

**Maldināšana reklāmā.
PTAC lēmumu par reklāmas
pārkāpumiem analīze. 2005.–2021. gads**

asoc. Prof. Marita Zitmane

Dezinformācijas un sazvērestību radītie riski demokrātijai:
Latvijas pieredzes pārlūkošana Izp-2019/1-0278



Maldināšana reklāmā Kāpēc svarīgi pētīt?

Pirmkārt, maldināšana reklāmās noteiktā veidā IR nelikumīga. Tomēr parasti nav objektīvu standartu, lai noteiktu, kas ir maldināšana.

Otrkārt reklāmas, kas nesatur netiešu vai tiešu maldināšanu, var ietekmēt gan konkurenci, gan patērētājus, līdzīgi kā reklāmas, kuras ir klaji maldinošas.



Maldināšana reklāmā

Pamatpieņēmums, maldināšanas nelikumībai reklāmā – reklāmas ziņojuma saņēmējs uzvedīsies citādi nekā tad, ja reklāma nesaturētu maldināšanu.

Reklāmu regulējošie normatīvie akti tradicionāli koncentrējās uz maldināšanu, tas ir, noteiktiem vārdiem vai attēliem vai dažādiem apgalvojumiem, kas var būt nepatiesi un tādējādi maldinoši.

LR Reklāmas likuma III nodaļa Maldinoša un salīdzinoša reklāma

8.pants

(1) Maldinoša reklāma ir aizliegta.

(2) Maldinoša reklāma ir tāda reklāma, kura jebkādā veidā, ieskaitot tās pasniegšanas veidu, tieši vai netieši maldina vai varētu maldināt un kura sava maldinošā rakstura dēļ varētu ietekmēt personas ekonomisko rīcību vai kura kaitē vai varētu kaitēt konkurentam.

(3) Nosakot, vai reklāma ir maldinoša, ņem vērā visas reklāmas pazīmes — atsevišķo sastāvdaļu un kopējo saturu, noformējumu, īpaši jebkuru informāciju, kas reklāmā sniegta par:

1) preču vai pakalpojumu pieejamību, īpašībām, darbību, saturu, ražošanas vai piegādes metodi un datumu, nolūku, lietošanu, daudzumu, ietekmi uz vidi vai cilvēka veselību, preču ģeogrāfisko vai komerciālo izcelsmi vai rezultātiem, kas sagaidāmi no to lietošanas, vai par preču vai pakalpojumu testēšanas vai pārbaudes rezultātiem vai materiālām pazīmēm;

2) cenu vai cenas aprēķināšanas veidu un nosacījumiem, ar kādiem tiek piegādātas preces vai sniegti pakalpojumi;

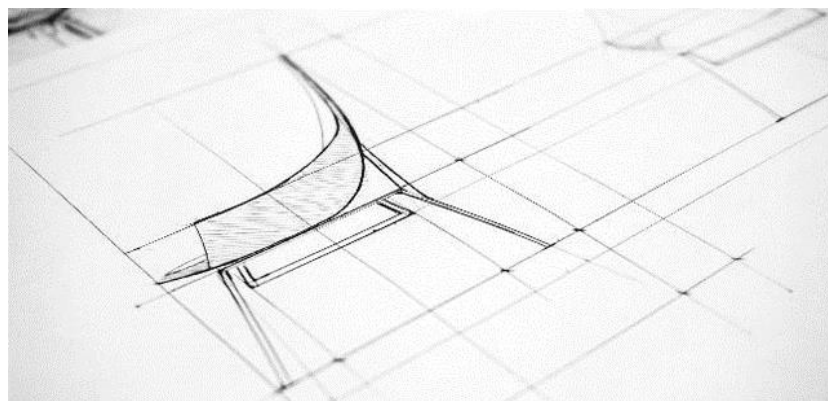
3) reklāmas devēju, arī tā identitāti un labajām īpašībām, kvalifikāciju, īpašumtiesībām vai apbalvojumiem.



Maldināšana reklāmā

Tas, kas netiek un zināmā mērā arī nevar tik ņemts vērā normatīvajā regulējumā, ir reklāmas vēstījuma saņēmējs.

Personīgie faktori, piemēram, uztveres ilgums, garastāvoklis, emocijas un vēlmes, mainās un ir specifiski katram indivīdam.



Patērētāju tiesību aizsardzības centrs

*Datubāze Lēmumi par reklāmu,
komercpraksi un informācijas sabiedrības
pakalpojumiem*

PTAC lēmumi

- telekomunikācijas - 18
- veselība, pārtika, optika, dziedniecība, skaistums - 17
- kredītēšanas pakalpojums – 9
- Reklāma/ paziņojumi pr burves, gaišreģes pakalpojumiem – 9
- mediji/ reklāma veselība - 8
- televīzijas pakalpojumi - 6
- logu izgatavošanas pakalpojumi - 4
- transporta pakalpojumi/ sabiedriskā transporta pakalpojumi - 3
- bankas pakalpojumi, noguldījumi - 3
- tirdzniecība - 2
- darbiekārtošanas pakalpojumi - 2
- e-cigaretes – 2
- loterijas reklāma -1
- medijie iepazīšanās - 1
- apdrošināšanas pakalpojumi - 1
- izdevniecība - 1
- taksometra pakalpojumi - 1
- būvniecības pakalpojumi - 1
- autoskolas pakalpojumi - 1
- tūrisma pakalpojumi - 1

Top 5

1. telekomunikācijas – 18 (SIA „Tele2” 5; SIA „BITE Latvija” 4)
2. veselība, pārtika, optika, dziedniecība, skaistums - 17
3. kredītēšanas pakalpojums – 9 (InCREDIT GROUP 2)
4. Reklāma/ paziņojumi par burves, gaišreģes pakalpojumiem – 9 (SIA „DIRECT OFFICE” 2)
5. televīzijas pakalpojumi - 6



Telekomunikācijas

Maldinošs apgalvojums

piemēram: *Mēs piedāvājam viszemākās cenas zvanēm uz ārvalstīm! Nāc uz Biti no cita operatora, mēs nosegsim līgumsodu! Bez maksas telefonus pirmklasniekiem!*

Nepilnīga informācija

Reklāmā tiek noklusēta būtiska informācija, kas konkrētās patērētāju grupas vidusmēra pārstāvim ir nepieciešama, lai pieņemtu uz informāciju balstītu lēmumu

Veselība, pārtika, optika, dziedniecība, skaistums

- Maldinošs apgalvojums, ka uztura bagātinātājs novērš saslimšanu, ārstē vai izārstē slimības
- Reklāmā ir sniegusi nepatiesu informāciju par produktu un nepatiesu informāciju par minētā produkta sastāvu
- Reklāmā ir noklusēta būtiska informācija, kas vidusmēra patērētājam ir nepieciešama, lai pieņemtu uz informāciju balstītu lēmumu
- Reklamēts ārstniecības pakalpojums, kura sniegšana saskaņā ar normatīvajiem aktiem nav paredzēta

Kreditēšanas pakalpojums

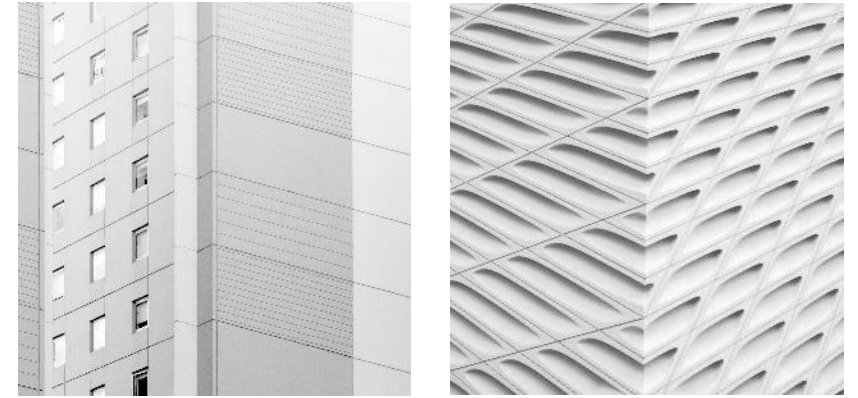
- Reklāma veicina bezatbildīgu aizņemšanos, jo tā aicina patērētāju saņemt kredītu nepārdomāti vai neizvērtējot tā nepieciešamību
- Maldinoša noklusēšana, kuras [informācijas] nesniegšanas rezultātā vidusmēra patērētājs pieņēma vai varēja pieņemt tādus lēmumus saistībā ar kreditēšanas darījumiem, kādus citādi nebūtu pieņēmis.
- Reklāma rada šķietamu iespaidu, ka pakalpojums ir bez maksas
- Persona īstenotajā komercpraksē nav izmantojusi vispār vai nav izmantojusi atbilstošas norādes vai tēmturus, kas skaidri, uzskatāmi un nepārprotami patērētājiem sniegtu informāciju par tās apmaksātu saturu



Reklāma/ paziņojumi par burves, gaišreģes pakalpojumiem

- Reklāmā sniegti nepareizi paziņojumi (apgalvojumi), sabiedrībai kopumā un personai atsevišķi tiek sniegts maldinošs priekšstats par iespējām (piemēram, gūt finanšu līdzekļus vai citas mantiskas vērtības; laimēt loterijās, izlozēs vai azartspēlēs)

- Maldināšana reklāmā ir izteikta nozarēs ar saspringtu konkurenci.
- Par maldinošu tiek atzīta informācija, kas noteikta ar normatīvo regulējumu (dziedniecības un ezotērikas gadījumi)
- PTAC lēmumi tver maldināšanu kā nekorektu vai neprecīzu informāciju; neskata manipulāciju ar informāciju (piemēram, zaļmaldināšanu)



Secinājumi

Paldies!

 Marita Zitmane

 maritaz@edu.lu.lv

