvenču resurss, tad retranslācijas atļauja tiek piešķirta šā likuma 15.pantā noteiktajā kārtībā.

#### **18. pants. Kabeļtelevīziju un kabeļradio (radiotranslācijas) darbības nosacījumi**

(1) Kabeļtelevīziju un kabeļradio tīklos ir jānodrošina visu Latvijas sabiedrisko mediju programmu saņemšana kabeļtelevīzijas un kabeļradio tīklā attiecīgajā apdzīvotajā vietā. Retranslācijas atļauja šo programmu izplatīšanai kabeļtelevīziju un kabeļradio tīklos nav vajadzīga.

(2) Nacionālā elektronisko mediju padome uzrauga kabeļtelevīziju un kabeļradio (radiotranslācijas) programmu atbilstību reģistrācijas datiem.

(3) Citiem elektronisko sakaru komersantiem, kas nodrošina televīzijas un/vai radio programmu izplatīšanu (piegādi skatītājam jebkādā tehniskā veidā) Latvijas teritorijā, ir pienākums nodrošināt sabiedrisko mediju programmu izplatīšanu – programmu iekļaušanu skatītājam piegādājamo programmu paketē, kā arī veikt maksājumus par sabiedrisko programmu izplatīšanu, saskaņā ar Ministru kabineta noteikto kārtību.

#### **19. pants. Speciālās atļaujas (licences) piešķiršana satelīttelevīziju, satelītradio darbībai**

(1) Satelīttelevīzija un satelītradio tiek izveidota, reģistrēta un ekspluatēta saskaņā ar noteikumiem, kādi attiecībā uz elektronisko sakaru tīkliem paredzēti Elektronisko sakaru likumā.

(2) Satelīttelevīzijas (satelītradio) darbībai jāsāņem Nacionālās elektronisko mediju padomes speciālā atļauja (licence).

(3) Speciālo atļauju (licenci) satelīttelevīzijas un satelītradio darbībai izsniedz uz iesnieguma pamata.

(4) Iesniegumā jānorāda iesniedzēja vārds, uzvārds un personas kods, juridiskajām personām – nosaukums, reģistrācijas numurs un adrese, kā arī ziņas par dibinātāja darbu sabiedrības saziņas līdzekļos. Ja iesniegumu iesniedz komercsabiedrība (komersants), tajā ietver ziņas par attiecīgās komercsabiedrības (komersanta) dibinātājiem, patiesajiem labuma guvējiem, kā arī ziņas par iespējamām atbildīgajām amatpersonām, norādot to vārdu, uzvārdu un amatu.

(5) Iesniegumam pievienojami:

- 1) pamatnosacījumi, kuros jānorāda paredzamais satelīttelevīzijas vai satelītradio (elektroniskā medija) nosaukums, programmas nosaukums, darbības mērķis, programmas formāts, valoda, kā arī citas ziņas, kuras iesniedzējs uzskata par svarīgām attiecībā uz savu plānoto darbību;
- 2) dokumenti, kas apliecina iespējamās finansiālās nodrošinājuma avotus pirmajam darbības gadam;
- 3) dokuments par valsts nodevas samaksu. Valsts nodevas apmēru un maksāšanas kārtību nosaka Ministru kabinets.

(6) Attiecībā uz speciālās atļaujas (licences) satelīttelevīzijas un satelītradio darbībai izsniegšanu piemērojami šā likuma 17. panta noteikumi.

## **20. pants. Apraides atļaujas saņemšanas priekšnoteikumi**

(1) Lai saņemtu apraides atļauju fiziskām personām, ir nepieciešams:

- 1) iesniegt pieteikumu Nacionālajai elektronisko mediju padomei apraides atļaujas saņemšanai;
- 2) audiovizuālā elektroniskā mediju pakalpojuma sniedzējam iesniegt elektronisko sakaru komersanta, kas nodrošina attiecīgās programmas izplatīšanu – apliecinājums.

(2) Lai saņemtu apraides atļauju juridiskām personām vai šo personu apvienībām, ir nepieciešams reģistrēt komercsabiedrību komercreģistra iestādē vai reģistrēties biedrību un nodibinājumu reģistra iestādē Latvijā vai kādā no Eiropas Savienības dalībvalstīm un iesniegt Nacionālajai radio un televīzijas padomei reģistrācijas apliecības kopiju.

(3) Par apraides atļaujas izsniegšanu ir maksājama valsts nodeva. Valsts nodevas apmēru un maksāšanas kārtību nosaka Ministru kabinets.

(4) Lai apraides atļauju saņemtu nekomerciālais elektroniskais medijs, tam jāiesniedz Nacionālajai elektronisko mediju padomei informācija par personām, kuras to veido.

## **21.pants. Elektroniskā medija vai programmas nosaukums**

(1) Elektroniskā medija vai programmas nosaukumam:

- 1) nepārprotami jāatšķiras no cita Latvijā jau reģistrēta elektroniskā medija vai programmas nosaukuma;
- 2) jāatbilst Valsts valodas likuma un citu normatīvo aktu prasībām;

- 3) nepārprotami jāatšķiras no tāda elektroniskā medija vai programmas nosaukuma, kura darbība izbeigta ar tiesas nolēmumu.

(2) Elektroniskā medija vai programmas nosaukumā aizliegts izmantot ārvalstīs reģistrētu elektronisko mediju vai programmas nosaukumu vai preču zīmi vai tās sastāvdaļas, kas reģistrēta Latvijā, Eiropas Kopienā vai saskaņā ar starptautiskās reģistrācijas noteikumiem, kas attiecas uz Latviju, tādā veidā, kas maldina auditoriju. Šādu preču zīmi ir atļauts lietot gadījumos, kad ārvalstīs reģistrētam elektroniskajam medijam ir būtiska ietekme Latvijas jurisdīkcijā esošajā elektroniskā medija darbībā, vai persona, kurai ir izņēmuma tiesības uz šo preču zīmi, ir atļāvusi to lietot Latvijas teritorijā.

## **22.pants. Apraides atļauja**

(1) Apraides atļauja dod tiesības, ievērojot šā likuma un citu normatīvo aktu prasības, sniegt pakalpojumu vai izplatīt programmas Nacionālās elektronisko mediju padomes noteiktajā kārtībā.

(2) Apraides atļauju elektroniskajiem medijiem izsniedz uz desmit gadiem. Latvijas Radio un Latvijas Televīzijai izsniedz beztermiņa apraides atļaujas.

(3) Konkursa uzvarētāja pakalpojuma vai programmas pamatnosacījumi ir apraides atļaujas obligāts pielikums.

(4) Apraides atļaujas piešķirtās tiesības nav nododamas citai personai.

(5) Ja konkursa uzvarētājs neizņem apraides atļauju vai neuzsāk darbību noteiktajā termiņā, Nacionālā elektronisko mediju padome atceļ iepriekšējo lēmumu un izsludina jaunu konkursu.

(6) Apraides atļaujas termiņam beidzoties, tā tiek atjaunota tam pašam elektroniskajam medijam, ja tā pēdējā darbības gadā nav ar tiesas spriedumu fiksēti šā likuma pārkāpumi.

(7) Ja elektroniskais medijs savu darbību izbeidz, programmu veidošanas un apraides atļauja uzskatāma par nederīgu un nododama Nacionālajai elektronisko mediju padomei.

## **23.pants. Apraides atļaujas anulēšana, elektronisko mediju darbības apturēšana un izbeigšana**

(1) Nacionālajai elektronisko mediju padomei ir tiesības anulēt apraides atļauju, retranslācijas vai speciālo atļauju kabeļtelevīzijas, kabeļradio (radiotranslācijas), satelīttelevīzijas un satelītradio darbībai, ja elektroniskais medijs:

- 1) ir savu darbību izbeidzis, bet nav nodevis izsniegto apraides atļauju, retranslācijas atļauju kabeļtelevīzijas, kabeļradio (radiotranslācijas), satelīttelevīzijas un satelītradio darbībai Nacionālajai elektronisko mediju padomei;

- 2) pieļauj neregulāru darbību, tādējādi nepildot apraides atļaujas pamatnosacījumus, izņemot gadījumus, kad tas notiek tehnisku iemeslu dēļ un ne ilgāk kā trīs mēnešus.

(2) Nacionālajai elektronisko mediju padomei ir tiesības uz laiku līdz septiņām dienām apturēt elektroniska medija darbību, ja tā:

- 1) gada laikā atkārtoti pieļāvusi šā likuma pārkāpumu;
- 2) gada laikā atkārtoti izplatījusi programmu, kas neatbilst apraides atļaujas pamatnosacījumiem.

(3) Nacionālā elektronisko mediju padome izbeidz elektroniskā medija darbību, ja tā:

- 1) apraides atļauju ieguvusi nelikumīgi;
- 2) pieļāvusi administratīvo pārkāpumu pēc tam, kad viena gada laikā vainīgajām personām ir divas reizes piemērots administratīvais sods par šā likuma pārkāpumu;
- 3) pieļāvusi šā likuma pārkāpumus vai atkāpes no apraides atļaujas pamatnosacījumiem pēc tam, kad viena gada laikā Nacionālā elektronisko mediju padome uz laiku ir apturējusi elektroniskā medija darbību.

(4) Pirms darbības apturēšanas vai izbeigšanas Nacionālajai elektronisko mediju padomei jāpieprasa attiecīgo elektronisko mediju amatpersonu paskaidrojums, kas jāiesniedz triju dienu laikā. Paskaidrojuma neiesniegšana šajā termiņā nav šķērslis darbības apturēšanai vai pieteikuma iesniegšanai tiesā.

(5) Nacionālās elektronisko mediju padomes paziņojumu par apraides atļaujas, retranslācijas kabeļtelevīzijas, kabeļradio (radiotranslācijas), speciālās atļaujas satelīttelevīzijas un satelītradio darbībai anulēšanu vai elektronisko mediju darbības izbeigšanu publicē Nacionālās elektronisko mediju padomes tīmekļa vietnē, laikrakstā „Latvijas Vēstnesis”, bet par reģionālo vai vietējo elektronisko mediju – arī vietējā laikrakstā.

## **V nodaļa. Elektronisko mediju pakalpojumi pēc pieprasījuma**

**24.pants. Reģistrācija elektronisko mediju pakalpojumu pēc pieprasījuma sniedzējiem.**

(1) Elektronisko mediju pakalpojumu pēc pieprasījuma sniegšanai pakalpojumu sniedzējam ir jāreģistrējas Nacionālajā elektronisko mediju padomē uz iesnieguma pamata.

(2) Iesniegumā jānorāda iesniedzēja vārds, uzvārds un personas kods, juridiskajām personām – nosaukums un reģistrācijas numurs, kā arī ziņas par dibinātāja darbu sabiedrības saziņas līdzekļos. Ja iesniegumu iesniedz komercsabiedrība (komersants), tajā ietver ziņas par attiecīgās komercsabiedrības dibinātājiem, kā arī ziņas par iespējamām atbildīgajām amatpersonām, norādot to vārdu, uzvārdu un amatu.

(3) Iesniegumam pievienojami :

- 1) Pamatnosacījumi, kuros jānorāda paredzamais elektronisko mediju pakalpojumu pēc pieprasījuma sniedzēja nosaukums, kataloga nosaukums,

- darbības mērķis, kataloga formāts, kā arī citas ziņas, kuras iesniedzējs uzskata par svarīgām attiecībā uz savu plānoto darbību;
- 2) Jānorāda elektronisko sakaru tīkla veids, kādā pakalpojums tiks izplatīts (kabeļtelevīzija, satelīttelevīzija, internets, u.c.)
  - 3) Dokuments par valsts nodevas samaksu. Valsts nodevas apmēru un maksāšanas kārtību nosaka Ministru kabinets.

(5) Ja elektronisko mediju pakalpojuma pēc pieprasījuma sniegšanai ir nepieciešams frekvenču resurss, tad speciālā atļauja tiek piešķirta šā likuma 15.pantā noteiktajā kārtībā.

### **25.pants. Elektronisko mediju pakalpojumu pēc pieprasījuma kataloga veidošanas nosacījumi.**

- (1) Katalogā nedrīkst ietvert pakalpojumus, kas satur naida kurināšanu rases, dzimuma, reliģijas vai valsts piederības dēļ;
- (2) Kinematogrāfiskos darbus pārraida laikā, kas saskaņots ar tiesību īpašniekiem.
- (3) Katalogā un raidīšanas laikā filmām jābūt atzīmētām ar attiecīgo Ministru kabineta Filmu klasifikācijas noteikumos paredzēto filmas klasifikācijas indeksu.
- (4) Uz Elektronisko mediju pakalpojumiem pēc pieprasījuma attiecas šā likuma VI nodaļas un VII nodaļas 44.panta nosacījumi.
- (5) Elektronisko mediju pakalpojumu pēc pieprasījuma, kas var kaitēt nepilngadīgo fiziskai, garīgai un morālai attīstībai, jānodrošina kodētā veidā (lai parastos apstākļos tie nebūtu uztverami).

## **V nodaļa. Elektronisko mediju programmas un raidījumu veidošana**

### **26.pants. Programmas veidošanas vispārējie noteikumi.**

- (1) Elektroniskie mediji ir brīvi un neatkarīgi programmu veidošanā un izplatīšanā, kā arī savā redakcionālajā darbībā, ciktāl tos neierobežo Satversme, šis likums un citi likumi, valsts tehniskie standarti un Latvijai saistoši starptautiskie līgumi.
- (2) Elektroniskais medijs, respektējot uzskatu daudzveidību, aizstāv neatkarīgas, demokrātiskas un tiesiskas Latvijas valsts ideju un ievēro cilvēktiesības un tas darbojas Latvijas sabiedrības interesēs.
- (3) Elektronisko mediju pakalpojumam vai programmai ir jāatbilst pamatnosacījumiem, uz kuru pamata Nacionālā elektronisko mediju padome ir izdevusi apraides atļauju. Elektronisko mediju vai programmas nosaukums, valoda un programmas formāts ir pamatnosacījumu nemaināma sastāvdaļa izsniegtās apraides atļaujas darbības termiņā.

(4) Elektroniskajiem medijiem ir jānodrošina, lai fakti un notikumi raidījumos tiktu atspoguļoti godīgi, objektīvi, veicinot brīvu viedokļu apmaiņu un atbilstoši vispārpieņemtajiem žurnālistikas un ētikas principiem. Komentāram ir jābūt atdalītam no ziņām un ir jānosauc viedokļa autors.

(5) Elektroniskie mediji izstrādā savus publiski pieejamus ētikas un rīcības kodeksus atbilstoši pieņemtajām Eiropas Savienības normām un standartiem. Rīcības kodekss ietver arī noteikumus, kas attiecas uz nepieņemamiem audio un audiovizuāliem komerciāliem paziņojumiem, kas ir iekļauti bērniem paredzētajos raidījumos vai pavada tos un kas ir veltīti pārtikai un dzērieniem, kuru sastāvā ir uzturvielas un vielas, kam ir noteikta uzturvērtība vai fizioloģiska ietekme, jo īpaši tādas vielas kā tauki, taukskābes, sāls/soda un cukuri, kuru pārmērīga lietošana uzturā nav ieteicama.

(6) Kinematogrāfiskos darbus pārraida laikā, kas saskaņots ar tiesību īpašniekiem. Raidīšanas laikā filmām jābūt atzīmētām ar attiecīgo Ministru kabineta Filmu klasifikācijas noteikumos paredzēto filmas klasifikācijas indeksu.

## **27.pants. Ierobežojumi programmu veidošanai**

(1) Elektronisko mediju pakalpojums vai programma nedrīkst ietvert:

- 1) sižetus, kuros ir izcelta vardarbība;
- 2) pornogrāfiju;
- 3) musinājumu uz naida kurināšanu rases, dzimuma, reliģijas vai valsts piederības dēļ;
- 4) aicinājumu uz karu vai militārā konflikta izraisīšanu;
- 5) aicinājumu vardarbīgi gāzt valsts varu vai vardarbīgi grozīt valsts iekārtu, graut valsts teritoriālo vienotību vai izdarīt citu noziegumu

(2) Elektroniskajiem medijiem atbilstoši likumam "Par izņēmuma stāvokli" un likumam "Par Latvijas Republikas civilo aizsardzību" ir pienākums ārkārtējās situācijās savos sniegtajos pakalpojumos vai savās programmās dot iespēju atbildīgajām amatpersonām sniegt paziņojumus iedzīvotājiem.

(3) Priekšvēlēšanu aģitāciju elektronisko mediju sniegtajos pakalpojumos nosaka speciālie normatīvie akti.

(4) Savās programmās vai pakalpojumos elektroniskie mediji drīkst izmantot citu autoru programmas, filmas, raidījumus, sižetus un citus materiālus, ievērojot autortiesību un blakustiesību subjektu tiesības, kas noteiktas Autortiesību likumā un Latvijai saistošos starptautiskos līgumos.

(5) Ministru kabineta apstiprinātos Latvijas sabiedrībai īpaši svarīgus notikumus, kurus pēc iepriekšēja plāna rīko notikumu organizētāji, kas ir tiesīgi pārdot ar šiem notikumiem saistītās tiesības, Latvijas jurisdikcijā esoši elektroniskie mediji, izmantojot savas ekskluzīvās tiesības, raida tā, lai vismaz 95 procenti Latvijas iedzīvotāju varētu tiem sekot ar brīva elektroniskā medija starpniecību tiešraidē vai ierakstā.

(6) Latvijas sabiedrībai īpaši svarīgi notikumi atbilst vismaz diviem šādiem kritērijiem:

- 1) starptautiska mēroga sporta pasākums vai sacensības, īpaši gadījumos, kad piedalās Latvijas nacionālā komanda;
- 2) Latvijas iedzīvotājiem īpaši nozīmīgs kultūras pasākums;
- 3) pasākums tradicionāli ir izplatīts ar brīvas televīzijas starpniecību un piesaistījis ievērojamu Latvijas iedzīvotāju daļu.

(7) Neskatoties uz šī panta piektās un sestās daļas noteikumiem, citam elektroniskajam medijam ir tiesības veidot un izplatīt īsas ziņu reportāžas, kuru raidlaiks nepārsniedz 90 sekundes par sabiedrībai īpaši svarīgiem notikumiem. Šo ziņu reportāžu veidošanai elektroniskajam medijam ir tiesības saņemt videomateriālu vai audio materiālu no elektroniskā medija, kas ieguvis ekskluzīvas tiesības raidīt notikumus, uz vienošanās pamata apmaksājot materiāla kopēšanas vai nodošanas izmaksas. Primāri piekļuve signālam jādūdz elektroniskajam medijam, kas veic uzņēmējdarbību Latvijā. Ja nevienam citam elektroniskajam medijam, kas veic uzņēmējdarbību Latvijā, nav ekskluzīvu tiesību, piekļuvi signālam var lūgt ārpus valsts.

(8) Informācijas ievietošana raidījumos ir neapmaksāta. Par jebkuras informācijas, ziņeta, komentāra, apskata, ziņas iekļaušanu vai dalībnieka uzaicināšanu raidījumā nedrīkst saņemt tiešu vai netiešu samaksu.

## **28.pants. Raidījuma un reklāmas valoda**

(1) Katram raidījumam jānotiek vienā valodā - raidījuma valodā. Raidījuma fragmenti citās valodās jānodrošina ar tulkojumu. Šis noteikums neattiecas uz raidījuma fragmentiem valsts valodā, valodas mācību raidījumiem, interaktīvajām tiešajām pārraidēm (kad tiešraides laikā tiek veidota saikne starp raidījuma dalībniekiem un skatītājiem), mūzikas skaņdarbu izpildījumiem un starpvalstu sadarbības raidījumiem.

(2) Demonstrējamām filmām jābūt ar oriģinālo skaņas pavadījumu un subtitriem latviešu valodā, bet bērniem paredzētajām filmām jābūt dublētām latviešu valodā. Šis noteikums neattiecas uz kabeļtelevīziju un satelīttelevīziju, kur demonstrētās filmas var būt dublētas vai subtitrētas vairākās valodās, vai arī ar oriģinālo skaņas pavadījumu. Zem dublētā teksta skaņas pavadījums var būt tikai vienā valodā.

(3) Televīzijas raidījumiem svešvalodās, izņemot tiešās pārraides, retranslāciju, raidījumus ārzemēm, ziņu un valodas mācību raidījumus, jābūt ar subtitriem latviešu valodā. Šis noteikums neattiecas uz kabeļtelevīziju un satelīttelevīziju, kur demonstrētie raidījumi var būt dublēti vai subtitrēti vairākās valodās, vai arī ar oriģinālo skaņas pavadījumu.

(4) Raidījumos ievietotajai reklāmai jābūt raidījuma valodā vai valsts valodā.

## **29.pants. Programmu uzskaitē un glabāšana**

(1) Katrs elektroniskais medijs nodrošina, lai visas izplatītās programmas, izņemot retranslētās programmas, tiktu pilnībā ierakstītas tādā kvalitātē, kas ļauj skaidri un nepārprotami konstatēt šīs programmas saturu. Šis ieraksts jāuzglabā ne mazāk kā

vienu kalendāro mēnesi pēc raidīšanas dienas lineāro un nelineāro pakalpojumu sniedzējiem. Tā kopija bez maksas izsniedzama Nacionālajai elektronisko mediju padomei, tiesai, prokuratūras vai izziņas iestādēm pēc to pieprasījuma.

(2) Katrs programmu veidojošs elektroniskais medijs patstāvīgi veic izplatīto programmu uzskaiti. Šie uzskaites materiāli izsniedzami Nacionālajai elektronisko mediju padomei, tiesai, prokuratūras vai izziņas iestādēm pēc to pieprasījuma.

(3) Pēc Nacionālās elektronisko mediju padomes pieprasījuma elektroniskais medijs sniedz informāciju par programmas un raidījuma nosaukumu, to pārraidīšanas laiku, hronometrāžu, autortiesību subjektiem, blakustiesību subjektiem, raidījuma valodu, raidījuma sponsoriem un audio un audiovizuāliem komerciāliem paziņojumiem un televīzijas vai radio veikalu.

(4) Audiovizuālo pakalpojumu sniedzēji nodrošina šā likuma 52. un 53. pantā minēto raidījumu un audiovizuālu darbu uzskaiti un vienreiz gadā iesniedz Nacionālajai elektronisko mediju padomei pārskatus par šo pantu noteikumu izpildi.

### **30.pants. Raidījuma izlaiduma dati**

(1) Katra raidījuma beigās norādāmi tā izlaiduma dati.

(2) Raidījuma izlaiduma datus norādāmi tā autori. Neatkarīgie producenti norāda arī savu nosaukumu.

(3) Latvijā veidoto raidījumu izlaiduma datiem ir jābūt valsts valodā. Ja raidījums ir veidots svešvalodā, tad raidījuma izlaiduma dati var būt norādīti arī raidījuma valodā.

## **VI nodaļa. Audio un audiovizuālo elektronisko mediju komerciālie paziņojumi, reklāma, sponsorēšanas, televīzijas un radio veikala un skatlogu veidošanas noteikumi**

### **31. pants. Audio un audiovizuālo elektronisko mediju komerciālo paziņojumu, reklāmas, televīzijas un radio veikala un skatlogu veidošanas vispārīgie noteikumi**

(1) Audio un audiovizuālajiem elektronisko mediju komerciālajiem paziņojumiem, reklāmai, televīzijas un radio veikalam un skatlogiem ir jāatbilst “Reklāmas likuma”, “Patērētāju tiesību aizsardzības likuma”, “Konkurences likuma”, „Negodīgas komercprakses aizlieguma likuma” un citu normatīvo aktu prasībām.

(2) Papildus šī panta pirmajā daļā noteiktajam audio un audiovizuālie elektronisko mediju komerciālie paziņojumi, reklāma, televīzijas un radio veikals un skatlogu raidījumi nedrīkst :

- 1) mudināt uz izturēšanos, kas kaitīga vides aizsardzībai;

- 2) izmantot tādu personu tēlus un balsis materiālu, kuras regulāri vada ziņu vai sabiedriski nozīmīgus raidījumus;
- 3) tieši vai netieši popularizēt tos produktus vai pakalpojumus, kuru reklamēšana ir aizliegta;
- 4) veicināt vai mudināt uz rīcību, kas apdraud cilvēka veselību un/vai drošību;
- 5) saturēt, veicināt vai attaisnot vardarbību un nežēlību, kā arī cietsirdīgu vai bezatbildīgu cilvēku izturēšanos pret dzīvniekiem;
- 6) aizskart cilvēka cieņu
- 7) ietvert un popularizēt diskrimināciju dzimuma, rases vai etniskās izcelsmes, valsts piederības, reliģiskās piederības vai pārliecības, invaliditātes, vecuma vai seksuālās orientācijas dēļ.

**(3)** Aizliegta tabakas, tabakas izstrādājumu un smēķēšanas reklāma audio un audiovizuālo elektronisko mediju komerciālo paziņojumu, reklāmas, televīzijas un radio veikala un skatloga raidījumos.

**(4)** Audio un audiovizuālo elektronisko mediju komerciālo paziņojumu vai reklāmas devējam nedrīkst būt redakcionāla ietekme uz elektroniskā medija programmas vai raidījuma saturu.

**(5)** Par audio un audiovizuālā elektroniskā medija komerciālā paziņojuma vai reklāmas, televīzijas un radio veikalu un skatlogu raidījumu saturu atbild reklāmdevējs.

**(6)** Par audio un audiovizuālu elektronisko mediju komerciālu paziņojumu vai reklāmas, televīzijas un radio veikalu un skatlogu raidījumu izvietojumu elektroniskā medija programmā vai raidījumā atbilstoši šā likuma noteikumiem atbild elektroniskais medijs.

**(7)** Audio vai audiovizuālā elektronisko mediju komerciālā paziņojumā, reklāmā, televīzijas un radio veikalu un skatlogu raidījumos izmantotām atsauksmēm vai apstiprinājumiem ir jābūt patiesiem un dokumentāli apstiprinātiem.

**(8)** Audio vai audiovizuālā elektronisko mediju komerciālā paziņojumā, reklāmā, televīzijas un radio veikalu un skatlogu raidījumos aizliegts izmantot tehniskos līdzekļus vai citus paņēmienus, kas var ietekmēt skatītāju un klausītāju zemapziņu.

**(9)** Audio vai audiovizuāla elektronisko mediju komerciāla paziņojuma, reklāmas, televīzijas un radio veikalu un skatlogu raidījumu skaņas pavadījuma vidējais skaņas līmenis nedrīkst būt lielāks par vidējo skaņas līmeni programmā trīs minūšu laika intervālā pirms audio vai audiovizuālā elektronisko mediju komerciālā paziņojuma, reklāmas televīzijas un radio veikalu un skatlogu raidījumu pārraidīšanas uzsākšanas.

**(10)** Slēpti audio vai audiovizuāli elektronisko mediju komerciāli paziņojumi un reklāma televīzijas un radio veikalu un skatlogu raidījumos ir aizliegti.

**(11)** Produktu izvietojšana elektronisko mediju programmās ir aizliegta, izņemot gadījumus, kas minēti 43.panta pirmajā daļā. Šie noteikumi neattiecas uz televīzijas un radio veikalu un skatlogu raidījumiem.

(12) Maksas tālruņa pakalpojumi ar skaidru seksuālu raksturu nedrīkst tikt reklamēti elektronisko mediju programmās no pulksten 7:00 līdz 22:00.

(13) Audio un audiovizuālos elektronisko mediju komerciālos paziņojumos, reklāmā, televīzijas un radio veikalū un skatlogu raidījumos aizliegts attēlot personas pazemojošā, seksuāli izaicinošā veidā.

(14) Audio un audiovizuālo elektronisko mediju komerciālo paziņojumu, reklāmas, televīzijas un radio veikalū un skatlogu raidījumos ierobežojumi neattiecas uz tādu sporta un līdzīgu pasākumu translāciju, kuros audiovizuāli komerciāli paziņojumi un reklāma izvietota notikumu fonā (reklāmas paneļi stadionos, firmu zīmes u.c.) un no tās nav iespējams izvairīties.

### **32.pants Alkohola audio un audiovizuālu elektronisko mediju komerciālu paziņojumu un reklāmas ierobežojumi**

(1) Alkoholisko dzērienu, izņemot alus un vīna, reklāma un televīzijas un radio veikals elektronisko mediju programmās ir aizliegta no pulksten 10:00 līdz 22:00.

(2) Alkoholisko dzērienu audio un audiovizuālajiem elektronisko mediju komerciālajiem paziņojumiem, reklāmai un televīzijas un radio veikalū ir jāatbilst šādiem noteikumiem:

- 1) tos nedrīkst adresēt nepilngadīgajiem, un tajos nedrīkst piedalīties nepilngadīgie;
- 2) alkoholisko dzērienu lietošanu nedrīkst saistīt ar fizisko spēju attīstību un transportlīdzekļu vadīšanu;
- 3) tajos nedrīkst paust uzskatu, ka alkoholam piemīt ārstnieciskas īpašības un tam ir stimulējoša vai nomierinoša ietekme vai ka tas palīdz atrisināt personiskas problēmas;
- 4) tie nedrīkst mudināt uz pārmērīgu alkohola patēriņu vai negatīvi atspoguļot atturību vai mērenību alkohola lietošanā;
- 5) tie nedrīkst akcentēt alkohola saturu alkoholiskajos dzērienos;
- 6) tie nedrīkst radīt iespaidu, ka alkoholisko dzērienu lietošana nodrošina panākumus sociālajā vai seksuālajā jomā.

(3) Šā panta pirmās un otrās daļas noteikumi neattiecas uz tādu sporta un līdzīgu pasākumu translāciju, kuros reklāma izvietota notikumu fonā (reklāmas paneļi stadionos, firmu zīmes u.c.) un no tās nav iespējams izvairīties.

### **33.pants. Zāļu ārstniecības līdzekļu un palīdzības audio un audiovizuālo elektronisko mediju komerciālo paziņojumu, reklāmas, televīzijas un radio veikalū un skatlogu raidījumu ierobežojumi**

(1) Nesertificētu zāļu, ārstniecības produktu un procedūru audio un audiovizuālo elektronisko mediju komerciālie paziņojumi ir aizliegti.

(2) Aizliegts izplatīt audio vai audiovizuālus komerciālus elektronisko mediju paziņojumus vai reklamēt ārstnieciskos līdzekļus un ārstniecisko palīdzību, kas Latvijā pieejama tikai pēc ārsta receptes vai ārsta norādījuma.

### **34.pants. Audio un audiovizuālu elektronisko mediju komerciālo paziņojumu, reklāmas, televīzijas un radio veikalu un skatlogu raidījumu ierobežojumi attiecībā uz nepilngadīgām personām**

(1) Audio un audiovizuāli elektronisko mediju komerciāli paziņojumi, reklāma, televīzijas un radio veikalu un skatlogu raidījumos nedrīkst radīt fizisku vai morālu kaitējumu nepilngadīgajiem, izmantojot to pieredzes trūkumu vai neinformētību un tie nerosina nepilngadīgos pārliecināt savus vecākus vai citus iegādāties reklamētās preces vai pakalpojumus, kā arī neizmanto nepilngadīgo īpašo uzticēšanos vecākiem, skolotājiem vai citām personām vai nepamatoti parāda nepilngadīgos bīstamās situācijās. Audio un audiovizuālie elektronisko mediju komerciālie paziņojumi tieši nepārliecina nepilngadīgos iegādāties vai nomāt preces.

(2) Audio un audiovizuālu elektronisko mediju komerciālu paziņojumu, reklāmas, televīzijas un radio veikalu un skatlogu raidījumos, kuros piedāvā iegādāties precī, izmantojot tālruni vai internetu, mērķauditorija nedrīkst būt nepilngadīgas personas.

(3) Audio un audiovizuālos elektronisko mediju komerciālos paziņojumos, reklāmā, televīzijas un radio veikalu un skatlogu raidījumos, kuru mērķauditorija ir nepilngadīgas personas, aizliegts, popularizējot precī, norādīt uz papildus produktu, ja tas nav integrēts pamata produkta sastāvā.

### **35.pants. Audio un audiovizuālu elektronisko mediju komerciālu paziņojumu, reklāmas, televīzijas un radio veikalu un skatlogu raidījumu forma un izmantošana**

(1) Audio un audiovizuāliem elektronisko mediju komerciāliem paziņojumiem, reklāmai, televīzijas un radio veikalu un skatlogu raidījumiem jābūt uzreiz atpazīstamiem vai viegli identificējamiem un elektronisko mediju programmās – skaidri atdalītiem sākumā un beigās ar vizuāliem un/vai akustiskiem līdzekļiem no citām programmas daļām. Reklāma elektronisko mediju programmās ievietojama blokos.

(2) Izklaides raidījumos ietvertā balvu pasniegšana spēles vai konkursa uzvarētājiem nav uzskatāma par reklāmu.

### **36.pants. Sponsorēšanas vispārīgie noteikumi**

(1) Par sponsorēšanu atzīstama gan finansiāla palīdzība, gan pakalpojumu sniegšana vai preču piegāde ar nosacījumu, ja tas tiek izmantots raidījuma veidošanā.

(2) Sponsorētājā programmā vai raidījumā nedrīkst tieši vai netieši popularizēt sponsora vai citas personas preces vai pakalpojumus, iekļaujot tajā tiešus vai netiešus norādījumus attiecībā uz šo preču un pakalpojumu iegādi vai nomu. Sponsorētājā

raidījumā var tikt ievietota sponsora vai citas personas reklāma atbilstoši vispārējiem reklāmu izvietošanas noteikumiem.

(3) Ja kāds raidījums tiek pilnīgi vai daļēji sponsorēts, tas raidījuma sākumā vai beigās ir skaidri jānorāda, minot sponsora vārdu, firmas zīmi, darbības veidu, tēlu vai produkciju.

(4) Sponsors nedrīkst ietekmēt sponsorētā raidījuma saturu.

### **37.pants. Sponsorēšanas aizliegums**

(1) Uzņēmumi, kuru pamatnodarbošanās ir saistīta ar tādu preču ražošanu vai pakalpojumu sniegšanu, kuru reklamēšana ir aizliegta, nedrīkst būt raidījumu sponsori.

(2) Aizliegts sponsorēt ziņu (izņemot šauri tematiskas ziņas) un sabiedriski aktuālu problēmu raidījumus.

## **VII nodaļa. Audiovizuāli elektronisko mediju komerciāli paziņojumi un reklāma**

### **38.pants. Reklāmu veidi**

Audiovizuālo elektronisko mediju programmās var tikt izvietoti šādi reklāmu veidi:

- 1) reklāmas klips;
- 2) ilgstoša reklāma;
- 3) daļēja ekrāna reklāma;
- 4) virtuālā reklāma;
- 5) interaktīvā reklāma.

### **39. pants. Ilgstoša reklāma**

Ilgstošai reklāmai jāatbilst šādiem noteikumiem:

- 1) visa ilgstošās reklāmas laikā jābūt norādei, ka tiek pārraidīta ilgstoša reklāma;
- 2) ilgstošo reklāmu nedrīkst pārraidīt no pulksten 19.00 līdz pulksten 23.00.

### **40.pants. Daļēja ekrāna reklāma**

Daļēja ekrāna reklāmai ir jāatbilst šādiem noteikumiem:

- 1) daļēja ekrāna reklāma nedrīkst aizņemt vairāk kā trešo daļu kadra;
- 2) daļējas ekrāna reklāmas laukumam jābūt nemainīgam. Reklāmas laukumam un reklāmai jābūt viegli identificējamai un skaidri, ar vizuāliem līdzekļiem atdalītai no pārējā kadra;

3) neatkarīgo producentu vai citu elektronisko mediju veidotajos raidījumos elektroniskais medijs drīkst izvietot daļēja ekrāna reklāmu tikai ar tiesību turētāja piekrišanu

4) daļēja ekrāna reklāma tiek ieskaitīta stundas un diennakts reklāmas apjomā

5) ja daļēja ekrāna reklāma tiek novietota uz kadrā izvietotā pulksteņa raidījumu starplaikos, tā nav jānodala ar vizuāliem līdzekļiem no pārējā kadra.

#### **41.pants. Virtuālā reklāma**

Ievietojot programmā virtuālo reklāmu, jāievēro šādi nosacījumi:

- 1) raidījuma sākumā un beigās elektroniskais medijs informē par virtuālo reklāmu raidījumā;
- 2) audiovizuālais elektroniskais medijs nedrīkst izvietot virtuālo reklāmu bez pasākuma organizētāja, raidījuma producenta vai autora iepriekšējas piekrišanas;
- 3) pasākuma organizētājs nedrīkst ievietot virtuālo reklāmu televīzijas signālā bez audiovizuālā elektroniskā medija, kas ieguvusi pārraidīšanas tiesības, iepriekšējas piekrišanas;
- 4) virtuālo reklāmu aizliegts izvietot uz fiziskām personām;
- 5) virtuālo reklāmu drīkst izvietot tikai uz tām virsmām, kas parasti tiek izmantotas reklāmai. Sporta sacensībās virtuālo reklāmu drīkst izvietot arī uz laukuma virsmas ārpus sacensību laika

#### **42. pants. Interaktīvā reklāma**

(1) Pirms piekļūšanas detalizētam reklāmas saturam uz kadra jāizvieto raidījuma valodā brīdinājums par izešanu no raidījuma un iekļūšanu interaktīvajā reklāmas vidē

(2) Uz interaktīvo reklāmu neattiecas šajā likumā noteiktie reklāmas apjoma ierobežojumi.

#### **43. pants Produktu izvietošana**

(1) Produktu izvietošana pieļaujama programmā tikai šādos gadījumos:

- 1) kinematogrāfiskos darbos, filmās un seriālos, kas izveidoti audiovizuālo elektronisko mediju vajadzībām, sporta raidījumos un viegla izklaides raidījumos;
- 2) ja tas netiek apmaksāts, un noteiktas preces vai pakalpojumi ir sniegti bez maksas, piemēram, ražotāja aksesuāri un balvas, lai tos iekļautu raidījumā.
- 3) Šā panta pirmās daļas 1. un 2. punkta noteikumi netiek piemēroti bērniem paredzētajiem raidījumiem.

(2) Raidījumi, kuros ietverta produktu izvietošana, atbilst vismaz visām šādām prasībām:

- 1) to saturu un raidījumu programmu nekādā ziņā neietekmē tā, ka tas iespaido mediju atbildību un redakcionālo neatkarību;
- 2) tie tieši neveicina preču vai pakalpojumu pirkšanu vai nomu, jo īpaši izdarot īpašas atsauces, lai ieteiktu šīs preces vai pakalpojumus;
- 3) tajos nav pārmērīgi izcelts attiecīgais produkts;
- 4) skatītāji ir skaidri informēti par produktu izvietošana. Raidījumos, kuros ir produktu izvietošana, to pienācīgi norāda raidījuma sākumā un beigās, kā arī tad, kad raidījumu atsāk pēc reklāmas pauzes, lai izvairītos no jebkādas skatītāja maldināšanas.

(3) Audiovizuālo elektronisko mediju raidījumos ir aizliegts ietvert šādu produktu izvietošana:

- 1) tabakas izstrādājumi vai cigaretes vai tādu uzņēmumu produkti, kuru pamatnodarbošanās ir cigarešu vai citu tabakas izstrādājumu ražošana vai pārdošana;
- 2) konkrētas zāles vai ārstēšana, kas ir pieejami tikai pēc ārsta norādījuma dalībvalstī, kuras jurisdikcijā ir mediju pakalpojumu sniedzējs.

#### **44. pants. Televīzijas veikala skatlogs**

(1) Diennaktī atļauta ne vairāk kā astoņu televīzijas veikala skatlogu izplatīšana. To raidlaika kopējais ilgums nedrīkst pārsniegt trīs stundas diennaktī, un tiem jābūt skaidri, ar vizuāliem un akustiskiem līdzekļiem identificētiem kā televīzijas veikala skatlogiem

(2) Šī panta otrās daļas noteikumi neattiecas uz programmām, kurās tiek demonstrēti vienīgi televīzijas veikals. Reklāma šādās programmās izvietojama atbilstoši vispārējiem reklāmas izvietošana noteikumiem.

#### **45.pants Reklāmas un televīzijas veikala apjoms**

(1) Reklāmas klipiem un televīzijas veikala klipiem atvēlētais laiks katrā raidlaika stundā nedrīkst pārsniegt 20 procentus.

(2) Sabiedrisko mediju veidotajās programmās un raidījumos reklāmai atvēlētais laiks nedrīkst pārsniegt 10 procentus.

(3) Šā panta izpratnē par reklāmu netiek uzskatīta un nav ieskaitāma reklāmas apjomā pašreklāma un bez maksas izplatīti sociālie paziņojumi, sabiedriskas nozīmes sludinājumi un aicinājumi uz labdarību.

#### **46. pants. Reklāmas un televīzijas veikala izvietošana programmā**

(1) Reklāma un televīzijas veikals ir izvietojami starp raidījumiem. Ja tiek ievēroti šā panta otrās, trešās, ceturtās un piektās daļas noteikumi, reklāmu un televīzijas veikalu var iekļaut arī raidījumos, bet tikai tādā veidā, lai tie nemazinātu raidījumu viengabalainību un vērtību un neskartu autortiesību īpašnieku intereses.

(2) Raidījumos kas sastāv no neatkarīgām daļām, sporta programmās un līdzīgu notikumu un pasākumu pārraidēs, kurās ir pauzes, reklāma un televīzijas veikals izvietojami tikai starp šīm daļām vai pauzēs

(3) Televīzijas filmu, daudzsēriju filmas, seriālus un dokumentālās filmas, kinematogrāfisko darbu un ziņu raidījumu raidīšanu var pārtraukt vienreiz ar televīzijas reklāmu un/vai televīzijas veikalu ne biežāk kā pēc paredzētām trīsdesmit minūtēm.

(4) Valsts svētku un reliģisko ceremoniju raidīšanas laikā reklāmas un televīzijas veikala izplatīšana ir aizliegta.

## **VIII nodaļa. Reklāma audio elektronisko mediju programmā**

### **47.pants. Ilgstoša reklāma**

Ilgstošai reklāmai jāatbilst šādiem noteikumiem:

- 1) reklāmas sākumā un beigās jābūt norādei, ka tiek pārraidīta ilgstoša reklāma;
- 2) ilgstošā reklāma nedrīkst atgādināt ēterā jau esošu pazīstamu raidījumu, to nedrīkst vadīt elektroniskajā medijā strādājoši žurnālisti;
- 3) ilgstošo reklāmu nedrīkst pārraidīt laikā no pulksten 7.00 līdz pulksten 11.00.

### **48. pants. Reklāmas apjoms**

(1) Reklāmai atvēlētais laiks katrā raidlaika stundā nedrīkst pārsniegt 20 procentus;

(2) Sabiedrisko mediju veidotajās programmās un raidījumos reklāmai atvēlētais laiks nedrīkst pārsniegt 10 procentus.

(3) Šā panta izpratnē par reklāmu netiek uzskatīta un nav ieskaitāma reklāmas apjomā pašreklāma un bez maksas izplatīti sociālie paziņojumi, sabiedriskas nozīmes sludinājumi un aicinājumi uz labdarību.

## **IX nodaļa. Tiesības uz informāciju un atbildība**

### **49.pants. Elektronisko mediju tiesības uz informāciju**

Visiem Eiropas Kopienas elektroniskajiem medijiem tiek nodrošināta brīva piekļuve signālam plašai sabiedrībai paredzētiem, vispārēju interesi izraisošiem pasākumiem, kurus ekskluzīvā kārtā pārraida Latvijas Republikas jurisdikcijā esošs elektroniskais medijs, lai veidotu un izplatītu īsas ziņu reportāžas, kuru raidlaiks nepārsniedz 90 sekundes.

### **50.pants. Atsaukums**

(1) Fiziska vai juridiska persona vai šo personu pārstāvis, par kuru kāda elektroniskā medija raidījumā minētas nepatiesas ziņas, var pieprasīt, lai tas pats elektroniskais medijs izplata šo ziņu atsaukumu.

(2) Iesniegums par atsaukuma izplatīšanu jāiesniedz elektroniskajam medijam rakstveidā viena mēneša laikā pēc ziņu izplatīšanas.

(3) Elektroniskais medijs iesniegumu izskata septiņu dienu laikā no tā saņemšanas dienas. Ja elektroniskajam medijam nav pietiekamu pierādījumu, ka izplatītās ziņas atbilst patiesībai, tam tuvākajā raidījumā vai piecu dienu laikā līdzvērtīgā laikā šīs ziņas jāatsauc.

(4) Izplatot informācijas atsaukumu, elektroniskajam medijam ir pienākums minēt kļūdaino ziņu, kura tiek atsaukta.

(5) Ja elektroniskais medijs nepiekrīt atsaukuma izplatīšanai, tas septiņu dienu laikā, pēc iesnieguma saņemšanas, par to paziņo iesniedzējam, norādot atteikuma iemeslus. Iesnieguma iesniedzējam pēc atteikuma saņemšanas ir tiesības viena mēneša laikā vērsties tiesā.

### **51.pants. Tiesības uz atbildes izplatīšanu**

(1) Fiziskajai vai juridiskajai personai vai šo personu pārstāvim, kuru aizskar kādas pārraidītās ziņas, neatkarīgi no tā, vai ir pieprasīts atsaukums, ir tiesības uz atbildi. Atbilde var būt aizskartās personas vai tās pārstāvja uzstāšanās elektroniskā medija programmā ieraksta veidā vai šīs personas sagatavota teksta nolasīšana.

(2) Personai, kura vēlas izmantot tiesības uz atbildi, 14 dienu laikā pēc ziņu izplatīšanas jāiesniedz elektroniskajam medijam rakstveida iesniegums. Iesniegumam pievienojama atbilde.

(3) Personai, kura apstrīd raidījumā izplatītās ziņas, ir tiesības tajā pašā elektroniskajā medijā bez maksas noskatīties un/vai noklausīties raidījuma fragmentu, kurā aizskartas tās intereses, vai saņemt par maksu šāda raidījuma ieraksta kopiju.

(4) Aizskartā persona atbildē norāda uz raidījumā minētajām ziņām un to vietā sniedz citas.

(5) Elektroniskais medijs pēc aizskartās personas pieprasījuma nodrošina atbildes ierakstu.

(6) Elektroniskais medijs 14 dienu laikā pēc personas iesnieguma saņemšanas, tajā pašā raidījumā un tajā pašā raidījuma laikā, kurā pārraidītas minētās ziņas, bez maksas jāizplata atbilde, pēc aizskartās personas izvēles nolasot tās sagatavoto atbildi vai izplatot ierakstu ar šo atbildi.

(7) Elektroniskais medijs atbildes sniegšanai nodrošina tikpat ilgu laiku, kā laiks, kurā tika sniegtas nepatiesās ziņas, vai vismaz 90 sekunžu ilgu laiku, ja nepatiesās ziņas ir sniegtas mazāk nekā 90 sekundes.

(8) Elektroniskais medijs var atteikties izplatīt atbildi, ja tā satur krimināli sodāmu paziņojumu vai ja personai, kuru skar apstrīdamās ziņas, nav tiesiski pamatojamas ieinteresētības atbildes izplatīšanā. Atbilde būtu izplatāma tikai attiecībā uz apgalvojumiem, kas ir kļūdaini vai maldinoši un var pārkāpt prasītāja tiesības; tai nevajadzētu tikt pieļautai attiecībā uz komentāriem vai viedokļiem, kas aizskartajai personai nepatīk vai nostāda viņu negatīvā gaismā.

(9) Atteikumu elektroniskais medijs septiņu dienu laikā, paziņo iesniedzējam rakstveidā, norādot atteikuma iemeslus. Iesnieguma iesniedzējam viena mēneša laikā pēc atteikuma saņemšanas ir tiesības to pārsūdzēt tiesā.

## **X nodaļa. Elektronisko mediju programmu un raidījumu veidošanas principi**

### **52.pants. Eiropas audiovizuālie darbi**

(1) Eiropas audiovizuālie darbi ir:

- 1) Latvijā un Eiropas Savienības dalībvalstīs veidotie literāri dramatiskie darbi, sērijas, filmas, dokumentālie, mākslas un izglītojošie, un tamlīdzīgi radošie darbi;
- 2) šā panta otrās daļas noteikumiem atbilstošie audiovizuālie darbi, kas radīti tajās Eiropas konvencijas par pārrobežu televīziju dalībvalstīs, kuras nav Eiropas Savienības dalībvalstis un kuras nepiemēro diskriminējošus noteikumus attiecībā uz Latvijā un Eiropas Savienības dalībvalstīs veidotajiem audiovizuālajiem darbiem
- 3) šā panta trešās daļas noteikumiem atbilstošie audiovizuālie darbi, kas radīti citās Eiropas valstīs un kuras nepiemēro diskriminējošus noteikumus attiecībā uz Latvijā un Eiropas Savienības dalībvalstīs veidotajiem audiovizuālajiem darbiem.
- 4) Par Eiropas audiovizuālajiem darbiem tiek uzskatīti arī kopražojuma darbi saskaņā ar nolīgumiem audiovizuālajā nozarē, kas noslēgti starp Eiropas Savienību un trešajām valstīm un atbilst minēto nolīgumu nosacījumiem

(2) Elektronisko mediju veidotajā programmā visu raidījumu (izņemot ziņas, sporta sacensības, spēles, reklāmu un televīzijas veikalu un skatlogu raidījumus) raidlaika kopapjomam nedēļas laikā ir jābūt ne mazāk par 51 procentu Eiropas audiovizuālajiem darbiem;

(3) Šā panta otrās daļas 1. un 2.punktā noteiktie Eiropas audiovizuālie darbi ir tādi darbi, kurus galvenokārt veidojuši autori un tehniskie darbinieki no vienas vai vairākām pirmās daļas 1. un 2.punktā minētajām valstīm un kuri atbilst vismaz vienam no šādiem nosacījumiem:

- 1) tos ir veidojis viens producents vai vairāki producenti, kuri reģistrēti (dzīvo) vienā vai vairākās no šīm valstīm;
- 2) to producēšanu pārrauga un faktiski kontrolē viens producents vai vairāki producenti, kuri reģistrēti (dzīvo) vienā vai vairākās no šīm valstīm;
- 3) šo valstu producentu ieguldījums kopražojuma kopējās izmaksās ir pārsvarā un kopražojumu nekontrolē viens producents vai vairāki producenti, kuri reģistrēti (dzīvo) ārpus šīm valstīm.

(4) Par Eiropas audiovizuālajiem darbiem uzskatāmi arī tādi darbi, kas nav Eiropas audiovizuālie darbi šā panta pirmās daļas izpratnē, bet ir veidoti Latvijas vai Eiropas Savienības dalībvalstu un citu valstu divpusēju kopprodukcijas līgumu ietvaros. Turklāt Latvijas vai Eiropas Savienības producenti sedz lielāko daļu no kopražojuma kopējām izmaksām un kopražojumu nekontrolē viens ārpus Latvijas vai Eiropas Savienības dalībvalstu teritorijas reģistrēts (dzīvojošs) producents vai vairāki šādi producenti.

(5) Par Eiropas audiovizuālajiem darbiem atbilstoši Latvijas vai Eiropas Savienības dalībvalstu producentu ieguldījuma proporcijai kopražojuma kopējās izmaksās atzīstami arī darbi, kurus galvenokārt ir veidojuši autori un tehniskie darbinieki no Latvijas vai no vienas vai vairākām Eiropas Savienības dalībvalstīm.

(6) Ne mazāk kā 30 procentiem no 51 procenta Eiropā veidotajiem audiovizuālajiem darbiem jābūt Latvijā veidotiem audiovizuālajiem raidījumiem.

(7) Audiovizuālajiem elektroniskajiem medijiem no pulksten 6.00-12.00 un no pulksten 16.00-20.00 jābūt Latvijā veidotiem raidījumiem.

(8) Šis pants neattiecas uz audiovizuālo apraidi, kas paredzēta lokālai auditorijai un neveido nacionālā tīkla daļu.

### **53.pants. Neatkarīgie producenti**

(1) Audiovizuālo elektronisko mediju veidotajā programmā ne mazāk par 10 procentiem no visu raidījumu, izņemot ziņas, sporta sacensības, spēles, reklāmu, televīzijas veikalu un skatlogu raidījumus, raidlaika kopapjoma nedēļas laikā jāparedz neatkarīgo producentu veidotajiem Eiropas audiovizuālajiem darbiem. Audiovizuālais elektroniskais medijs nodrošina, ka lielākā daļa no neatkarīgajiem producentiem piešķirtā raidlaika tiek paredzēta neatkarīgo producentu pēdējo piecu gadu laikā veidotajiem Eiropas audiovizuālajiem darbiem.

(2) Šis pants neattiecas uz audiovizuālo apraidi, kas paredzēta lokālai auditorijai un neveido nacionālā tīkla daļu .

#### **54.pants. Elektronisko mediju programmu un raidījumu veidošanas ierobežojumi**

(1) Elektroniskais medijs nedrīkst izplatīt tāda satura raidījumus un audio vai audiovizuālus darbus, kas var kaitēt bērnu un pusaudžu normālai fiziskajai, garīgajai un tikumiskai attīstībai, izņemot gadījumus, kad šādiem raidījumiem izraudzīts īpašs raidlaiks (no pulksten 22:00 līdz 7.00) vai lietoti tehniskie bloķēšanas līdzekļi. Šādām programmām un raidījumiem jābūt speciāli atzīmētiem, gan tos izplatot, gan nododot publicēšanai preses izdevumiem. Filmām jābūt skaidri atzīmētām ar attiecīgo Ministru kabineta Filmu klasifikācijas noteikumos paredzēto filmas klasifikācijas indeksu.

(2) Laikā no pulksten 7.00 līdz 22.00 nedrīkst izplatīt raidījumus un audio un audiovizuālus darbus, kuros ir fiziskā vai psiholoģiskā vardarbība (vizuālā vai tekstuālā veidā), asiņainas vai šausmu ainas, kā arī ainas, kas saistītas ar narkotiku lietošanu. Tekstā nedrīkst būt rupjības un nepieklājīgi izteicieni, tas nedrīkst attiekties uz seksuālām darbībām.

### **XI nodaļa. Radio datu sistēmas izmantošanas noteikumi**

#### **55.pants. Radio datu sistēma**

Radio datu sistēma ir informācija, kas tiek pārraidīta ciparu formātā vienlaicīgi ar radio programmu FM diapazonā, lai atvieglotu klausītājiem programmas formāta izvēles iespējas, veicinātu programmu atpazīstamību un sniegtu papildus operatīvo informāciju par transporta satiksmi, kā arī citus pakalpojumus radio uztvērēju lietotājiem.

#### **56.pants. Transporta kustības paziņojums**

(1) Transporta kustības paziņojums ir audio elektroniskā medija veidota un izplatīta informācija par transporta kustību, kas uztverams izmantojot radio uztvērēja radio datu sistēmas tehniskās iespējas.

(2) Ministru kabinets nosaka kārtību, kādā tiek veidoti un izplatīti transporta kustības paziņojumi.

(3) Transporta kustības paziņojumi nedrīkst saturēt cita veida informāciju kā tikai ziņas par transporta satiksmi.

### **57.pants. Audio elektroniskā medija programmas nosaukuma izplatīšana**

- (1) Audio elektroniskam medijam ir tiesības tā programmas nosaukumu pārraidīt radio datu sistēmā.
- (2) Šīs tiesības Audio elektroniskais medijs drīkst izmantot tikai audio elektroniskā medija programmas nosaukuma pārraidei, izmantojot statisku rakstu zīmju izvietojumu.
- (3) Audio elektroniskā medija programmas nosaukums, kas izplatīts šādā veidā, nedrīkst būt garāks par astoņām rakstu zīmēm.

## **XII nodaļa. Nacionālā elektronisko mediju padome**

### **58.pants Nacionālās elektronisko mediju padomes statuss**

- (1) Nacionālā elektronisko mediju padome ir neatkarīga institūcija – pilntiesīga autonoma iestāde, kas izveidota sabiedrības interešu pārstāvēšanai, kā arī šā likuma un
  - 1) citu elektronisko mediju darbību regulējošo likumu un normatīvo aktu izpildes uzraudzībai;
  - 2) sabiedrisko mediju darbības un šai darbībai iedalīto valsts budžeta līdzekļu izmantošanas pārraudzībai, atbilstoši šajā likumā paredzētiem sabiedrisko mediju uzdevumiem;
  - 3) elektronisko mediju nozares attīstības, tās darbības izpētes un prognozēšanas sekmēšanas, kā arī speciālistu profesionālās izglītības un kvalifikācijas celšanas nodrošināšanai.
- (2) Nacionālā elektronisko mediju padome ir juridiska persona, tai ir zīmogs ar tās nosaukumu un tā darbojas saskaņā ar Latvijas Republikas Satversmi, šo likumu un citu normatīvo aktu prasībām.
- (3) Nacionālās elektronisko mediju padomes funkciju veikšanai nepieciešamo finansējumu nodrošina no valsts budžeta. Nacionālās elektronisko mediju padomes kā neatkarīgas institūcijas – pilntiesīgas autonomas iestādes budžeta pieprasījums līdz budžeta likuma projekta iesniegšanai Ministru kabinetā bez pieprasījuma iesniedzēja piekrišanas nav grozāms.
- (4) Nacionālā elektronisko mediju padome sagatavo un iesniedz savu gada pārskatu atbilstoši Ministru kabineta noteikumiem un to publicē padomes tīmekļa vietnē un laikrakstā "Latvijas Vēstnesis".

### **59. pants. Nacionālās elektronisko mediju padomes sastāvs**

- (1) Nacionālo elektronisko mediju padomi deviņu locekļu sastāvā ievēl Saeima. Ievēlēšanas kārtību nosaka Saeimas kārtības rullis.

(2) Nacionālās elektronisko mediju padomes locekļu kandidātus, kuri atbilst šā panta ceturtajā daļā noteiktajiem kritērijiem Saeimas Prezidijam izvirza sabiedriskās un nevalstiskās organizācijas, kas darbojas mediju un cilvēktiesību jomā. Saeimas Prezidijs izvirzītās kandidatūras tālāk virza izskatīšanai Cilvēktiesību un sabiedrisko lietu komisijai un Izglītības, kultūras un zinātnes komisijai.

(3) Nacionālās elektronisko mediju padomes sastāvā pēc izvērtēšanas piecus kandidātus Saeimas Prezidijam izvirza Saeimas Cilvēktiesību un sabiedrisko lietu komisija un četrus izvirza Saeimas Izglītības, kultūras un zinātnes komisija.

(4) Izvirzītajiem kandidātiem jābūt Latvijas Republikas pilsoņiem, kas pastāvīgi dzīvo Latvijā, ar augstāko izglītību un vismaz piecu gadu profesionālu vai akadēmisku darba pieredzi mediju vai cilvēktiesību jomā.

(5) Par Nacionālās elektronisko mediju padomes locekli nevar būt persona, kas sodīta par tīšu noziegumu, ja tā nav rehabilitēta vai sodāmība nav dzēsta vai noņemta.

(6) Darbs Nacionālā elektronisko mediju padomē ir Padomes locekļa pamatdarbs. Uz Nacionālās elektronisko mediju padomes locekļiem attiecas ierobežojumi un aizliegumi, kas paredzēti valsts amatpersonām likumā "Par interešu konflikta novēršanu valsts amatpersonu darbībā".

(7) Izvirzīto kandidātu sarakstu publicē laikrakstā "Latvijas Vēstnesis", norādot katra kandidāta vārdu, uzvārdu, darbavietu un ieņemamo amatu (nodarbošanos).

(8) Nacionālās elektronisko mediju padomes locekļi nedrīkst būt politisko organizāciju (partiju) vai to apvienību patstāvīgi funkcionējošo vadības institūciju amatpersonas. Patstāvīgi funkcionējoša vadības institūcija šā panta izpratnē ir centrāla augstākā organizācijas vai to apvienības institūcija, kurai ir tiesības rīkoties ar finanšu līdzekļiem un mantu atbilstoši likumam "Par sabiedriskām organizācijām un to apvienībām".

(9) Nacionālās elektronisko mediju padomes loceklis nedrīkst būt neviena elektroniskā medija kapitāla daļu turētājs, amatpersona vai darbinieks.

(10) Padomes locekļu pilnvaru laiks ir pieci gadi. Padomes locekļus var ievēlēt amatā atkārtoti, bet ne vairāk kā divas reizes pēc kārtas.

(11) Padomes loceklis savu darbību var izbeigt, iesniedzot Padomei par to pieteikumu; par Padomes locekļa atbrīvošanu no amata Saeima informējama 14 dienu laikā.

(12) Padomes locekļu pilnvaru pirmstermiņa izbeigšanās gadījumā Saeima ievēl Padomes sastāvā citu locekli uz pilnu pilnvaru laiku no tās pašas institūcijas izvirzītiem kandidātiem, pēc kuras priekšlikuma bija ievēlēts pilnvaras zaudējušais Padomes loceklis.

(13) Pirms pilnvaru termiņa beigām Padomes locekļus var atcelt Saeima tikai, ja:

- 1) Padomes loceklis triju mēnešu laikā neattaisnoti nav piedalījies Padomes darbā, vai ilgāk nekā sešus mēnešus pēc kārtas slimības vai citu iemeslu dēļ nespēj pildīt amata pienākumus vai;
- 2) ir konstatēti apstākļi, kas liedz attiecīgajai personai būt par Nacionālās elektronisko mediju padomes locekli.

(14) Padomes locekļi, aizklāti balsojot, ar vismaz piecām balsīm ievēlē priekšsēdētāju un viņa vietnieku.

#### **60.pants. Nacionālās elektronisko mediju padomes priekšsēdētājs, viņa pienākumi un tiesības**

(1) Padomes priekšsēdētājs:

- 1) vada un organizē Padomes darbu un ir atbildīgs par tās uzdevumu izpildi;
- 2) bez īpaša pilnvarojuma pārstāv Padomi valsts institūcijās, kā arī attiecībās ar fiziskajām un juridiskajām personām, arī ārvalstīs;
- 3) ar padomdevēja tiesībām var piedalīties Ministru kabineta sēdēs;
- 4) ir Padomes finanšu rīkotājs;
- 5) pieņem darbā un atbrīvo no darba Padomes sekretariāta darbiniekus;
- 6) slēdz līgumus ar fiziskajām un juridiskajām personām Padomes darba nodrošināšanai;

(2) Padomes priekšsēdētāja prombūtnes laikā priekšsēdētāja pienākumus veic viņa vietnieks.

#### **61.pants. Nacionālās elektronisko mediju padomes locekļu pienākumi un tiesības**

Padomes locekļu pienākumi un tiesības tiek noteikti Padomes Iekšējās darbības noteikumos.

#### **62.pants Nacionālās elektronisko mediju padomes darbības principi elektronisko mediju jomā**

(1) Nacionālajai elektronisko mediju padomei ir tiesības pieņemt lēmumus, kas attiecas uz elektroniskajiem medijiem šajā likumā un citos normatīvajos aktos tieši paredzētos gadījumos

(2) Visi Nacionālās elektronisko mediju padomes pieņemtie lēmumi ir publiski un pieejami jebkurai ieinteresētajai personai.

(3) Nacionālajai elektronisko mediju padomei nav tiesību vērtēt elektronisko mediju pakalpojumus pirms to izplatīšanas.

### **63.pants. Nacionālās elektronisko mediju padomes uzdevumi elektronisko mediju jomā**

(1) Nacionālā elektronisko mediju padome:

- 1) kārto izsniegto apraides atļauju un retranslācijas atļauju reģistru;
- 2) vāc, apkopo un analizē informāciju par elektronisko mediju darbību un attīstību;
- 3) sadarbojas ar citu valstu institūcijām, kas risina elektronisko mediju darbības un attīstības jautājumus;
- 4) pasūta elektronisko mediju jomas funkciju nodrošināšanai nepieciešamos socioloģiskos un citus pētījumus par nozares darbību un attīstību;
- 5) uzklauša, analizē un apkopo skatītāju un klausītāju ierosinājumus, sūdzības un citu informāciju par elektronisko mediju darbību;
- 6) pieprasa no elektronisko mediju raidījumu ierakstus gadījumos, kad ir saņemta sūdzība, un gādā par to saglabāšanu līdz galīgai sūdzības izskatīšanai
- 7) pieprasa no elektroniskajiem medijiem dokumentus, kas apliecina, ka tie ievēro šā likuma 41. un 42. panta noteikumus;
- 8) veic elektronisko mediju darbības monitoringu un apkopo tā rezultātus.

(2) Nacionālā elektronisko mediju padome kontrolē šā likuma ievērošanu:

- 1) uzklaušot un pārbaudot sūdzības;
- 2) kontrolējot elektronisko mediju programmu uzskaiti;
- 3) veicot izplatīto programmu satura un kvalitātes izlases veida pārbaudes.

(3) Nacionālā elektronisko mediju padome izskata materiālus par likuma pārkāpumiem elektronisko mediju darbībā un atkarībā no konstatēto pārkāpumu smaguma, biežuma un bīstamības pieņem vienu no šādiem lēmumiem:

- 1) piemērot administratīvo sodu Administratīvo pārkāpumu kodeksā noteiktajā kārtībā;
- 2) aizliegt reklāmas izplatīšanu, pieprasīt reklāmas atsaukumu un pieņemt citus lēmumus Reklāmas likuma noteiktajā kārtībā;
- 3) anulēt apraides atļauju, retranslācijas atļauju vai apturēt elektroniskā medija darbību;
- 4) nosūtīt materiālus tiesībsardzības iestādēm krimināllietas ierosināšanai.

(4) Nacionālā elektronisko mediju padome izstrādā un apstiprina „Nacionālo elektronisko mediju nozares attīstības stratēģiju”, nodrošina šī plāna realizācijas procesu.

### **64.pants. Nacionālās elektronisko mediju padomes tiesības**

Nacionālajai elektronisko mediju padomei ir tiesības:

- 1) pārbaudīt elektroniskā medija izplatīto programmu uzskaiti un ierakstus;

- 2) pieprasīt no elektroniskajiem medijiem, ja tās pieprasa vai iegūst valsts vai pašvaldību budžeta finansējumu vai maksājumu atvieglojumus, finansiālās darbības pārskatu.

#### **65.pants. Nacionālās elektronisko mediju padomes lēmumi**

- (1) Nacionālā elektronisko mediju padome ir tiesīga veikt citas normatīvajos aktos atļautās darbības, lai izpildītu šajā likumā tai paredzētos uzdevumus.
- (2) Nacionālās elektronisko mediju padomes lēmumi ir saistoši elektroniskajiem medijiem.

#### **66.pants. Nacionālās elektronisko mediju padomes atbildība**

- (1) Nacionālā elektronisko mediju padome ir atbildīga par savas darbības likumību.
- (2) Nacionālās elektronisko mediju padomes locekļi un sekretariāta darbinieki ir atbildīgi par Nacionālās elektronisko mediju padomes rīcībā esošās konfidenciālās informācijas ievērošanu.

#### **67.pants. Nacionālās elektronisko mediju padomes uzdevumi sabiedrisko mediju jomā**

- (1) Nacionālā elektronisko mediju padome, konsultējoties ar sabiedriskajiem medijiem, izstrādā un apstiprina sabiedrisko mediju programmu gada plānu.
- (2) Nacionālā elektronisko mediju padome, konsultējoties ar sabiedriskajiem medijiem, sagatavo valsts budžeta projektu sabiedrisko mediju programmu gada plānu izpildei un iesniedz to Ministru kabinetam, kā arī pēc budžeta pieņemšanas Saeimā lemj par tā sadalījumu atbilstoši apstiprinātajiem sabiedrisko mediju programmu gada plāniem.
- (3) Nacionālā elektronisko mediju padome, balstoties uz sabiedrisko mediju programmu gada plānu, nosaka pamatotu un taisnīgu valsts budžeta dotācijas sadalījumu starp Latvijas Radio un Latvijas Televīziju.
- (4) Nacionālā elektronisko mediju padome izstrādā un apstiprina Latvijas Radio un Latvijas Televīzijas statūtus, ieceļ un atceļ to ģenerāldirektorus un zvērinātus revidentus, apstiprina un atceļ valdes locekļus, uzrauga sabiedrisko mediju darbību, kontrolējot, vai to veidotā programma atbilst programmas koncepcijai un vai finansu līdzekļi tiek tērēti atbilstoši apstiprinātajam budžetam, kā arī veic citas šajā likumā paredzētās funkcijas
- (5) Pieņem lēmumu par sabiedrisko mediju darbības izbeigšanu vai turpināšanu, reorganizāciju, pamatkapitāla palielināšanu un samazināšanu

(6) Nacionālā elektronisko mediju padome nodrošina sistemātisku kontroli par sabiedrisko mediju finansiālo stāvokli.

### **68.pants. Nacionālās elektronisko mediju padomes darbības nodrošināšana**

(1) Nacionālās elektronisko mediju padomes, kā neatkarīgas institūcijas, locekļa amatalga piesaistāma Centrālās statistikas pārvaldes oficiālajā statistikas paziņojumā publicētajam valstī sabiedriskajā sektorā strādājošo iepriekšējā gada vidējās darba algas apmēram, kas noapaļots pilnos latos. Nosakot Padomes priekšsēdētāja amatalgu, piemēro koeficientu 5,0, nosakot Padomes priekšsēdētāja vietnieka amatalgu, piemēro koeficientu 4.7, nosakot Padomes locekļa amatalgu, piemēro koeficientu 4.5.

(2) Padomes locekļiem ir tiesības uz tādiem pašiem pabalstiem un kompensācijām, kādas noteiktas valsts civildienesta ierēdņiem.

(3) Nacionālās elektronisko mediju padomes darbības nodrošināšanai tiek izveidots sekretariāts. Sekretariāta darbinieki nedrīkst saņemt atalgojumu tieši vai ar citu personu starpniecību no citiem elektroniskajiem medijiem.

(4) Sekretariāta darbinieku darba attiecības regulē Darba likums.

(5) Sekretariāta darbinieku darba samaksu nosaka saskaņā ar tiešās pārvaldes iestāžu ierēdņu un darbinieku vienoto darba samaksas sistēmu. Sekretariāta darbinieku atalgojumu piešķirtā budžeta ietveros nosaka Padomes priekšsēdētājs.

(6) Sekretariāta darbiniekiem ir tiesības uz tādiem pašiem pabalstiem un kompensācijām, kādas noteiktas valsts civildienesta ierēdņiem

(7) Nacionālā elektronisko mediju padome izstrādā un apstiprina savas darbības iekšējo kārtību

(8) Nacionālās elektronisko mediju padomes kompetence ir noteikta šajā likumā un Latvijas Radio un Latvijas Televīzijas statūtos.

(9) Šā likuma izpildes kontroli veic Nacionālā elektronisko mediju padome šajā likumā un citos normatīvajos aktos noteiktajā kārtībā.

## **XIII nodaļa Sabiedriskie mediji**

### **69.pants Sabiedrisko mediju tiesiskais statuss**

(1) Sabiedriskie mediji ir valsts kapitālsabiedrības, kas izveidotas un darbojas saskaņā ar šo likumu, likumu „Par valsts un pašvaldību kapitāla daļām”, „Komerclikumu” un citiem normatīvajiem aktiem, kā arī statūtiem, kurus apstiprina Nacionālā elektronisko mediju padome.

(2) Sabiedrisko mediju pilni nosaukumi ir:

- 1) Valsts sabiedrība ar ierobežotu atbildību “Latvijas Radio”;
- 2) Valsts sabiedrība ar ierobežotu atbildību “Latvijas Televīzija”.

(3) Sabiedrisko mediju pamatkapitālu veido valsts ieguldītā manta. Nacionālā elektronisko mediju padome ir valsts kapitāla daļu turētāja šajās kapitālsabiedrībās un veic to dalībnieku sapulces funkcijas. Nacionālā elektronisko mediju padome par kapitāla daļu turēšanu nesāņem atlīdzību no sabiedrisko mediju līdzekļiem.

(4) Sabiedriskie mediji ir redakcionāli neatkarīgi un finansiāli patstāvīgi.

(5) Sabiedriskie mediji nav privatizējami ne kopumā, ne pa daļām, to manta nav ieķīlājama.

(6) Ar Nacionālās elektronisko mediju padomes atļauju sabiedriskajiem medijiem ir tiesības piedalīties komercsabiedrību dibināšanā, iegādāties, ieķīlāt tām piederošu citu komercsabiedrību kapitāla daļas, akcijas un vērtspapīrus, ja tas tieši vai netieši nepasliktina vai neapdraud sabiedrisko mediju programmu kvalitāti.

(7) Neviena valsts vai pašvaldības institūcija, to amatpersona vai citas personas nav tiesīga iejaukties sabiedrisko mediju darbībā un dot to amatpersonām saistošus norādījumus, izņemot šajā likumā tieši paredzētos gadījumus.

(8) Sabiedriskie mediji ir tiesīgi iestāties starptautiskajās organizācijās. Par darbību šajās organizācijās un pieņemtajiem lēmumiem sabiedriskie mediji informē Nacionālo elektronisko mediju padomi.

## **70.pants Sabiedrisko mediju dividendes**

(1) Sabiedrisko mediju dividendes reizi gadā aprēķina un nosaka ar Nacionālās elektronisko mediju padomes lēmumu.

(2) Sabiedrisko mediju dividendes tiek novirzītas sabiedrisko mediju pamatdarbības nodrošināšanai.

## **71.pants Sabiedrisko mediju kapitāla daļu nominālvērtība**

Valsts sabiedrības ar ierobežotu atbildību “Latvijas Radio” un valsts sabiedrības ar ierobežotu atbildību “Latvijas Televīzija” kapitāla daļas nominālvērtība tiek noteikta šo valsts kapitālsabiedrību statūtos.

## **72.pants Sabiedrisko mediju pārvalde**

(1) Latvijas Radio un Latvijas Televīziju vada ģenerāldirektori, kurus uz pieciem gadiem ieceļ Nacionālā elektronisko mediju padome, noslēdzot darba līgumu. Ģenerāldirektori pēc amata ir sabiedrisko mediju valdes priekšsēdētāji.

(2) Latvijas Radio ģenerāldirektoru un Latvijas Televīzijas ģenerāldirektoru var iecelt atkārtoti, bet ne vairāk kā divas reizes pēc kārtas. Ģenerāldirektors nedrīkst:

- 1) būt Saeimas deputāts vai Ministru kabineta loceklis;
- 2) darboties politiskajās organizācijās (partijās) vai to apvienībās, bet gadījumā, ja viņš darbojas kādā politiskajā organizācijā (partijā) vai to apvienībā, šī darbība ir jāaptur.

(3) Uz Latvijas Radio ģenerāldirektoru un Latvijas Televīzijas ģenerāldirektoru attiecas ierobežojumi un aizliegumi, kas paredzēti valsts amatpersonām korupcijas novēršanas likumā.

(4) Par Latvijas Radio ģenerāldirektoru un Latvijas Televīzijas ģenerāldirektoru nevar būt persona, kas sodīta par tīšu noziegumu, ja tā nav reabilitēta vai sodāmība nav dzēsta vai noņemta.

(5) Latvijas Radio ģenerāldirektors un Latvijas Televīzijas ģenerāldirektors nedrīkst ieņemt citus algotus amatus un veikt citus algotus pienākumus, izņemot māksliniecisko, zinātnisko un pedagoģisko darbību. Ģenerāldirektors nedrīkst būt neviena elektroniskā medija dibinātājs vai akciju (kapitāla daļu) turētājs.

(6) Latvijas Radio ģenerāldirektoru un Latvijas Televīzijas ģenerāldirektoru var atlaist pirms termiņa pēc viņa lūguma. Atlaišana pēc Nacionālās elektronisko mediju padomes iniciatīvas pieļaujama darba likumdošanas aktos paredzētajos gadījumos, vai arī tad, ja tiek konstatēti apstākļi, kas liedz attiecīgajai personai būt par ģenerāldirektoru. Lēmumu par ģenerāldirektora atlaišanu Nacionālā elektronisko mediju padome pieņem ar divu trešdaļu balsu vairākumu no Padomes locekļu kopskaita.

(7) Latvijas Radio ģenerāldirektors un Latvijas Televīzijas ģenerāldirektors:

- 1) vada kapitālsabiedrību atbilstoši statūtu, šā likuma un citu likumu prasībām;
- 2) pārstāv kapitālsabiedrību tiesā, valsts un pārvaldes institūcijās, kā arī attiecībās ar fiziskajām un juridiskajām personām;
- 3) slēdz darījumus kapitālsabiedrību vārdā;
- 4) iesniedz Nacionālajai elektronisko mediju padomei apstiprināšanai attiecīgi Latvijas Radio un Latvijas Televīzijas sabiedriskā pasūtījuma projektu.

(8) Ģenerāldirektoram var būt divi vietnieki. Ģenerāldirektora prombūtnes laikā viņa pienākumus pēc ģenerāldirektora norādījuma pilda viens no vietniekiem.

(9) Latvijas Radio un Latvijas Televīzijas struktūrvienību vadītājus darbā pieņem ģenerāldirektors.

(10) Latvijas Radio un Latvijas Televīzijas valdes locekļu skaitu nosaka saskaņā ar Ministru kabineta noteikumiem atbilstoši sabiedrības lielumu raksturojošiem kritērijiem, kuru vada ģenerāldirektors.

(11) Ģenerāldirektors tikai ar valdes piekrišanu var rīkoties šādos gadījumos:

- 1) nosakot programmu politikas koncepciju un pamatvirzienus;
- 2) sagatavojot ikgadējo finansu plānu;
- 3) slēdzot darba koplīgumu.

### **73. pants. Sabiedrisko mediju programmas**

- (1) Sabiedriskie mediji nodrošina informāciju sabiedrības locekļu pamatotai un brīvai viedokļu veidošanai.
- (2) Sabiedrisko mediju programmas tiek veidotas saskaņā ar šajā likumā noteiktām prasībām.
- (3) Sabiedrisko mediju programmu veidošana atbilst augstām ētikas un kvalitātes prasībām un tā atspoguļo sabiedrības uzskatu dažādību. Sabiedrisko mediju programmās nedrīkst īstenot tikai atsevišķu politisku, ideoloģisku, ekonomisku, reliģisku vai citu grupu intereses
- (4) Sabiedrisko mediju programmu veidošanā ievēro Latvijas sabiedrības dažādību sociālā, ekonomiskā, reģionālā, izglītības un kultūras ziņā, ņemot vērā cilvēka tiesības un pamatbrīvības, vienlīdzību likuma priekšā, uzskatu un izteiksmes brīvību, tiesības brīvi saņemt un izplatīt informāciju, nevainīguma prezumpciju, personiskās dzīves, kā arī goda un cieņas neaizskaramību.
- (5) Sabiedriskie mediji paredz programmu veidošanu cilvēkiem ar īpašām vajadzībām.
- (5) Sabiedrisko mediju raidlaiku nedrīkst nodot lietošanā citam elektroniskajam medijam.
- (7) Sabiedriskie mediji savās programmās veicina sabiedrības integrāciju un saliedētību.

### **74.pants. Sabiedriskais pasūtījums**

- (1) Sabiedrisko mediju galvenais uzdevums ir Sabiedriskā pasūtījuma programmu veidošana un izplatīšana.
- (2) Sabiedriskais pasūtījums tiek fiksēts līgumos, ko Nacionālā elektronisko mediju padome noslēdz ar sabiedriskajiem medijiem par valsts budžetā paredzēto līdzekļu izlietošanas kārtību sabiedrisko mediju uzdevumu īstenošanai. Šie līdzekļi tiek izmantoti satura veidošanai un infrastruktūras uzturēšanai, kā arī ar tās attīstību saistītām investīcijām. Satura veidošanai paredzēto līdzekļu izlietojuma principi un struktūra tiek noteikta Nacionālās elektronisko mediju padomes izstrādātā nolikumā. Šī kārtība neattiecas uz ziņu raidījumu atspoguļošanas nodrošināšanu. Valsts budžeta līdzekļi var tikt izmantoti tikai un vienīgi Sabiedriskā pasūtījuma īstenošanai. Visa pārējā sabiedrisko mediju darbība, kas nav tieši saistīta ar Sabiedriskā pasūtījuma izpildes nodrošināšanu, tiek realizēta par saimnieciskajā darbībā iegūtajiem līdzekļiem.
- (3) Sabiedriskie mediji savās programmās :
  - 1) nodrošina objektīvu, neatkarīgu ziņu un analītisku komentāru veidošanu;

- 2) nodrošina daudzpusīgas un objektīvas informācijas sniegšana sabiedrībai, pēc iespējas plašāk atspoguļojot tās uzskatu dažādību, kā arī tajā pastāvošos politiskos, filozofiskos, reliģiskos, zinātnes, ekonomiskos un kultūras virzienus;
- 3) ietver nozīmīgu daļu Latvijā veidotu oriģinālo raidījumu un rada sabiedrisko diskusiju iespējamību, kurā tiek pausts iespējami plašs uzskatu loks;
- 4) sniedz ieguldījumu nacionālā un Eiropas kultūras mantojuma novērtēšanā, saglabāšanā un izplatīšanā;
- 5) tiek nodrošināta priekšvēlēšanu un pirms referendumu informēšanas un aģitācijas iespējas saskaņā ar spēkā esošajiem normatīvajiem aktiem.

(4) Sabiedrisko mediju pirmā programma pamatā tiek veidota valsts valodā. Atsevišķos gadījumos pirmajā programmā ir atļauts iekļaut arī Latvijā veidotus oriģinālos raidījumus ar subtitriem valsts valodā un oriģinālu skaņas pavadījumu.

(5) Sabiedrisko mediju programmās ne mazāk kā 30 procenti raidlaika jāparedz neatkarīgo producentu veidotajiem Eiropas audiovizuālajiem darbiem.

(6) Sabiedriskie mediji ir tiesīgi piešķirt bezmaksas raidlaiku vienīgi sociālu paziņojumu izplatīšanai un aicinājumiem uz labdarību. Šādi paziņojumi un aicinājumi netiek uzskatīti par reklāmu šā likuma izpratnē.

(7) Sabiedrisko pasūtījumu pamatā pilda Latvijas Radio un Latvijas Televīzija. Daļu sabiedriskā pasūtījuma Nacionālā Elektronisko mediju padome var konkursa kārtībā nodot citiem elektroniskajiem medijiem, pamatojoties uz apstiprināto „Nacionālo elektronisko mediju nozares attīstības stratēģiju”.

(8) Sabiedriskā pasūtījuma apjoms citiem elektroniskajiem medijiem atbilst ikgadējā speciālā valsts budžeta apakšprogrammā piešķirtajiem līdzekļiem. Par tā izpildi tiek slēgts līgums uz laiku, kas nepārsniedz vienu saimniecisko gadu.

(9) Latvijas Radio piešķirtā finansējuma ietvaros nodrošina nacionālās nozīmes radošās vienības „Latvijas Radio koris” darbību.

## **75.pants. Sabiedrisko mediju pašregulācija.**

(1) Sabiedriskie mediji izstrādā Ētikas kodeksu, kuru pamatprincipi tiek iestrādāti sabiedrisko mediju darbinieku darba līgumos.

(2) Sabiedriskie mediji nodibina Ētikas padomes.

(3) Ētikas padomju sastāvā iekļauj pārstāvjus no sabiedrisko mediju darbiniekiem un sabiedrisko mediju jomas ekspertus.

(4) Ētikas padomju uzdevumi :

- 1) izvērtēt skatītāju un klausītāju sūdzības par sabiedrisko mediju darbību,
- 2) sekot līdz Ētikas kodeksa principu ievērošanai sabiedriskajos medijos un sniegt informāciju sabiedrisko mediju vadībai,

3) analizēt un izvērtēt ētikas kodeksa pārkāpumus.

(5) Ētikas padomes lēmumi ir publiski pieejami.

#### **76.pants. Sabiedrisko mediju programmu izplatīšana**

(1) Sabiedrisko mediju apraidei ir jānodrošina pieejamība visiem Latvijas iedzīvotājiem.

(2) Sabiedriskajiem medijiem ir tiesības pārraidīt programmas jebkurā tehniskā veidā.

(3) Sabiedrisko mediju programma publiskajos elektronisko sakaru tīklos pakalpojumu saņēmējiem tiek nodrošināta nemainītā veidā

(4) Ar Nacionālās elektronisko mediju padomes atļauju sabiedriskie mediji ir tiesīgi sniegt papildu programmu pakalpojumus neatkarīgi no to piegādes vai finansējuma veida.

(5) Pirms jauna programmas pakalpojuma ieviešanas tirgū tiek izvērtēta pakalpojuma pievienotā vērtība sabiedrībai un tā iespējamā ietekme uz tirgu un konkurenci Nacionālās elektronisko mediju padomes noteiktajā kārtībā.

#### **77.pants. Sabiedrisko mediju arhīvi (videokrātuves un fonotēka)**

(1) Sabiedrisko mediju veidotie vai to programmām veidotie audio un audiovizuālie darbi un fonogrammas ar kultūrvēsturisku vērtību ir nacionālā kultūras mantojuma un Latvijas nacionālā arhīva fonda sastāvdaļa, kuru uzrauga, saglabā un izmanto atbilstoši attiecīgajos normatīvajos aktos noteiktajam.

(2) Ja valsts arhīvu sistēmas ietvaros paredzēts veikt sabiedrisko mediju arhīvos esošo materiālu pārkopēšanu nolūkā tos uzglabāt pastiprinātas drošības apstākļos, tad arhīvs sedz pārkopēšanas tehniskās izmaksas. Dubultās kopijas izgatavojamas programmām ar īpašu kultūrvēsturisku nozīmi, to izveidošana paredzēta tikai uzglabāšanai, un nav atļauta šo kopiju jebkāda veida lietošana vai publiskošana.

(3) Sabiedriskie mediji ir tiesīgi izmantot savus arhīva materiālus jebkurā iespējamā veidā gan raidīšanas nolūkos, gan ikvienā citā veidā atbilstoši "Autortiesību likumam". Sabiedriskajiem medijiem ir tiesības savu programmu veidošanā izmantot valsts arhīva fondus, sedzot tikai nepieciešamās tehniskās pavairošanas izmaksas. Pieeju var liegt vienīgi ierobežotas pieejamības informācijai atbilstoši "Informācijas atklātības likumam".

(4) Sabiedriskie mediji tiek uzskatīti par Latvijas Radiofona, bijušās Latvijas PSR Valsts televīzijas un radoraidījumu komitejas, Latvijas Republikas Valsts televīzijas un radoraidījumu komitejas, valsts uzņēmumu "Latvijas Radio" un "Latvijas televīzija", kā arī valsts bezpeļņas SIA "Latvijas Radio" un valsts bezpeļņas SIA "Latvijas Televīzija", tiesību un saistību pārņēmēju.

## **78. pants. Latvijas televīzijas pienākumi atbalstam Latvijas filmu nozarei**

(1) Latvijas Televīzija savās programmās nodrošina Latvijas nacionālā audiovizuālā mantojuma pieejamību sabiedrībai, veicot nacionālo filmu iepirkšanu, savās programmās demonstrējot nacionālās filmas; nodrošinot Latvijas nacionālā audiovizuālā mantojuma pieejamību sabiedrībai un veicot citus atbalsta pasākumus Latvijas filmu nozarei saskaņā ar Filmu likumu.

(2) Latvijas Televīzija nacionālo filmu mantojuma jautājumos sadarbojas ar Valsts aģentūru „Nacionālais kino centrs”.

(3) Starp Valsts aģentūru „Nacionālais kino centrs” un Latvijas Televīziju tiek noslēgta vienošanās, kurā nosaka kārtību, kādā Latvijas Televīzijai ir pienākums iesaistīties nacionālo filmu kopražojumos un iepirkšanā piešķirtā budžeta ietvaros. Vienošanās termiņš ir 3 gadi, un tā ik reizi ir noslēdzama ne vēlāk kā četrus mēnešus pirms nākamā perioda sākuma datuma. Nacionālo filmu kopražojumiem un filmu iepirkšanai nepieciešamais finansējums Latvijas Televīzijai tiek piešķirts kā ikgadēja valsts mērķdotācija no valsts budžeta.

(4) Latvijas Televīzija, gatavojot budžeta pieprasījumu kārtējam gadam, iekļauj šā panta pirmajā daļā minēto pasākumu veikšanai nepieciešamo finansējumu.

## **79.pants. Sabiedrisko mediju manta**

(1) Sabiedrisko mediju mantu veido:

- 1) sabiedriskajiem medijiem nošķirtā kustamā un nekustamā manta, tajā skaitā finanšu līdzekļi;
- 2) kustamā un nekustamā manta, tajā skaitā finanšu līdzekļi, ko dāvinājušas (ziedojušas) fiziskās un juridiskās personas, kā arī manta, ko sabiedriskie mediji ir iegādājušies;
- 3) intelektuālais īpašums.

(2) Sabiedrisko mediju mantu izmanto to darbības nodrošināšanai, lai īstenotu savas funkcijas.

(3) Tiesiskajās attiecībās ar citām personām sabiedriskie mediji atbild ar savu mantu. Ja ar to nepietiek vai sabiedrisko mediju saistību izpilde var traucēt to funkciju veikšanu, par saistībām atbild valsts Ministru kabineta noteiktajā kārtībā.

(4) Sabiedriskajiem medijiem ir tiesības normatīvajos aktos noteiktajā kārtībā iegādāties tās darbībai nepieciešamo kustamo mantu, kā arī atsavināt to īpašumā esošo kustamo mantu.

(5) Sabiedriskajiem medijiem ir tiesības normatīvajos aktos noteiktajā kārtībā iegādāties un atsavināt tās darbībai nepieciešamo nekustamo mantu. Lai iegādātos vai atsavinātu nekustamo mantu par valsts piešķirtajiem budžeta līdzekļiem, Sabiedriskajiem medijiem jāsaņem Nacionālās elektronisko mediju padomes piekrišana. Nekustamais īpašums reģistrējams zemesgrāmatā uz attiecīgā sabiedriskā medija vārda.

(6) Līdzekļus, kas iegūti, atsavinot sabiedrisko mediju mantu, ieskaita attiecīgā sabiedriskā medija budžetā.

(7) Sabiedrisko mediju valdījumā esošo ēku, to daļu vai zemes nodošana nomā vai patapinājumā pieļaujama, ja tas nepieciešams sabiedrisko mediju funkciju veikšanai. Ēku, to daļu vai zemes nodošana nomā pieļaujama, noslēdzot rakstveida līgumu.

(8) Sabiedrisko mediju valdījumā vai turējumā var būt citu personu kustamā un nekustamā manta.

## **80.pants. Sabiedrisko mediju finansējuma avoti**

(1) Sabiedrisko mediju finansiālā nodrošinājuma avoti ir:

- 1) valsts budžeta dotācija;
- 2) ieņēmumi no saimnieciskās darbības;
- 3) dāvinājumi, ziedojumi un sponsorējumi.

(2) Valsts finansējums sabiedriskajiem medijiem norādāms atsevišķā valsts budžeta apakšprogrammā.

(3) No valsts budžeta nodrošina:

- 1) ikgadējo sabiedriskā pasūtījuma izpildi :
  - a. šajā likumā noteikto uzdevumu veikšanu un Sabiedriskā pasūtījuma nodrošināšanu;
  - b. programmu izplatīšanai visā valsts teritorijā, kā arī mērķauditorijai ārpus valsts robežām;
  - c. darbinieku algošanai un īpašam riskam pakļauto darbinieku apdrošināšanai;
- 2) infrastruktūras nodrošināšanu :
  - a. valdījumā esošo ēku, zemes, telpu, iekārtu un tehniskā aprīkojuma iegādei un uzturēšanai,
  - b. lietošanā esošo ēku, zemes, telpu, iekārtu un tehniskā aprīkojuma nomas, komunālajiem un nodokļu maksājumiem,
  - c. u.c. ar uzturēšanu saistītie izdevumi
- 3) sabiedrisko mediju attīstībai atbilstoši Nacionālās Elektronisko mediju padomes apstiprinātajai „Nacionālai elektronisko mediju nozares attīstības stratēģijai”;
- 4) Latvijas Radio kora darbības atbalstīšanu, nodalot no Latvijas Radio piešķirtā finansējuma attiecīgu valsts mērķdotāciju.

(4) Sabiedriskajiem medijiem piešķirtais finansējums 0.3% no IKP apmērā.

(5) Sabiedriskie mediji var saņemt finanšu līdzekļus no saimnieciskās darbības ieņēmumiem, kā arī dāvinājumus (ziedojumus) naudas līdzekļu un mantiskā veidā, tajā skaitā arī ārvalstu fizisko un juridisko personu dāvinājumus (ziedojumus).

(6) Sabiedriskie mediji var atvērt kontus kredītiestādēs, kredītiestāžu filiālēs vai to pārstāvniecībās.

(7) Sabiedriskie mediji projektu un programmu īstenošanai var saņemt līdzekļus arī no valsts un sabiedriskajiem fondiem, kā arī citiem avotiem sabiedrisko mediju funkciju izpildei

(8) Ja kāda nozīmīgai sabiedrības daļai svarīga notikuma atspoguļošana nav ietverta sabiedrisko mediju programmu gada plānā, sabiedriskajiem medijiem ir tiesības pieprasīt no attiecīgā pasākuma organizatora savu izdevumu atmaksu.

(9) Sabiedriskie mediji nodrošina finanšu pārskatāmību un grāmatvedības kontu nodalīšanu, lai skaidri norādītu izlietotā finansējuma avotu un mērķi un atbilstoši Komercedarbības atbalsta kontroles likumam.

(10) Sabiedriskie mediji valsts budžeta līdzekļu saņemšanai un no tiem veicamo izdevumu izdarīšanai atver kontus Valsts kasē.

(11) Nacionālā elektronisko mediju padome Publisko iepirkumu likumā noteiktajā kārtībā izraugās zvērinātu revidentu vai zvērinātu revidentu sabiedrību, kas sastāda ikgadējo publisko gada pārskatu par finansējuma izlietojumu sabiedriskajos medijos. Zvērināts revidents vai zvērinātu revidentu sabiedrība tiek apmaksāta no sabiedrisko mediju budžeta.

(12) Latvijas Televīzijai saskaņā ar tās nolikumā noteikto kārtību finansiālo iespēju robežās atbalsta Latvijas filmu nozari.

### **Pārejas noteikumi**

1. Nacionālā elektronisko mediju padome ir Nacionālās radio un televīzijas padomes tiesību un saistību pāņēmēja. Līdz 2009.gada 1. septembrim Nacionālā elektronisko mediju padome veic visas nepieciešamās darbības iestādes nosaukuma maiņai.

2. Valsts sabiedrība ar ierobežotu atbildību "Latvijas Radio" un Valsts sabiedrība ar ierobežotu atbildību "Latvijas Televīzija" nodibināmas, pārveidojot bezpeļņas organizācijas sabiedrības ar ierobežotu atbildību "Latvijas Radio" un "Latvijas Televīzija". Trīsdesmit dienu laikā pēc šī likuma spēkā stāšanās, Nacionālajai radio un televīzijas padome iesniedz pieteikumu Latvijas Republikas Uzņēmumu reģistram par bezpeļņas organizācijas sabiedrības ar ierobežotu atbildību "Latvijas Radio" un "Latvijas Televīzija" izslēgšanu no tā un ierakstīšanu Komercreģistrā.

2. Sabiedrisko mediju valsts budžeta finansējums tiek palielināts pakāpeniski piecu gadu laikā, līdz tas sasniedz 0,3% no IKP. 2010.gadam valsts budžeta finansējums sastāda 0,15% no IKP; 2011.gadā 0,18% no IKP; 2012.gadā 0,21% no IKP; 2013.gadā 0,24% no IKP; 2014.gadā 0,27% no IKP; 2015.gadā 0,3% no IKP.

3. Līdz 2009.gada 1.decembrim Latvijas Televīzija un Latvijas Radio izstrādā nolikumu Sabiedriskā pasūtījuma veidošanai paredzēto līdzekļu izlietojumam.

4. Līdz 2009.gada 1.oktobrim Nacionālā elektronisko mediju padome iesniedz Finanšu ministrijā jaunā budžeta pieprasījumu.

5. 2009.gada oktobrī, beidzoties Padomes locekļu pilnvaru termiņiem, šā likuma 63.panta otrajā daļā paredzētā Nacionālās elektronisko mediju padomes locekļu nomaiņa notiek šādi: tie Padomes locekļi, kuri tika ievēlēti vai atkārtoti pārvēlēti Padomē 2005.gadā, Jauno Padomes locekļu ievēlēšana notiek saskaņā ar šo likumu (2 Padomes locekļus izvirza Cilvēktiesību komisija, 1 Izglītības).
6. Līdz 2009.gada 1.decembrim Latvijas Televīzija un Latvijas Radio pieņem šā likuma 76.pantā paredzētos Ētikas kodeksus un nodibina Ētikas padomes.
7. Nacionālā elektronisko mediju padome līdz 2009.gada 1.decembrim apstiprina Nacionālo elektronisko mediju nozares attīstības nacionālo stratēģiju 2009. – 2011.gadam. Pēc stratēģijas apstiprināšanas spēku zaudē “Elektronisko sabiedrības saziņas līdzekļu attīstības nacionālā koncepcija 2009. – 2011.gadam”.
8. Līdz pilnīgai virszemes ciparu televīzijas apraides ieviešanai paliek spēkā 2008.gada 2.septembra Ministru kabineta noteikumi Nr.714 „Kārtība, kādā tiek ieviesta elektronisko saziņas līdzekļu veidoto programmu apraide ciparformātā”.
9. Līdz 2009.gada 1.novembrim Nacionālā elektronisko mediju padome izstrādā un iesniedz Ministru kabinetam grozījumus Ministru kabineta 1997.gada 7.oktobra noteikumos Nr. 348 „Atsevišķu uzņēmējdarbības veidu licencēšanas noteikumi”.
10. Līdz 2009.gada 1.novembrim Nacionālā elektronisko mediju padome izstrādā un iesniedz Ministru kabinetam grozījumus Ministru kabineta 1999.gada 16.februāra noteikumos Nr. 48 „Noteikumi par valsts nodevu par speciālās atļaujas (licences) izsniegšanu atsevišķiem uzņēmējdarbības veidiem”.
11. Likums stājas spēkā ar 2009.gada 19.decembri.