

2024. GADA SABIEDRISKĀ PASŪTĪJUMA ATSKAITE

Rīga, 2025

LATVIJAS TELEVĪZIJA

Saturs

1. Sabiedriskā elektroniskā plašsaziņas līdzekļa uzdevumi un tā darbības izmaiņas pārskata periodā	4
1.1. Satura kvalitātes stiprināšana.....	5
1.2. Digitālā satura attīstība.....	6
1.3. Ziņu, informatīvi analītiskā un pētnieciskā satura kapacitāte un kvalitāte	7
1.4. Redakcionālā atbildība	7
1.5. Saturs bērniem, pusaudžiem un jauniešiem.....	7
1.6. Žurnālistu profesionālās darbības pilnveide	8
1.7. Kritiskās infrastruktūras stiprināšana.....	9
2. Galvenie LTV programmu un pakalpojumu izplatīšanas veidi.....	10
2.1. Informācija par programmu apraidi	10
3. LTV sasniegtās auditorijas.....	15
3.1. LTV sasniegtās auditorijas lineārajā apraidē	15
3.2. Sasniegtā auditorija digitālajā vidē	23
3.3. Satura pieejamība personām ar invaliditāti	36
3.4. Jaunas auditorijas sasniegšanas plāna izpildes novērtējums.....	39
4. Sabiedriskā labuma mērķi un uzdevumi.....	41
4.1. Sabiedrība.....	42
4.2. Demokrātija	42
4.3. Kultūra	42
4.4. Zināšanas.....	42
4.5. Radošums	43
4.6. Caurviju rādītāji – sasniedzamība, kvalitāte, ietekme	43
5. Sabiedriskā pasūtījuma gada plāna uzdevumi.....	47
5.1. Sabiedrība.....	47
5.2. Demokrātija	53
5.3. Kultūra	56
5.4. Zināšanas.....	59
5.5. Radošums	61
5.6. Sadarbība.....	62
5.7. Integrētā satura uzskaitē	63
6. INFORMĀCIJA PAR BUDŽETU.....	65
6.1. LTV finanšu mērķi	66
6.2. LTV finanšu rādītāji	67
7. INFORMĀCIJA PAR IEGULDĪJUMIEM KRITISKĀS INFRASTRUKTŪRAS STIPRINĀŠANĀ UN TEHNOLOĢISKĀS KAPACITĀTES ATTĪSTĪBĀ	69

8. INFORMĀCIJA PAR NĀKAMO PERIODU	69
--	-----------

Ievads

Valsts SIA “Latvijas Televīzija” (turpmāk – LTV) sabiedriskā pasūtījuma atskaite 2024. gadam izstrādāta, balstoties uz “Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu sabiedriskā pasūtījuma vadlīnijām 2023.–2025. gadam un uzdevumiem 2024. gadam” un “Sabiedriskā pasūtījuma izstrādes, uzskaites un izpildes uzraudzības kārtības nolikumu”, ko ir apstiprinājusi Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu padome (turpmāk – Padome).

Saskaņā ar Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu un to pārvaldības likuma (SEPLPL) 9. pantu sabiedriskais pasūtījums ir sabiedrības demokrātiskajām, sociālajām un kultūras vajadzībām un interesēm atbilstošs plašs un daudzveidīgs informatīva, analītiska, izglītojoša, izklaidējoša, iesaistoša un kultūras satura un pakalpojumu kopums. Tas aptver visas sabiedriskā elektroniskā plašsaziņas līdzekļa darbības satura veidošanā, pārvaldībā, izplatīšanā, pieejamības nodrošināšanā, arhivēšanā, kā arī tehnoloģiju nodrošināšanā un infrastruktūras uzturēšanā.

2024. gads iezīmējās ar gatavošanos sabiedrisko mediju apvienošanai, kur LTV atbilstoši atbildībai veica sagatavošanās darbus veiksmīgai šī procesa norisei. LTV darbinieki aktīvi piedalījās dažādās SEPLP organizētajās darba grupās. LTV valde sagatavoja priekšlikumus un veica organizatoriskus un finanšu un resursu plānošanas pasākumus, kas nepieciešami sabiedrisko mediju apvienošanās kontekstā.

Būtisks darbs tika veikts, nodrošinot darbības nepārtrauktību, kā arī kritiskās infrastruktūras un informācijas sistēmu atbilstību drošības prasībām.

Turpinot sabiedriskā medija uzdevumu veidot saturu mazākumtautību valodās, 2024. gadā tika paplašināts valodu aptvērums mazākumtautību portālā LSM+, uzsākot veidot un publicēt saturu ukraiņu, baltkrievu un poļu valodās, vienlaikus pilnveidojot arī lietotāja pieredzi. Būtiski, ka mazākumtautību portālam tika mainīts zīmols un nosaukums – no Rus.lsm uz LSM+, kas precīzāk un plašāk iezīmē konceptu par saturu vairākās mazākumtautību valodās un dod iespēju norobežoties no saistības ar agresorvalsts nosaukumu.

Saskaņā ar LTV attīstības plānā definētajām aktivitātēm tika realizētas vairākas oriģinālā satura daudzveidības un kapacitātes iniciatīvas – paplašināts bērnu un jauniešu satura klāsts digitālajās platformās. Tika izsludināts konkurss nacionālā seriāla izveidei un realizēts kvalitatīvas izklaides projekts “Pārdziedi mani!”. Tā auditorijas rādītāji un atgriezeniskā saite publiskajā vidē apliecina, ka ar atbildību veidots izklaidējošs saturs ir ne tikai medija ilgtspējas jautājums, bet arī efektīvs veids kā sabiedrību izglītēt un sniegt būtisku artavu nacionālās identitātes, kultūras un daudzveidības stiprināšanā.

1. SABIEDRISKĀ ELEKTRONISKĀ PLAŠSAZIŅAS LĪDZEKĻA UZDEVUMI UN TĀ DARBĪBAS IZMAIŅAS PĀRSKATA PERIODĀ

2024. gadā LTV satura attīstības galvenās stratēģiskās prioritātes palika nemainīgas - turpināt veidot un izplatīt augstas kvalitātes saturu lineārajos un digitālajos kanālos, kā arī nodrošināt savu klātbūtni un satura pieejamību trešo pušu platformās jeb sociālajos medijos. SEPLP noteiktās 2024. gada prioritātes bija:

- Satura kvalitātes stiprināšana, tādējādi nodrošinot sabiedriskā labuma visaptverošā izvērtējuma ieteikumu ieviešanu.
- Digitālā satura attīstība un digitālā satura ražošanas kapacitātes stiprināšana, palielinot digitālā satura budžetu un palielinot kopējo auditoriju.
- LSM.lv kapacitātes stiprināšana, nodrošinot jauna multimediāla satura izveidi un LSM.lv auditorijas pieaugumu.
- REplay.lv platformas attīstības turpināšana un sasniegtās auditorijas pieauguma nodrošināšana.

- Ziņu, informatīvi analītiskā un pētnieciskā satura kapacitātes un kvalitātes stiprināšana.
- Redakcionālās atbildības un pārvaldības stiprināšana, nodrošinot ciešāku struktūrvienību sadarbību un resursu koncentrēšanu.
- Bērniem, pusaudžiem un jauniešiem veidotā satura attīstība un tā pieejamības nodrošināšana, veicinot sasniegtās auditorijas pieaugumu.
- Žurnālistu profesionālās darbības pilnveidošana, nodrošinot specializāciju, kā prioritāti nosakot tematisko satura projektu attīstību. (Sk. 4. Informācija par sabiedriskā labuma rezultātiem un satura kvalitātes vadību).
- Kritiskās infrastruktūras stiprināšana, ņemot vērā drošības situācijas izmaiņas reģionā, koncentrējoties uz LTV tehnoloģiskās kapacitātes stiprināšanu.

1.1. Satura kvalitātes stiprināšana

Prioritāte: Satura kvalitātes stiprināšana, tādējādi nodrošinot sabiedriskā labuma visaptverošā izvērtējuma ieteikumu ieviešanu.

LTV strādāja pie sabiedriskā labuma visaptverošā izvērtējuma ieteikumu ieviešanas. LTV ievēroja rekomendāciju veicināt digitālā satura attīstību, kas ļauj labāk uzrunāt auditorijas grupas, ko sabiedriskie mediji ar grūtībām sasniedz lineārajā apraidē, – jauniešus un pilsētniekus. Tika attīstītas LTV digitālās platformas – LSM un REplay.lv –, kā arī konsekventi realizēta darbība sociālās tīklošanās vietnēs, sasniedzot atzīstamus rezultātus.

LTV ņēma vērā rekomendāciju saturā atspoguļot politiskās pozīcijas un opozīcijas balsis, kā arī ieteikumus dažādām sabiedrības grupām nodrošināt atbilstošu īpatsvaru. Īpaši svarīgi tas bija Eiropas Parlamenta vēlēšanu periodā, kad rūpīgi tika uzskaitīts dažādu politiku atspoguļojums LTV saturā.

LTV ņēma vērā rekomendāciju sabiedriskajā medijā nodrošināt balsi dažādām mazākumtautībām, kas tika darīts, gan informējot par dažādu kopienu aktivitātēm, gan radot saturu mazākumtautību valodās. LSM+ izveidotas atsevišķas sadaļas un adreses ne tikai angļu un krievu, bet arī saturam ukraiņu, baltkrievu, poļu valodās.

LTV pastāvīgi kā vienu no prioritātēm saglabā analītiskās kapacitātes stiprināšanu. Tāpat pētījuma rezultāti liecināja par nepieciešamību konsekventāk virzīties uz tematisko specializāciju, kas tika īstenots.

Spilgtākais piemērs savas darbakārtības noteikšanai un konstruktīvās žurnālistikas realizācijai bija projekts “Neklusē!”, kur iesaistījās visas redakcijas, ne tikai ziņojot, pētot un informējot, bet arī rosinot un panākot konkrētus risinājumus, lai veicinātu drošību mācību vidē.

LTV sekoja arī rekomendācijai skaidrot savu darbu – tika realizēta raidierakstu sērija “Parunāsim!”. LSM.lv digitālajā vidē tika skaidroti pieņemtie redakcionālie lēmumi un izvēles. LTV aktīvi sadarbojās ar sabiedrisko mediju ombudu, skaidrojot dažādas redakcionālās izvēles, kā arī proaktīvi izvērtēja saturu un redakcionālus lēmumus LTV redaklējīgā.

Sekojojot rekomendācijai veicināt kultūras satura kvalitāti, vairākkārt tika izvērtētas “Kultūras ziņas” un sniegtas rekomendācijas satura pilnveidei. Notika raidījuma “Kultūršoks” un cita kultūras satura izvērtēšana, rekomendāciju izstrāde un ieviešanas kontrole. Rekomendācija nodalīt izklaidi no kultūras ir diskutējama, jo robežas nereti nav nošķiramas. LTV apzinās, ka kultūras saturs jāpiedāvā plašam skatītāju un lietotāju lokam, līdz ar to līdzās nopietnam kultūras saturam ir vieta arī izklaidei. Vienlaikus LTV ir plašs nopietna kultūras satura klāsts.

Analītiskās un pētnieciskās žurnālistikas attīstība ir pastāvīga LTV prioritāte – tā tiek veicināta ne tikai sabiedriski politiskajā, bet arī sporta un kultūras saturā.

Iespēju robežās tika palielināts izglītojošais un zinātnes saturs – gan ziņu raidījumos, gan jauniešu saturā, gan neatkarīgo producentu veidotajos raidījumos, gan dokumentālajās filmās. Tika izstrādāta koncepcija jaunam raidījumam “Slazds”, kas ēterā tika plānots 2025. gadā.

1.2. Digitālā satura attīstība

Prioritāte: Digitālā satura attīstība un digitālā satura ražošanas kapacitātes stiprināšana, palielinot digitālā satura budžetu un audzējot kopējo auditoriju; LSM.lv kapacitātes stiprināšana, nodrošinot jauna multimedijālā satura izveidi un LSM.lv un auditorijas pieaugumu. LTV Nodrošināt REplay.lv kā pakalpojuma pēc pieprasījuma platformas attīstību, palielinot sasniegto auditoriju.

2024. gadā REplay.lv platformas attīstība tika turpināta, īpašu uzmanību pievēršot lietotāja pieredzes uzlabošanai un vietnes stabilitātei. No 2024. gada sākuma, pārveidojot LTV mājaslapu par korporatīvo lapu, viss LTV video saturs pieejams tikai REplay.lv. Tas ievērojami veicināja platformas apmeklētību. REplay.lv komanda gada sākumā tika paplašināta, nodrošinot vienmērīgāku slodzes sadali, bet rudenī veiktas strukturālas izmaiņas, izveidojot REplay.lv satura redakciju LTV Programmu daļā. Šīs pārmaiņas stiprina centralizētu satura plānošanu gan pašu veidotajam, gan iepirktajam saturam.

Pabeigta portāla pārbūve, būtiskākais lietotāja pieredzes uzlabojums ir oktobrī pabeigtā audio un video satura nošķiršana, izveidojot patstāvīgas sadaļas “Skaties” un “Klausies”, kurās attiecīgi pieejams viss video un audio saturs. Uzlabots vietnes dizains, skaidri definēti izvietojamo attēlu veidošanas un atlases principi, lai nodrošinātu kvalitatīvāku un pārskatāmāku platformas vizuālo noformējumu.

Sasniegtās auditorijas pieaugums tika nodrošināts, visu LTV video saturu pārstājot izvietot ltv.lsm.lv lapā, kas pārveidota par korporatīvo mājaslapu. Vidējo nedēļā sasniegto auditoriju tā izdevies kāpināt no 48,2 tūkstošiem lietotāju 2023. gadā līdz 86,5 tūkstošiem lietotāju 2024. gadā. Vidējā nedēļā sasniegtā auditorija procentuāli (pret visiem interneta lietotājiem Latvijā) augusi no 3,21 % 2023. gadā līdz 5,74 % 2024. gadā, un tas joprojām kopumā vērtējams kā zems rādītājs. Vidēji dienā platformā pavadītais laiks apmeklētājam pieaudzis no 43 minūtēm 2023. gadā līdz 55 minūtēm 2024. gadā, gadu pret gadu kāpinot rādītāju par 27 %.

2024. gada nogalē sākts darbs pie sistemātiskas filmu un seriālu plānošanas tikai REplay.lv platformā (saturam ar FVOD tiesībām, kas nav atkarīgas no filmu un seriālu izrādīšanas lineārajos kanālos). Sākts arī darbs pie metadatu integrācijas platformā, kas nodrošina gan pārredzamu papildu informāciju lietotājam, gan precīzāku datu ieguvu par platformā publicēto saturu.

2024. gadā netika īstenota VOD aplikācijas izstrāde viedierīcēm un *Smart TV*. 2024. gada budžetā tika paredzēti līdzekļi aplikāciju izstrādātāja amatam, tika izsludināts konkurss uz šo amata vietu, taču tas beidzās bez rezultātiem, jo kandidātu pieredze un prasmes neatbilda nepieciešamajām prasībām. Pēc neveiksmīgā konkursa 2024. gada maijā tika izsludināta cenu aptauja “Programmatūras izstrādes un ieviešanas projekta kvalitātes kontroles un atbalsta pakalpojumi atbilstoši ūdenskrituma vai iteratīvajai metodikai” EIS sistēmā. Prognozētā pakalpojuma cena bija 9999,99 EUR. Bija interese no vairākiem kandidātiem, tomēr detalizētāk izvērtējot nepieciešamo izstrādes darbu apjomu, tika saņemts tikai viens piedāvājums, kas neatbilda prasībām.

Pēc šī procesa tika izstrādāts detalizētāks iepirkums “Biznesa prasību, iepirkuma tehniskās specifikācijas sagatavošana un projekta uzraudzība Smart TV aplikāciju izstrādāšanai” ar prognozēto iepirkuma summu 25 000 EUR un izsludināts 2. septembrī. Tika saņemts viens piedāvājums par 35 000 EUR, summai par 40 % pārsniedzot budžetā plānoto.

Iepirkumu komisija, pamatojoties uz Publisko iepirkumu likuma 9. panta 131. punktu, pieņēma lēmumu pārtraukt iepirkuma procedūru, bet iepriekšējā valde, zinot, ka darbu neturpinās, pieņēma lēmumu neizsludināt jaunu iepirkumu.

2024. gadā REplay.lv mārketinga aktivitātes bija minimālas, platforma tika minēta lineāro kanālu pašreklāmās. Sociālo mediju kontos tika regulāri publicēta informācija par platformā pieejamo saturu.

Portāla LSM.lv un visu digitālo platformu vidējais mēneša apmeklējums kopumā salīdzinājumā pret 2023. gadu samazinājās. Samazinājumu var skaidrot ar kopējām tendencēm tirgū, jo lielākajai daļai portālu arī samazinās apmeklētāju (*real users*) skaits.

Tāpat 2024. gadā izpalika apmeklējuma pieaugums, ko gadu iepriekš deva Dziesmu un deju svētki. Būtiski apmeklējumu ietekmēja arī sociālo tīklu algoritmu maiņa, kā rezultātā samazinājās apmeklējums no tām. LSM+ (bij. Rus.lsm.lv) gadījumā jāpiemin, ka tā apmeklējumu būtiski ietekmēja arī lietotāju plūsmas no Google samazinājums.

Apmeklējuma veicināšanai tika izmantotas gan zīmola, gan konkrētu materiālu popularizēšanas kampaņas. Veikta SEO optimizācija, lai atgūtu lietotāju plūsmu no *Google*.

Iespēju robežās tika īstenoti multimedijāli projekti. Kā lielākais jāmin Eiroparlamenta vēlēšanu projekts, kas pirmo reizi bija pieejams trijās valodās, turklāt ar divām "Šķirotavām" – partiju un kandidātu. Paplašinot portāla multimedijālā satura klāstu, uzsāka LSM.lv raidierakstu veidošana.

Turpmāka LSM.lv attīstība plānota 2025. gadā.

1.3. Ziņu, informatīvi analītiskā un pētnieciskā satura kapacitāte un kvalitāte

Prioritāte: Ziņu, informatīvi analītiskā un pētnieciskā satura kapacitātes un kvalitātes stiprināšana.

Tika strādāts pie ziņu, informatīvi analītiskā un pētnieciskā satura kapacitātes un kvalitātes stiprināšanas. Tika stiprināta datu analītika, kā arī profesionāli pilnveidoti jaunie korespondenti un nodrošinātas dažāda veida mācības. Tika analizēti ziņu raidījumi un izveidota Ziņu dienesta korespondenta rokasgrāmata.

Ļoti plaši – gan informatīvi, gan analītiski – tika atspoguļotas Eiropas Parlamenta vēlēšanas, kā arī nozīmīgi iekšpolitikas un ārpolitikas notikumi. Plašu informatīvo, pētniecisko un konstruktīvās žurnālistikas saturu nodrošināja starpredakciju projekts "Neklusē!". Tas bija piemērs ciešai struktūrvienību sadarbībai, realizējot projektu gandrīz visa gada garumā. Satura veidošanā redakcijas aizvien ciešāk sadarbojas lielajos satura projektos, arī starp lineārajām un digitālajām platformām.

1.4. Redakcionālā atbildība

Prioritāte: Redakcionālās atbildības un pārvaldības stiprināšana, nodrošinot ciešāku struktūrvienību sadarbību un resursu koncentrēšanu.

Turpinājās virzība uz struktūrvienību ciešāku sadarbību. Visos lielākajos satura projektos notika dažādu redakciju kopīga plānošana un sadarbība projektu realizācijā. Stiprinājās sadarbība starp digitālajām un lineārajām platformām. Kā dažus no projektiem, kas īstenoti starpredakcionālā sadarbībā, var minēt projektu "Neklusē!", labdarības akcijas "Dod pieci!" pavadošo saturu, Starptautiskā Eirovīzijas dziesmu konkursa atspoguļojumu. Plašāk par saturu, kas veidots sadarbojoties dažādām redakcijām – atskaites 6. nodaļas apakšnodaļā "Sadarbība".

1.5. Saturs bērniem, pusaudžiem un jauniešiem

Prioritāte: Satura bērniem, pusaudžiem un jauniešiem attīstīšana dažādās platformās, palielinot mērķauditorijas sasniedzamību

Turpinājās bērnu un jauniešu satura attīstība, izveidojot atsevišķu Bērnu un jauniešu satura redakciju, lai mērķtiecīgāk un plānveidīgāk attīstītu saturu jaunākajām auditorijām. Tika realizēti specifiski projekti digitālajā vidē attiecīgajai platformai atbilstošā formātā un vizualizācijā. Starp mērķauditorijai pievilcīgākajiem

formātiem minams +AUDZIS *YouTube* kontā publicētais animētais seriāls “Animācijas” un 16+ platformās pieejamais šovs “Blefs”, kas vieglā un izklaidējošā formātā runā par dažādiem jauniešiem aktuāliem tematiem – fizisko un mentālo veselību, medijpratību, finanšu pratību; kā arī pusaudžu auditorijai veidotā erudīcijas spēle “Reāli?” ar sabiedrībā pazīstamu cilvēku piedalīšanos un pašu jauniešu iesaisti satura veidošanā

Kopumā +AUDZIS sociālo mediju *YouTube* un *TikTok* kontos 2024. gadā publicēta 281 satura vienība (+71,5 % pret 2023.gadu). Zīmola *Youtube* konta sekotāju skaits palielinājies par 365 %, sasniedzot 3350 regulāros lietotājus, bet *TikTok* konta sekotāju skaits audzis par 22 %, 2024. gada nogalē sasniedzot 16,36 tūkst. Savukārt 16+ *YouTube*, *TikTok* un *Instagram* publicētā satura apjoms palielinājies par 37,5 %, līdz 356 satura vienībām gadā. 16+ *YouTube* konta abonentu skaits 2024. gada beigās sasniedza 16,04 tūkst. (+5,6 % pret 2023. gadu), *TikTok* platformā – 15,51 tūkst. (+9 % pret 2023. gadu), bet *Instagram* platformā – 2,75 tūkst. (+2.2 % pret 2023. gadu).

1.6. Žurnālistu profesionālās darbības pilnveide

Prioritāte: Žurnālistu profesionālās darbības pilnveidošana, nodrošinot specializāciju un par prioritāti nosakot tematisko (ekonomika un bizness, zinātne un tehnoloģijas, kultūras analītika u. c.) satura projektu attīstību.

Tika pārskatīta un apstiprināta žurnālistu tematiskā specializācija, tā veicinot to profesionālās kvalitātes un zināšanas konkrētās satura jomās. Stiprinot satura kvalitāti un padziļinātu konkrētu jomu izpēti, Ziņu dienesta žurnālistiem tika definētas tematiskās specializācijas. Tās aptver plašu tematisko spektru un jomas, kas būtiskas Latvijas ekonomiskajai attīstībai – uzņēmējdarbība, investīciju vide, lielie būvniecības projekti (piemēram, “Rail Baltica”), reģionālā attīstība un pašvaldības – atsevišķi nodalot Rīgas domi; kā arī ar sabiedrības labklājību un drošību saistītie temati, piemēram, izglītība, veselības aprūpe, sociālie jautājumi (tai skaitā, pabalsti, pensijas) drošība (gan iekšējā, gan ārējā), satiksmes drošība, tieslietas – ieskaitot dažādas tiesvedības; kā arī tehnoloģijas, zinātne, kultūru un tehnoloģijas. Žurnālistiem uzdots padziļināti izprast konkrētas jomas, veidojot plašu un uzticamu kontaktu loku, kā arī atpazīt un pārbaudīt informācijas avotu ticamību.

1.7. Kritiskās infrastruktūras stiprināšana

Prioritāte: Kritiskās infrastruktūras stiprināšana, ņemot vērā drošības situācijas izmaiņas reģionā. LTV tehnoloģiskās kapacitātes stiprināšana

Turpināts darbs pie darbības nepārtrauktības, kritiskās infrastruktūras un IT sistēmu drošības nodrošināšanas. 2024. gada nogalē ir piegādāta, uzstādīta MAM sistēmas tehnoloģiskā daļa. 2025. gadā turpinās sistēmas ieviešana ražošanā.

Gada nogalē ir piegādāts un uzstādīts vienotās režijas 2. kārtas tehnoloģiskais risinājums, kas dos iespēju 2025. gada sākumā to nodot ražošanā. Tā ietvarā ir atjaunots LTV Aparātu centrāles centrālais video komutators.

2024. gada oktobrī ir pabeigts divu PTS piegādes iepirkums, ir noslēgts līgums un sākušies projektēšanas darbi. Noslēgts līgums un sāka līguma izpilde 8 kameru LTV PTS un 14 kameru PTS iegādei.

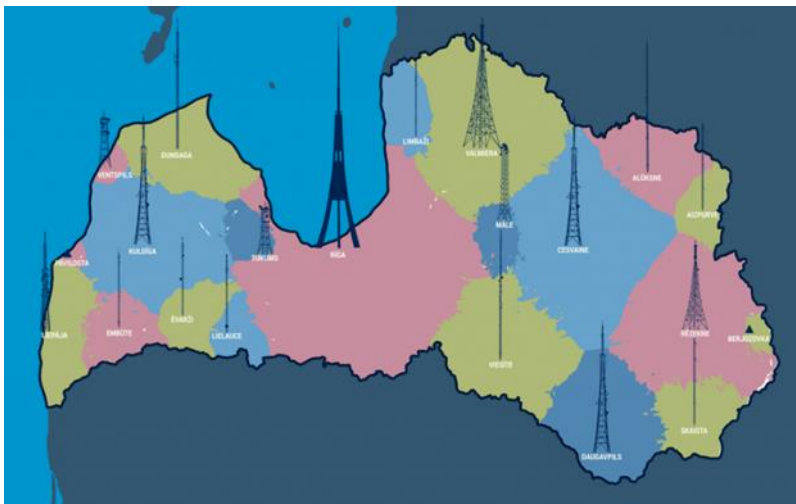
Realizēti apakšstacijas un dīzeļģeneratora iegādes projekti.

Sagatavots ziņojums par ieguldījumiem kritiskās infrastruktūras kapacitātes stiprināšanai 2025. un 2026. gadā.

2. GALVENIE LTV PROGRAMMU UN PAKALPOJUMU IZPLATĪŠANAS VEIDI

2.1. Informācija par programmu apraidi

LTV pieejamība bezmaksas apraides tīkla pārklājumā ir nodrošināta 99,77 % no Latvijas teritorijas, kas aptver 99,87 % valsts iedzīvotāju.¹



LTV kanālu un platformu portfelis aptver plašu auditoriju vecuma grupā 4+, sasniedzot tās ar lineārajiem TV kanāliem, multimediju platformām un sociālajiem medijiem.

2.1.1. LTV lineārās televīzijas kanāli un auditorijas

	LTV1	LTV7
Auditorija	4+	35–65
Valoda	Latviešu	Latviešu, svešvalodas

2.1.2. LTV multimediju platformas un auditorijas

	Visiem LTV	LSM.lv	LSM+	REplay.lv	LSM Bērnistaba	+AUDZIS	16+
Auditorija	20+	25+	25–65	4+	4–6	9–14	14–25
Valoda	LV	LV, ENG	Mazākumtautību un angļu	Latviešu, mazākumtautību	LV	LV	LV

2.1.3. LTV lineāro televīzijas kanālu apraksts

	LTV1	LTV7
Auditorija	4+	35–65+
Vecuma fokuss	35–64	35–44; 45–65+

¹ Avoti: <https://www.lVRTC.lv/pakalpojumi/raidorganizacijam/tv-apraide/bezmaksas-apraide/>; <https://www.lVRTC.lv/pakalpojumi/raidorganizacijam/tv-apraide/bezmaksas-apraide/bezmaksas-programmu-apraides-zonas/>

Pozicionējums	Plaša satura kanāls visai ģimenei	Dzīvesstila un sporta kanāls
Apraides platformas	Visas (virszemes TV, IPTV, kabeļi, WEBTV)	Visas (virszemes TV, IPTV, kabeļi, WEBTV)
Satura mērķis	Informēta, integrēta, ar nacionālajām vērtībām bagāta un vienota sabiedrība. Saturš ceļ iedzīvotāju pašapziņu un lepnumu par Latvijas valsti, informē, ietekmē procesus, palīdz izglītoties un attīstīties, nodrošina viedokļu daudzveidību.	Inteliģenta, vesela un spējīga sabiedrība.
Zīmola personība	Draudzīgs, ziņošs, taisnīgs, patiess, objektīvs.	Dinamisks, radošs, izaicinošs, draudzīgs, izklaidējošs.
Satura pozicionējums	DZĪVOT LĪDZI LATVIJAI UN PASAULEI!	REDZĒT PLAŠĀK, DOMĀT PLAŠĀK, DZĪVOT PLAŠĀK!
Galvenie satura žanri	Ziņas, analitika, diskusijas, intervijas, kultūras raidījumi, dokumentālās filmas, mākslas filmas un seriāli, kvalitatīva izklaide.	Redzesloku paplašinoši raidījumi – daba, ceļojumi, ekspedīcijas u. c. Sporta pārraides un analitika. Izklaidējoši raidījumi, kas atbilst dažādām interesēm un hobijiem, populāra mūzika. Kvalitatīvas ārvalstu filmas un seriāli.
Oriģinālsaturs vidēji vienā dienā	~ 4 h	~ 2 h
Raidlaiks kalendārā gada ietvaros (365 dienas)	8760 h	8760 h

	VisiemLTV.lv
Auditorija	Latvijas valstspiederīgie.
Vecuma fokuss	20+
Pozicionējums	Lineārās televīzijas satura vietne Latvijas diasporai, kas vēlas skatīties LTV oriģinālsaturu un uzturēt saikni ar Latviju bez ģeogrāfiskiem ierobežojumiem.
Apraides platformas	WEB TV
Satura mērķis	LTV1 un LTV7 oriģinālsatura pieejamība Latvijas valstspiederīgajiem pasaulē.
Zīmola personība	Nacionāls, oriģināls, pieejams.
Satura pozicionējums	*Atbilstošs LTV1 un LTV7 oriģinālsatura pozicionējumam.
Galvenie satura žanri	LTV1 un LTV7 oriģinālsaturs un arhīva materiāli. Ziņu un informatīvi analītiskie raidījumi tiešraidē. Īpašās pārraides tiešraidē.
Oriģinālsaturs vidēji vienā dienā	24/7 100 % LTV1 un LTV7 oriģinālsaturs, arhīvs (ar atbilstošām autortiesībām).
Raidlaiks kalendārajā gadā (365 dienas)	8760

2.1.4. LTV multimediju platformu apraksts

	LSM.lv	REplay.lv	LSM+
Auditorija	25+	4+	25–65
Pozicionējums	Uzticamas ziņas.	LTV un LR raidījumu arhīvs, tiešraides.	Sabiedrisko mediju (LTV, LR, LSM.lv) vienotais ziņu un aktuālās informācijas saturs mazākumtautībām.
Valodas	Latviešu, angļu.	Latviešu un mazākumtautību.	Mazākumtautību un angļu.
Apraides platformas	WEB, sociālie mediji, tiešās saziņas vietnes (mobile).	WEB, sociālie mediji.	WEB TV, sociālie mediji.
Satura mērķis	Kļūt par ietekmīgāko interneta mediju un satura daudzveidības līderi Latvijā.	Palielināt LTV un LR sasniegtās auditorijas internetā.	Informēt, veicināt kritisko domāšanu un piederības izjūtu Latvijai un Eiropas demokrātiskajām vērtībām.
Zīmola personība	Jaunrade, uzticamība, izcilība.	Viss ēters ir te!	Godīgs, atklāts, dzīvespriecīgs, gudrs.
Satura pozicionējums	Uzticams LTV un LR, kā arī oriģinālā informatīvi analītiskā satura avots internetā.	LTV un LR satura arhīvs, LTV un LR tiešraides.	Vieta, kur mazākumtautības ierauga sevi un savu Latviju, satiek citus Latvijai piederīgos un iepazīst Eiropas un pasaules kultūru daudzveidību.
Galvenie satura žanri	Ziņas, analītika, kultūra, sports, dzīvesstils.	LTV1, LTV7 un VisiemLTV.lv raidījumi, LR1, LR2, LR3, LR4, LR5, LR6 raidījumi. Ziņas, dokumentālie raidījumi, sports, izklaide, saturs bērniem, kultūra, filmas, seriāli. Sabiedrisko mediju saturs mazākumtautībām.	Ziņas (t. sk. sporta un laika), video blogi, skaidrojoši video, pētniecība un analītika, reportāžas no Latvijas reģioniem, kultūras procesu analīze, dzīvesstila saturs, diskusijas un intervijas, dokumentālās filmas, multimediju raidījumi no LR multimediju studijas. Kopienas un lietotāju radīts saturs. Tiešraides.
Jaunu satura vienību skaits dienā (2024)	Latviešu valodā ~60. Krievu valodā ~20. Angļu valodā ~10. Kopā līdz 100 ziņu, multimediju informācijas vienībām.	100 % LTV un LR raidījumu arhīvs. ²	~7 digitālā satura vienības dienā.

² LTV un LR atbilstošas autortiesības izplatīt interneta kanālos.

	LSM Bērnistaba	Pusaudžu multimediju platforma +AUDZIS	Jauniešu multimediju platforma 16+
Auditorija, vecuma fokuss	Līdz 6 gadu vecumam.	9–14 gadu veci pusaudži.	Skolēni un studenti vecumā no 14 līdz 19 un 20 līdz 25 gadiem.
Valodas	Latviešu.	Latviešu.	Latviešu.
Pozicionējums	Droša vietne, kas informatīvi izklaidējoša un attīstoša veidā rada piesaisti sabiedriskajiem medijiem un to vērtībām.	Saturs pusaudžiem dažādās formās un žanros, ņemot vērā pusaudžu aktuālās intereses. Iespēja atrast sev būtisko, kas veicina pilnvērtīgu izaugsmi.	Platforma, kurā ir jauniešiem aktuāls saturs: auditorijai svarīgi temati, speciāli veidoti oriģinālseriāli, kā arī iespēja iesaistīties jauniešu veidotajās tiešraidēs.
Apraides platformas	WEB, sociālie mediji.	Sociālie mediji (VOD, live), LTV lineārā apraide, LSM.lv, YouTube, TikTok.	Sociālie mediji (VOD, live), REplay.lv, YouTube, TikTok.
Satura mērķis	Drošā un digitāli attīstītā vidē iesaistīt, izglītēt un izklaidēt pirmsskolas vecuma bērnus.	Veicināt veselīgas, daudzpusīgas, laimīgas un izglītotas auditorijas veidošanos.	Piedāvāt dažādu tematu, žanru un formu, kā arī tiešraides saturu, iesaistot mērķauditoriju.
Zīmola personība	Jauns, ziņkārīgs, aktīvs, priecīgs.	Jauns, ziņkārīgs, aizrautīgs, drosmīgs, empātisks.	Jauns, sociāli aktīvs, oriģināls, neatkarīgs, zinošs, empātisks.
Satura pozicionējums	Droša, radoša un uzticama satura avots.	Izglītojoša, izzinoša, izklaidējoša, droša un uzticama satura avots, kas veicina jaunradi un izpratni par sevi un pasauli.	Izklaidējoša, dinamiska, uzticama, apvārsni paplašina, aizraujoša satura avots, kas ļauj plašāk iepazīt pasauli un atrast savu vietu tajā.
Galvenie satura žanri	Filmas un animācijas, pasakas, spēles, t. sk. mediju lietošanas spēles.	Video, audio, spēles, teksts, foto.	Aktualitātes, personības, dzīvesstils, zināšanas, izklaide, spēles.
Oriģinālstundu (vai satura vienību) skaits dienā (2024)	4 digitālā satura vienības dienā.	Vismaz 10 oriģinālsatura vienības gadā dažādās platformās.	~20 satura vienības gadā dažādās platformās, vismaz 2 pasākumi tiešsaistē.

2.1.5. Sociālo mediju kontu dalījums pēc raidījuma grupām

Raidījumu grupas	Sociālo mediju platformas
Ziņu raidījumi	Facebook, YouTube, Instagram, TikTok, Telegram, Spotify, X, Bluesky
Kultūras raidījumi	Facebook, Instagram, Spotify, X
Bērnu, izglītojošie un zinātnes raidījumi	Facebook, YouTube, Instagram, TikTok
Dokumentālie raidījumi	Facebook, YouTube
Izklaides raidījumi	Facebook, YouTube, Instagram, TikTok, X

Sporta raidījumi	<i>Facebook, YouTube, Instagram, X</i>
------------------	--

3. LTV SASNIEGTĀS AUDITORIJAS

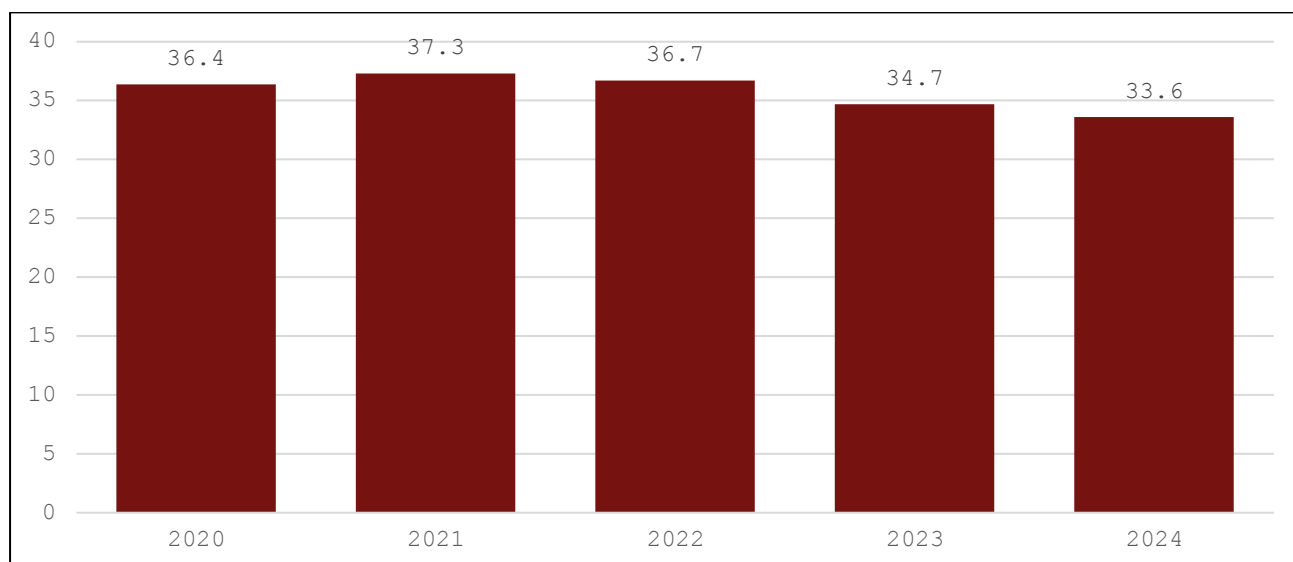
3.1. LTV sasniegtās auditorijas lineārajā apraidē

3.1.1. LTV vidēji nedēļā sasniegtā auditorija

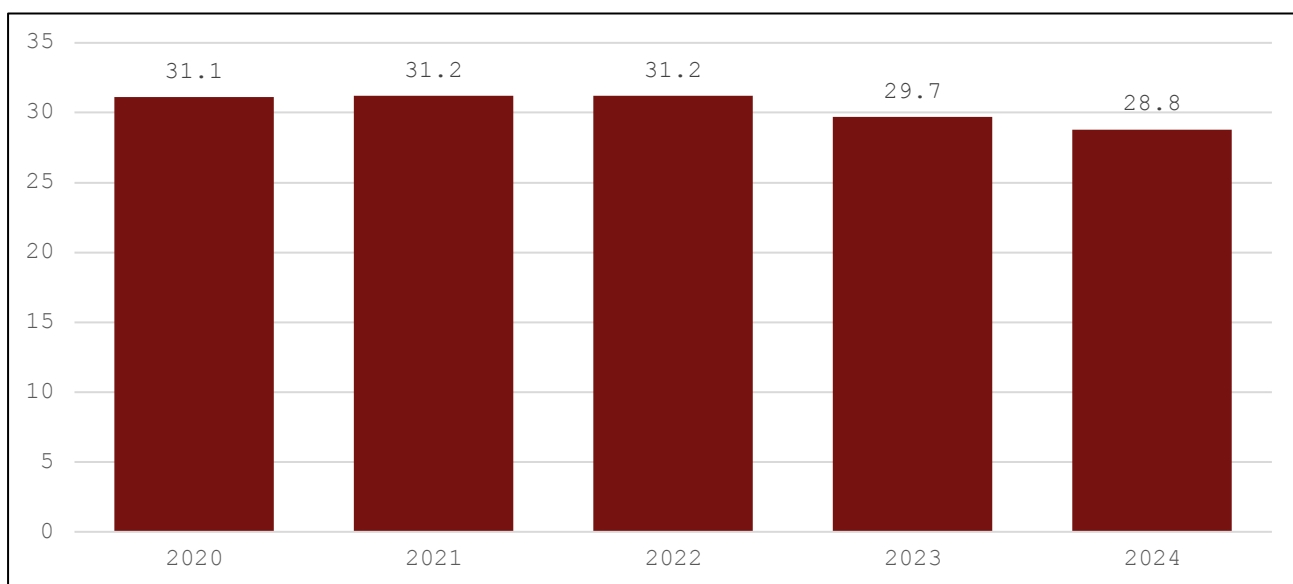
Saskaņā ar mediju auditoriju pētījumu uzņēmuma “Kantar” datiem 2024. gadā turpinājās kopējās TV kanālu auditorijas samazināšanās gan attiecībā uz vidējo skatītāju skaitu (-3,3 % pret 2023. gadu; no 96,2 tūkstošiem uz 93 tūkstošiem), gan vidēji nedēļā sasniegto auditoriju (-2,1 % attiecībā pret 2023. gadu; no 1184,7 tūkstošiem līdz 1159,7 tūkstošiem).

Arī abos LTV kanālos turpinājās gan vidējā skatītāju skaita, gan vidēji nedēļā sasniegtās auditorijas samazināšanās. LTV 2024. gadā vidēji nedēļā sasniedza 589,6 tūkstošus skatītāju, kas ir par 4,6 % mazāk nekā 2023. gadā. Tostarp LTV1 vidēji nedēļā sasniegtā auditorija samazinājās par 4,3 % līdz 506,2 tūkstošiem, bet LTV7 – par 5,8 % līdz 316,2 tūkstošiem. Šie rādītāji iezīmē nelielu auditorijas krituma tempa samazināšanos, jo

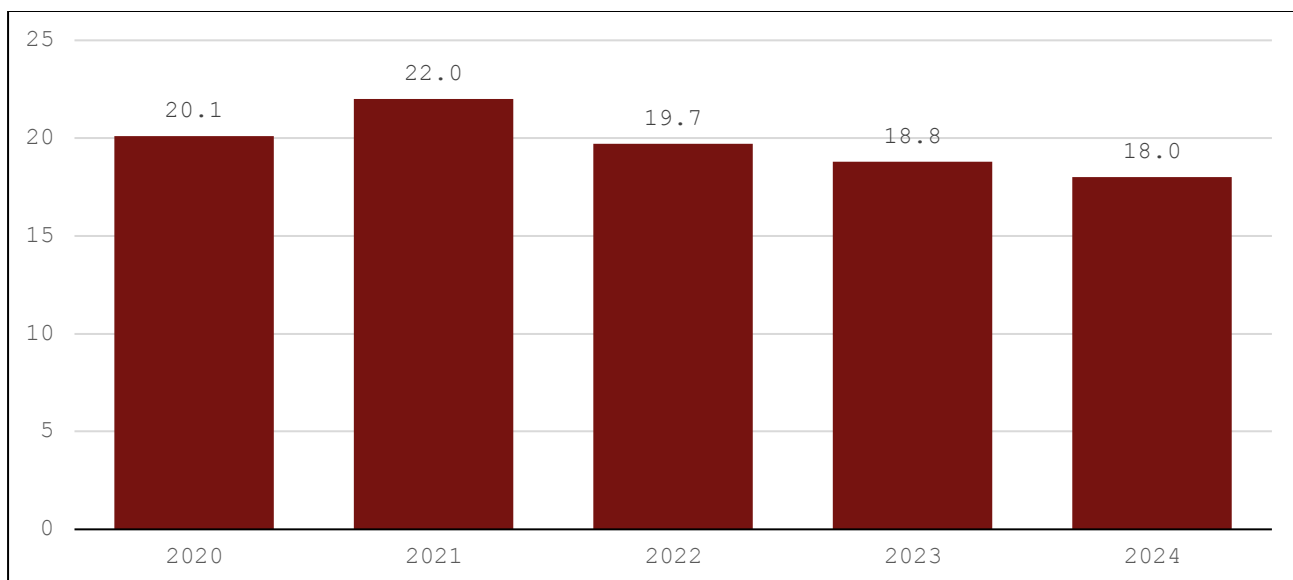
2023. gadā pret 2022. gadu auditorija samazinājās straujāk – attiecīgi par 6,2 % LTV1 un par 6 % LTV7.



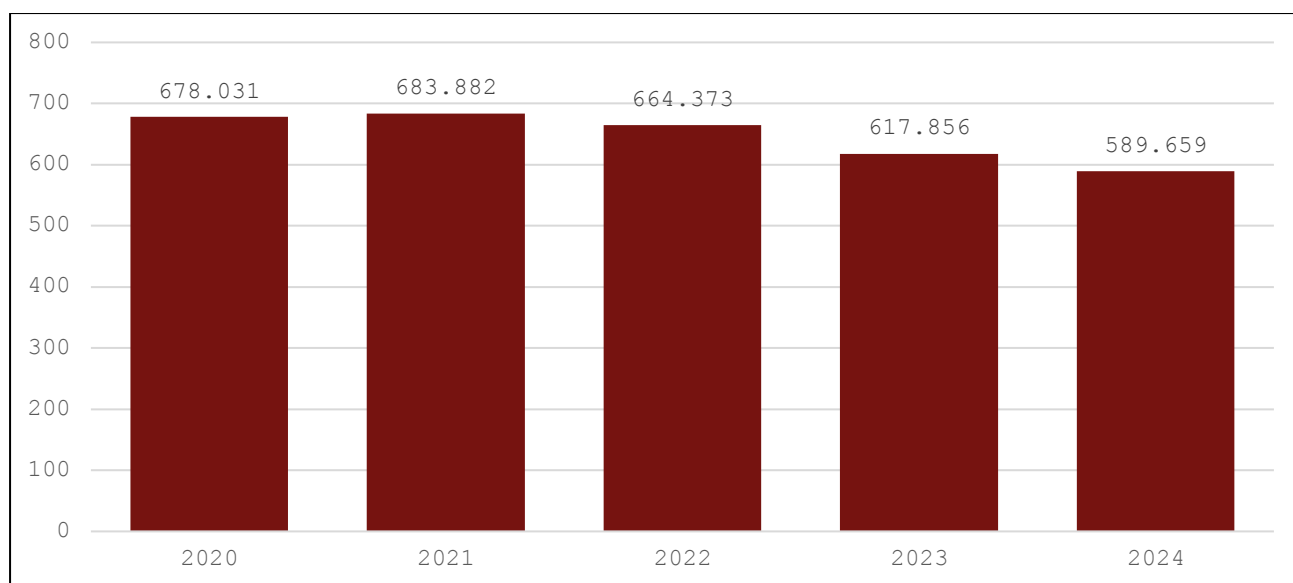
Grafiks nr. 1. LTV vidēji nedēļā sasniegtā auditorija procentos AvWkRch%, 15+min cons., datu avots: Kantar



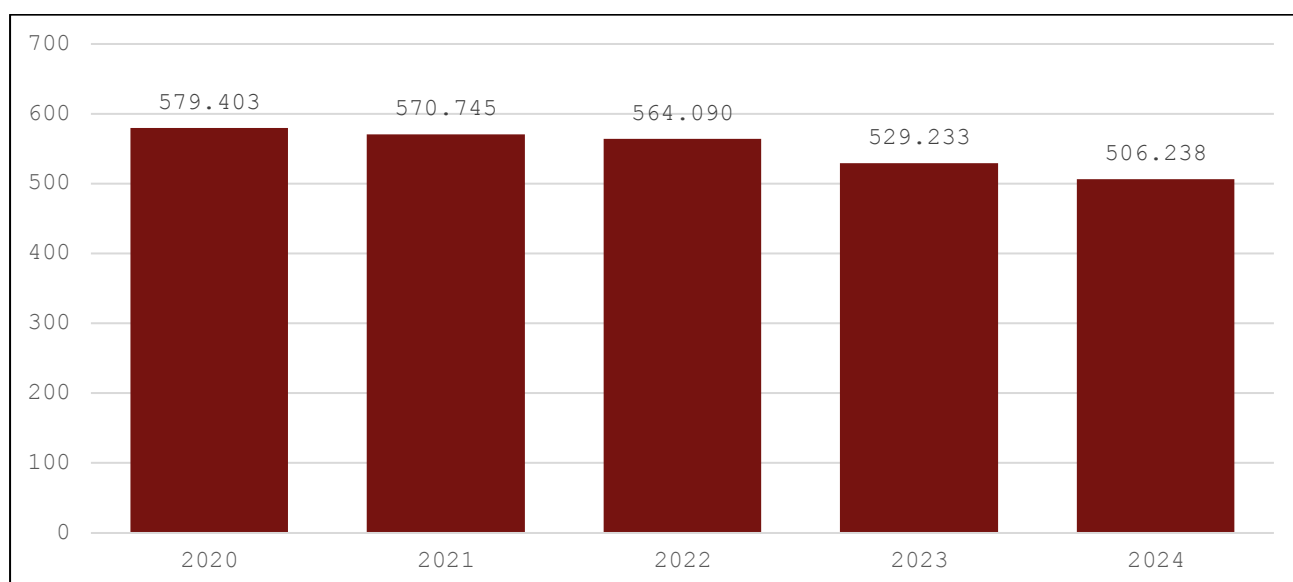
Grafiks nr. 2. LTV1 vidēji nedēļā sasniegtā auditorija procentos AvWkRch%, 15+min cons., datu avots: Kantar



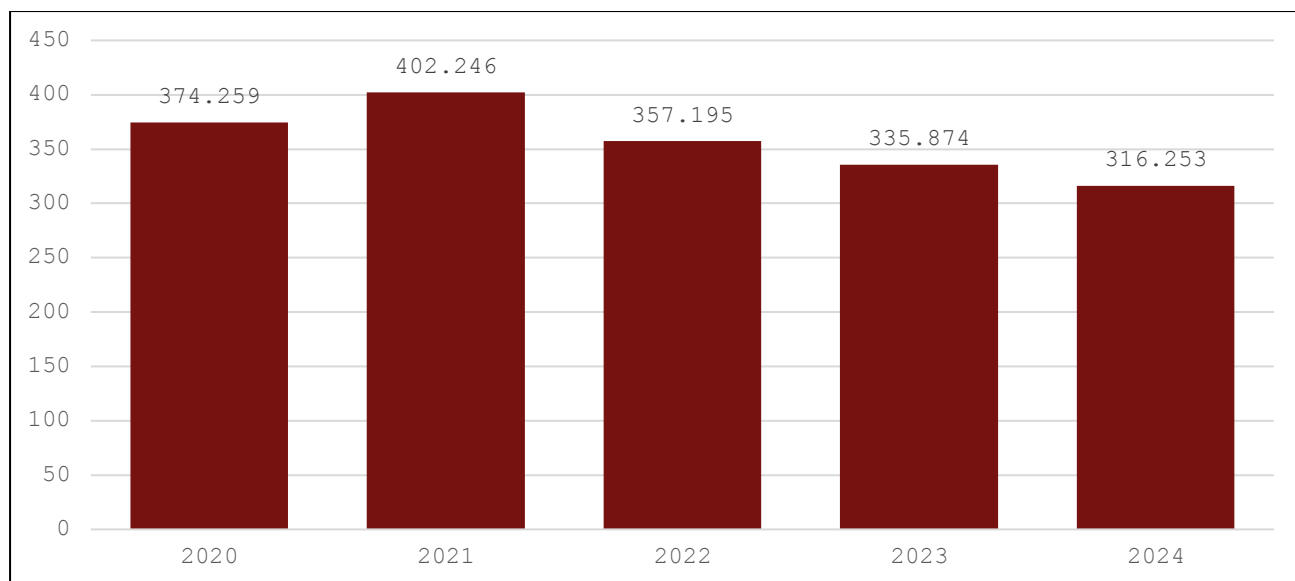
Grafiks nr. 3. LTV7 vidēji nedēļā sasniegtā auditorija procentos AvWkRch%, 15+min cons., datu avots: Kantar



Grafiks nr. 4. LTV vidēji nedēļā sasniegtā auditorija tūkstošos AvWkRch('000), 15+min cons., datu avots: Kantar



Grafiks nr. 5. LTV1 vidēji nedēļā sasniegtā auditorija tūkstošos AvWkRch('000), 15+min cons., datu avots: Kantar



Grafiks nr. 6. LTV7 vidēji nedēļā sasniegtā auditorija tūkstošos AvWkRch ('000), 15+min cons., datu avots: Kantar

3.1.2. LTV vidēji nedēļā sasniegtā auditorija dažādās mērķgrupās

Tirgū turpinās kopējās TV auditorijas novecošanās – vidējais TV skatītāja vecums pieaudzis no 50 gadiem 2020. gadā līdz 52 gadiem 2024. gadā. Lineārajā televīzijā visgrūtāk sasniedzamā auditorija ir bērni un jaunieši; šī auditorijas daļa no gada uz gadu samazinās, pēdējo piecu gadu periodā sarūkot no 6 % līdz 4,6 %.

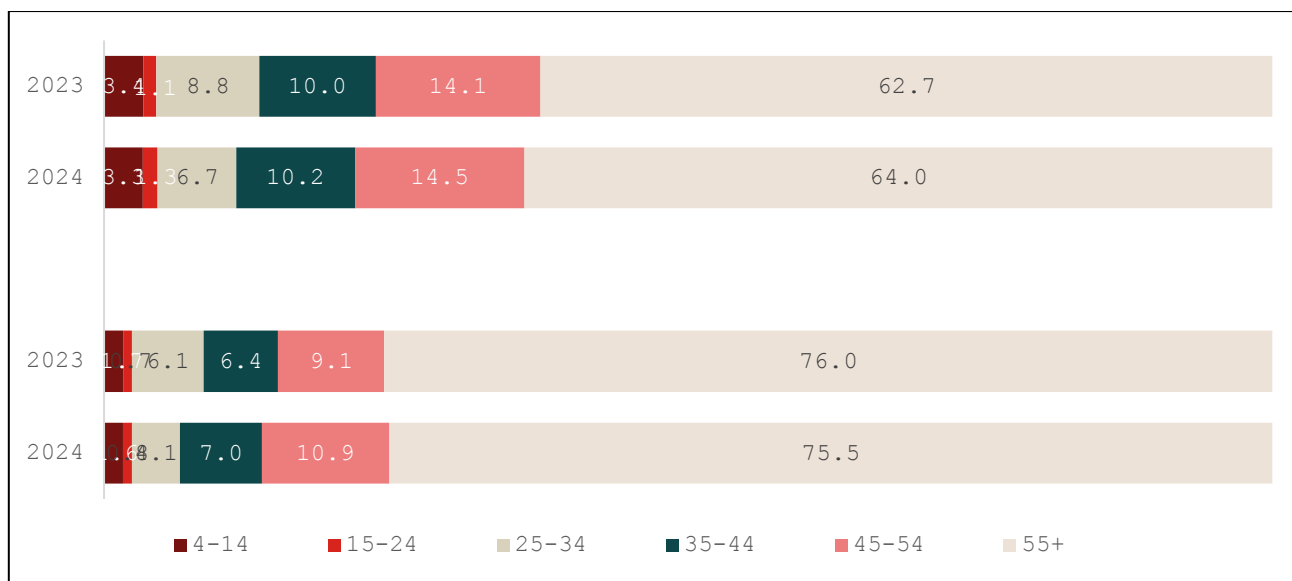
LTV kanālu vidēji nedēļā sasniegtā auditorija vecumā no 15 līdz 24 gadiem 2024. gadā palielinājās par 5,7 % līdz 12,8 tūkstošiem. Plašāko jauniešu auditoriju 2024. gadā izdevies sasniegt TV3 (18,1 tūkstotis skatītāju nedēļā), LTV1 ieņem 2. vietu ar 9 tūkstošiem sasniegtu jauniešu nedēļā, bet LTV7 ierindojās 6. pozīcijā ar vidēji nedēļā sasniegtiem 5,3 tūkstošiem jauniešu.

	visi (vecums 4+)	jaunieši (vecums 15-24)	vecums 25 - 55	latvieši	cita tautība
2020	36,4	10,5	30,5	50,0	16,3
2021	37,3	11,5	32,1	49,7	18,3
2022	36,7	10,4	31,0	49,4	16,9
2023	34,7	7,7	29,6	47,5	14,7
2024	33,6	7,9	29,3	45,1	15,0

	vīrieši	sievietes	pilsētu iedzīvotāji	lauku iedzīvotāji
2020	32,3	40,0	38,3	44,5
2021	33,8	40,4	39,2	44,7
2022	34,1	39,1	35,9	45,7
2023	31,4	37,7	31,7	46,0
2024	30,6	36,2	30,5	44,7

	Rīga	Vidzeme	Kurzeme	Zemgale	Latgale
2020	26,7	49,9	45,6	40,3	20,2
2021	27,6	49,8	45,1	42,9	22,1
2022	27,8	47,5	44,1	41,1	23,6
2023	25,9	43,6	44,0	40,5	20,7
2024	25,8	41,0	41,2	39,1	22,6

Grafiks nr. 7. LTV vidēji nedēļā sasniegtā auditorija procentos dažādās mērķa grupās. AvWkRch%, 15+min cons., datu avots: Kantar



Grafiks nr. 8. LTV auditorijas vecuma struktūra (%). Datu avots: Kantar

Auditorijas sasniedzamība vecumā no 25 līdz 55 gadiem lineārajā vidē 2024. gadā saglabājās relatīvi stabila, vidēji nedēļā uzrunājot 29,3 % mērķa grupas. Pēdējo piecu gadu periodā lineārajā televīzijā sasniegtās 25-55 gadus vecās auditorijas īpatsvars ir samazinājies par 1,2 procentpunktiem, no 30,5 % 2020. gadā, līdz 29,3 % 2024. gadā. Mērķa grupa aizvadītajā gadā veidoja 22% no LTV lietotāju kopuma, kas ir par 9,4 procentpunktiem mazāk, nekā TV auditorijā vidēji.

Lineārās TV skatītāju auditorijā 2024. gadā dominēja sievietes, tām veidojot 60,8 % no kopējās TV auditorijas iepretim 39,2 % vīriešu. Tāda pati dzimumu proporcija bija arī LTV kopējā auditorijā. Tomēr auditorijas dzimuma struktūra pa LTV kanāliem būtiski atšķiras. LTV1 auditoriju veido 35,5 % vīriešu un 64,5 % sievietes, bet LTV7 vīriešu un sievietes auditorijas daļas ir krietni līdzīgākas – 49,3 % un 50,7 %.

Būtiskās atšķirības LTV sasniedzamībā pa reģioniem (Rīga, Latgale) pamatā nosaka atšķirības iedzīvotāju nacionālajā sastāvā. LTV cittautiešus sasniedz proporcionāli daudz mazāk (15 %) nekā latviešus (45,1 %).

	visi (vecums 4+)	jaunieši (vecums 15-24)	vecums 25 - 55	latvieši	cita tautība
2020	678,031	17,992	257,475	556,519	121,512
2021	683,882	18,746	259,452	551,753	132,129
2022	664,373	16,574	247,541	544,750	119,624
2023	617,856	12,152	237,183	515,702	102,155
2024	589,659	12,847	226,151	488,694	100,965

	vīrieši	sievietes	pilsētu iedzīvotāji	lauku iedzīvotāji
2020	279,629	398,402	271,648	247,157
2021	289,067	394,815	250,363	272,802
2022	295,257	369,116	215,818	286,894
2023	269,329	348,528	197,464	273,962
2024	253,770	335,889	195,067	252,977

	Rīga	Vidzeme	Kurzeme	Zemgale	Latgale
2020	159,226	249,873	110,047	106,617	52,268
2021	160,717	250,756	103,379	113,244	55,787
2022	161,661	236,921	101,734	107,945	56,112
2023	146,430	215,936	101,620	106,152	47,718
2024	141,543	204,290	92,235	100,217	51,374

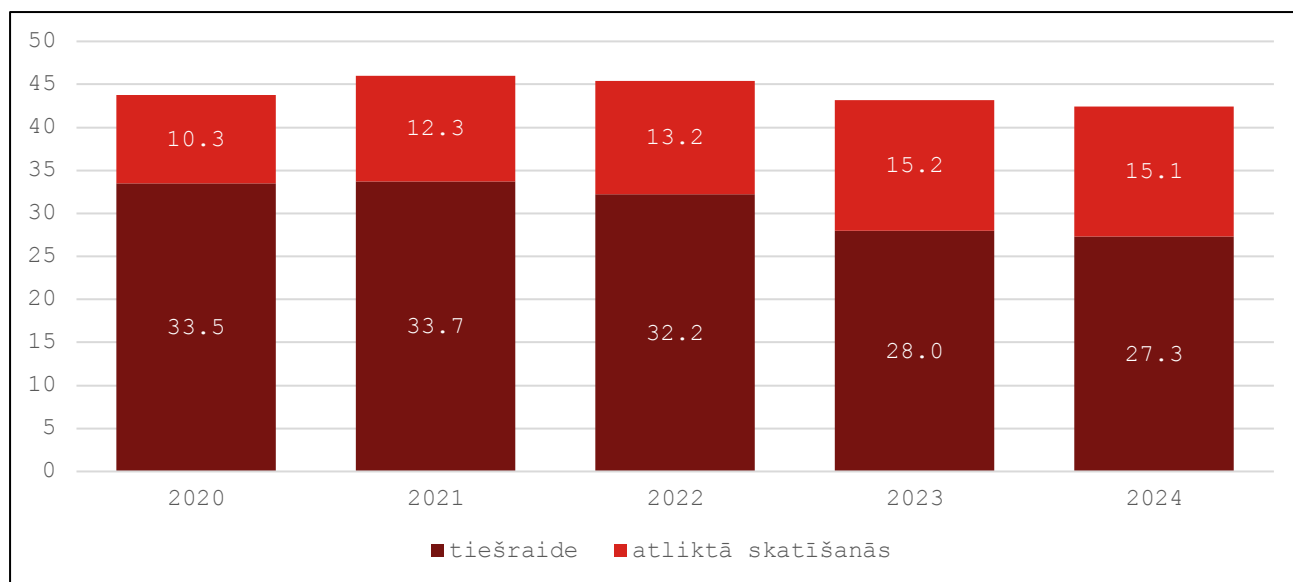
Grafiks nr. 9. LTV vidēji nedēļā sasniegtā auditorija dažādās mērķa grupās tūkstošos AvWkRch ('000), 15+min cons.,
datu avots: Kantar

3.1.3. LTV skatīšanās tiešraidē un ar nobīdi laikā

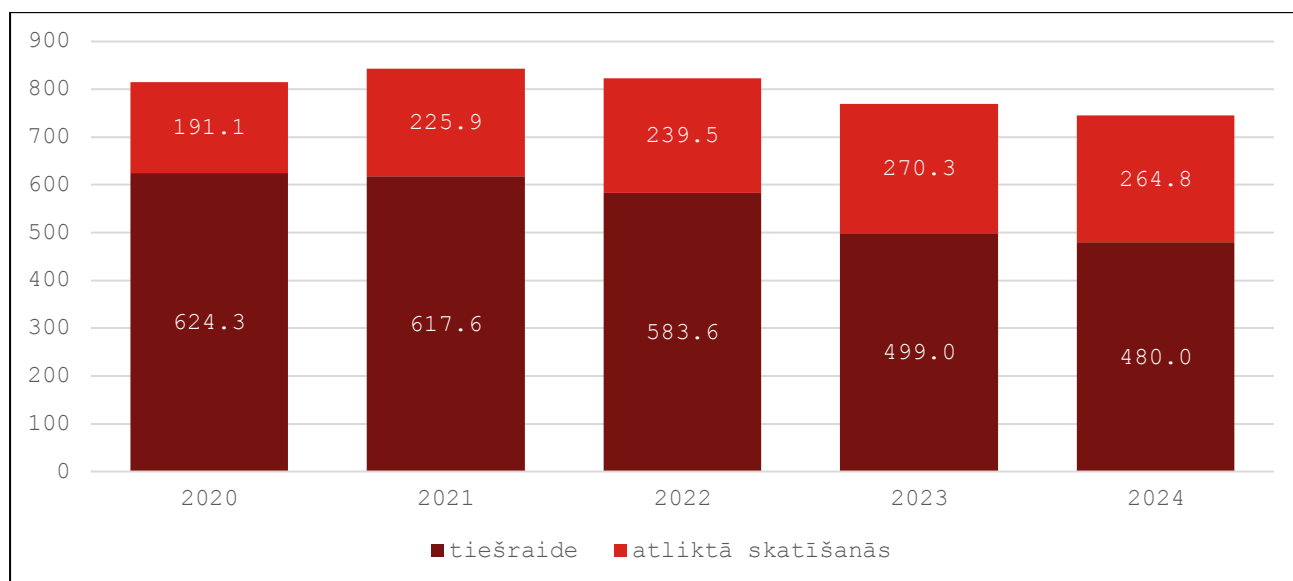
Kopš 2015. gada, kad "Kantar" sāka atsevišķi mērīt TV atlikto skatīšanos, tā Latvijā ik gadu ir pieaugusi, daļēji kompensējot tiešraides skatītāju skaita kritumu. 2023. gadā atliktās TV skatīšanas apjoms pārsniedza 30 % no kopējā TV satura patēriņa, taču 2024. gadā šī tendence mainījās, atliktās skatīšanās īpatsvaram samazinoties.

2024. gadā to iedzīvotāju skaits, kuri TV saturu patērēja ar laika nobīdi, TV kanālos kopumā samazinājās par 3,6 %. Tā ir pretēja tendence novērotajam 2023. gadā, kad atliktās skatīšanās apjoms palielinājās par 21 %.

Uz kopējā tirgus fona 2024. gadā par 6,5 % samazinājās arī LTV skatītāju daudzums, kuri televīzijas kanālu saturu patērēja ar nobīdi laikā (2023. gadā bija vērojams atliktās skatīšanās pieaugums par 18,7 %). LTV7 auditorijā atliktās skatīšanās auditorija samazinājās straujāk – par 16,5 % (2023. gadā +32,2 %), kamēr LTV1 auditorija, kas patērē saturu ar laika nobīdi, saruka par 2,6 % (2023. gadā +14,2 %). Šīs skatītāju skaita izmaiņas tiešā veidā atspoguļojas arī vidēji nedēļā sasniegtās auditorijas dinamikā.



Grafiks nr. 10. LTV vidēji nedēļā sasniegtā auditorija procentos AvWkRch%, 15+min cons., datu avots: Kantar



Grafiks nr. 11. LTV vidēji nedēļā sasniegtā auditorija tūkstošos AvWkRch('000), 15+min cons., datu avots: Kantar

3.1.4. TV kanālu tirgus daļas (share %)

LTV1 kopš 2021. gada saglabā stabilu līderpozīciju TV kanālu konkurencē, jau četrus gadus pēc kārtas kļūstot par visvairāk skatīto TV kanālu Latvijā. Arī 2024. gadā LTV1 skatīšanās laika daļa pārsniedza TV3 sasniegto, LTV1 konsolidētās skatīšanās tirgus daļai sasniedzot 10,9 %, bet TV3 – 9,8 %.

	tiešraide					tiešraide + atliktā skatīšanās				
	2020	2021	2022	2023	2024	2020	2021	2022	2023	2024
LTV1	9,7	10,8	11,5	10,1	9,9	10,1	11,4	12,3	11,2	10,9
TV3	10,1	10,0	9,5	8,8	7,9	10,8	11,0	10,7	10,4	9,8
LTV7	2,8	3,6	3,6	3,3	3,7	3,0	3,8	3,8	3,8	4,0
8TV	0,0	0,3	1,8	2,9	3,7	0,0	0,3	1,8	2,9	3,8
TV3 Life	1,8	2,1	2,3	2,3	2,1	2,3	2,9	3,5	3,7	3,4
TV6	2,1	1,9	1,7	1,9	2,4	2,3	2,2	2,2	2,8	3,1
TV3 Plus	2,0	2,4	2,5	2,2	2,0	2,2	2,7	2,8	2,6	2,6
360TV	0,8	0,8	0,9	1,2	1,4	0,9	1,0	1,4	1,9	2,2
TV 24	1,3	1,1	1,7	1,6	1,5	1,3	1,2	1,8	1,8	1,6
STV	1,3	1,2	1,1	1,1	1,0	1,6	1,6	1,7	2,1	1,6

Grafiks nr. 12. Lielāko TV kanālu tirgus daļas, Share%, datu avots: Kantar

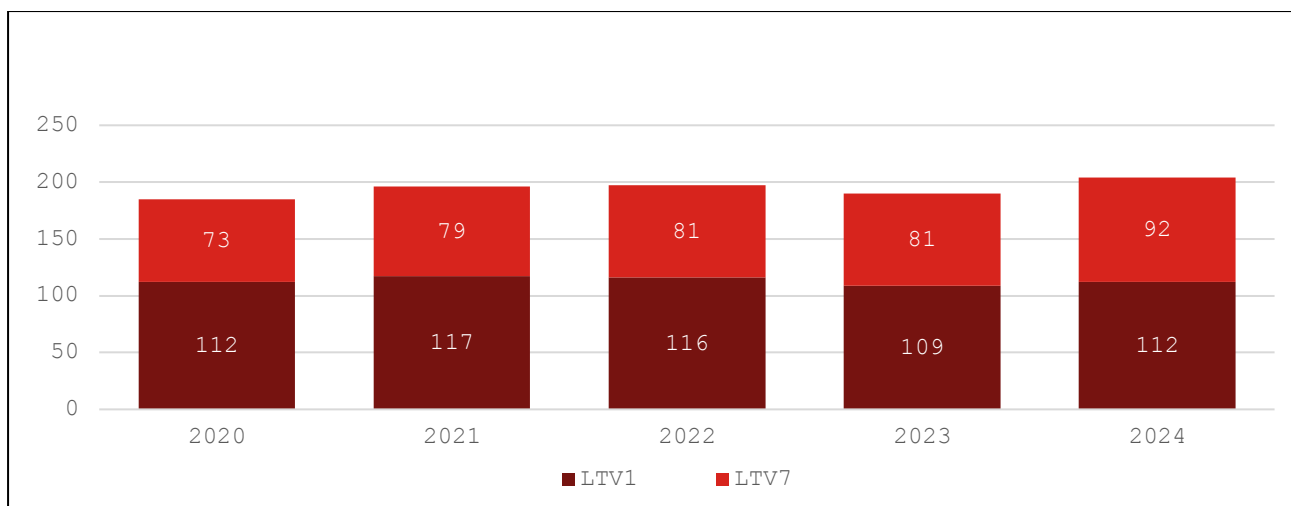
Pēc TV skatīšanās laika daļas LTV7 2024. gadā ieņēma 3. vietu, par auditoriju izteikti konkurējot ar kanālu 8TV, kas bijis veiksmīgākais krieviski runājošās auditorijas piesaistē pēc Krievijas TV kanālu pārraižu pārtraukšanas un sasniedzis pēdējā laikā ievērojamāko skatītāju skaita un tirgus daļas pieaugumu starp TV kanāliem – no 0,3 % 2021. gadā līdz 3,8 % 2024. gadā.

Pēdējos divos gados nedaudz stabilizējies iepriekš ļoti straujais citas skatīšanās pieaugums, kas 2021. gadā sasniedza pat 28 % pret iepriekšējo gadu. To lielākoties veido interneta un straumēšanas platformu saturs – *YouTube*, *Netflix* u. c. resursi, kā arī atsevišķi nemērītie TV kanāli, piemēram, MTV, Eurosport, kā arī ekrānam pieslēgtās ārējās ierīces.

3.1.5. LTV saturam atvēlētais laiks dienā

LTV vidējais skatīšanās laiks saglabājas stabils un pat pieaug, neraugoties uz kopējās lineārās televīzijas auditorijas pastāvīgo samazināšanos un televīzijas satura patēriņam atvēlēta laika sarukšanu par 10 % no 230 minūtēm dienā 2020. gadā līdz 207 minūtēm 2024. gadā.

LTV7 vidēji dienā veltītais laiks 2024. gadā palielinājies par 13,6 %, un to visvairāk ietekmējušas 2024. gada Parīzes vasaras olimpisko spēļu translācijas. Salīdzinājumā ar 2020. gadu, LTV7 skatīšanās laiks ir palielinājies pat par 26 %.



Grafiks nr. 13. LTV skatīšanās laiks vidēji dienā (minu'tes) AvAud(View), datu avots: Kantar

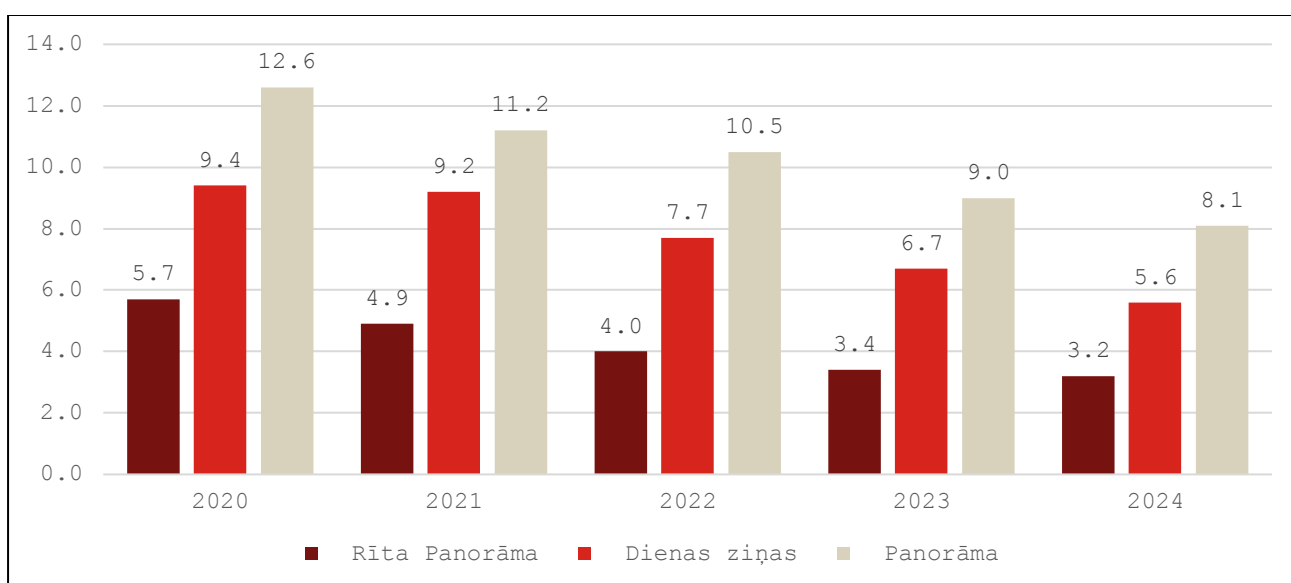
3.1.6. LTV ziņu pārraižu sasniegtā auditorija

Tāpat kā lineārās televīzijas satura patēriņš kopumā, arī LTV ziņu raidījumu vidēji nedēļā sasniegtā auditorija televīzijā turpina samazināties. Tomēr sabiedriskās televīzijas veidotie ziņu raidījumi joprojām stabili ieņem vietu starp visvairāk skatītajiem TV raidījumiem.

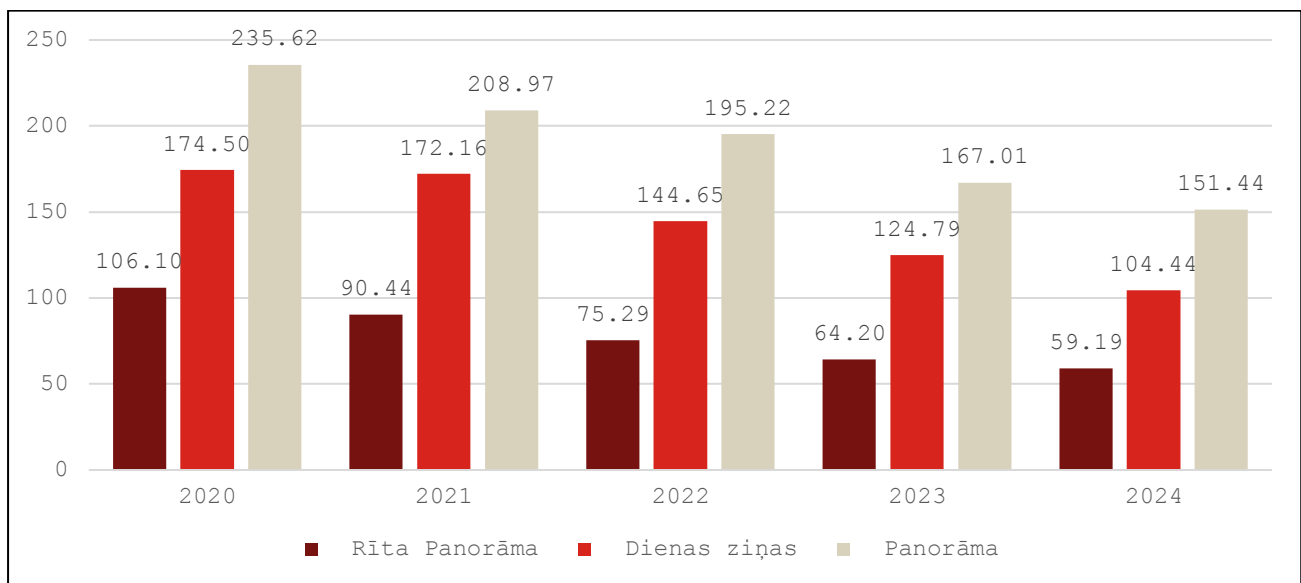
Saskaņā ar konsolidētajiem TV auditorijas datiem vidējā “Rīta Panorāmas” nedēļas auditorija 2024. gadā bija par 76,6 % plašāka nekā otras visvairāk skatītās rīta programmas TV3 “900 sekundes” skatītāju loks. Pārtraide vidēji nedēļā uzrunāja 22,6 tūkstošus skatītāju LTV1 kanālā un 2,3 tūkstošu auditoriju LTV7. TV3 “900 sekundes” nedēļas auditorija sasniedza 14,1 tūkstoti.

“Dienas ziņas” bija pārliecinoši visvairāk skatītā TV programma savā laika joslā ar 2,7 reizes lielāku vidējo skatītāju skaitu (70,6 tūkst. skatītāju), nekā tas raksturīgs paralēli rādītajām “TV3 ziņām īsumā” (26,6 tūkstoši skatītāju).

Vakara ziņu raidījuma “Panorāma” vidējais nedēļas skatītāju apjoms 2024. gadā par 12,9 % atpalika no “TV3 ziņu” auditorijas, raidījumam vidēji nedēļā piesaistot 88 tūkstošus skatītāju, kamēr “TV3 ziņu” skatītāju loks sasniedza vidēji 101 tūkstoti nedēļā.



Grafiks nr. 14. LTV ziņu pārraižu vidēji nedēļā sasniegtā auditorija procentos AvWkRch%, 15+min cons., datu avots: Kantar

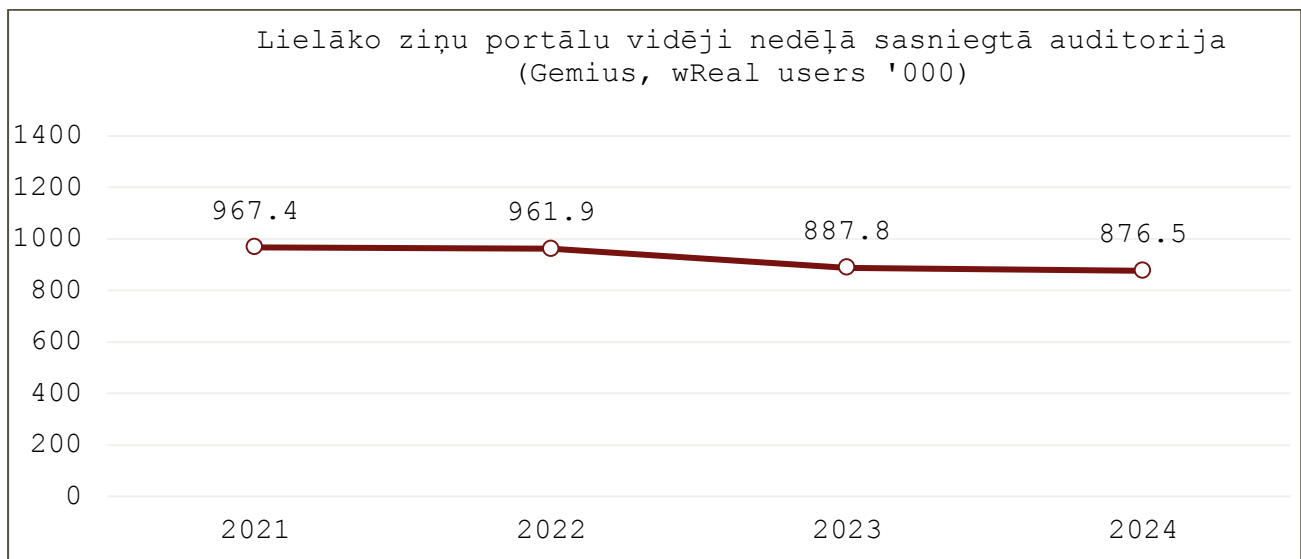


Grafiks nr. 15. LTV ziņu pārraižu vidēji nedēļā sasniegtā auditorija tūkstošos AvWkRch ('000), 15+min cons., datu avots: Kantar

3.2. Sasniegtā auditorija digitālajā vidē

3.2.1. LSM.lv auditorijas raksturojums

Digitālajai auditorijai fragmentējoties, jau vairākus gadus pēc kārtas samazinās lielo ziņu portālu kopējā auditorija. Pēdējo četru gadu periodā visstraujākais kritums piedzīvots 2023. gadā, kad deviņu lielāko ziņu portālu nedēļas auditorijas kopapjoms samazinājās par 7,7 %, sasniedzot 887,8 tūkstošu atzīmi.³ 2024. gadā auditorija turpināja samazināties, taču samazinājuma temps bija lēnāks, portāliem nedēļā vidēji sasniedzot 876,5 tūkst. kopējo auditoriju, kas ir par 1,3 % zemāks rādītājs nekā 2023. gadā.

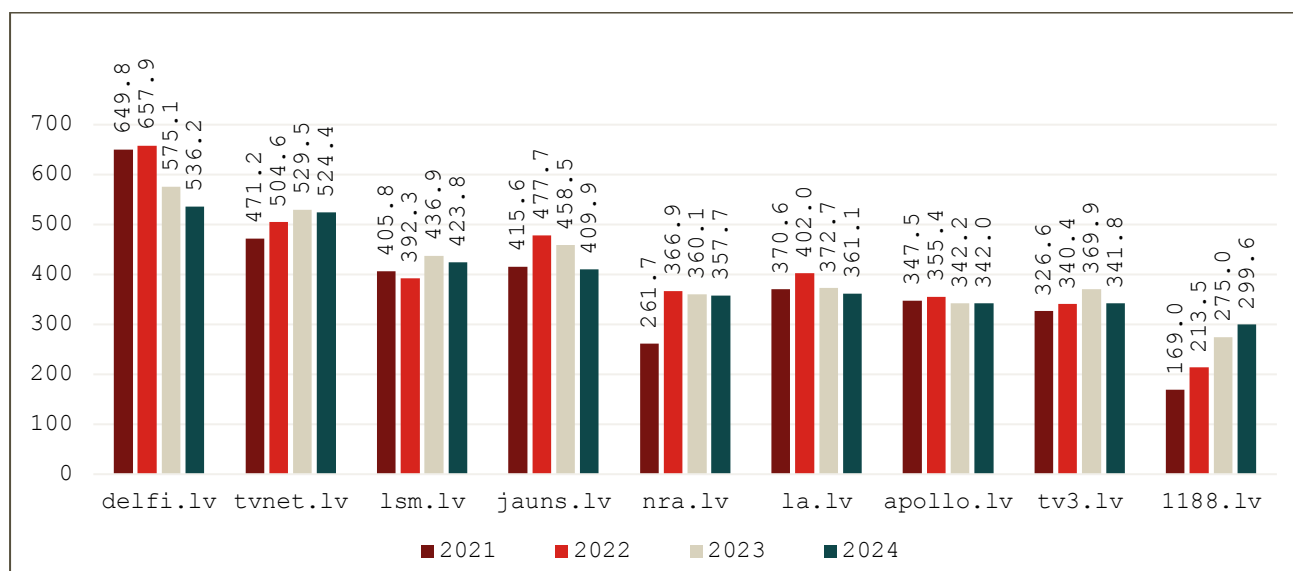


Grafiks nr. 16. Lielāko ziņu portālu vidēji nedēļā sasniegtā auditorija ('000), datu avots: Gemius, Real users

³ Portālu Delfi.lv, TVNET.lv, LSM.lv, Jauns.lv, NRA.lv, La.lv, Apollo.lv, TV3.lv un 1188.lv nedēļā sasniegtā auditorija, izslēdzot pārklāšanos starp mediju kanāliem.

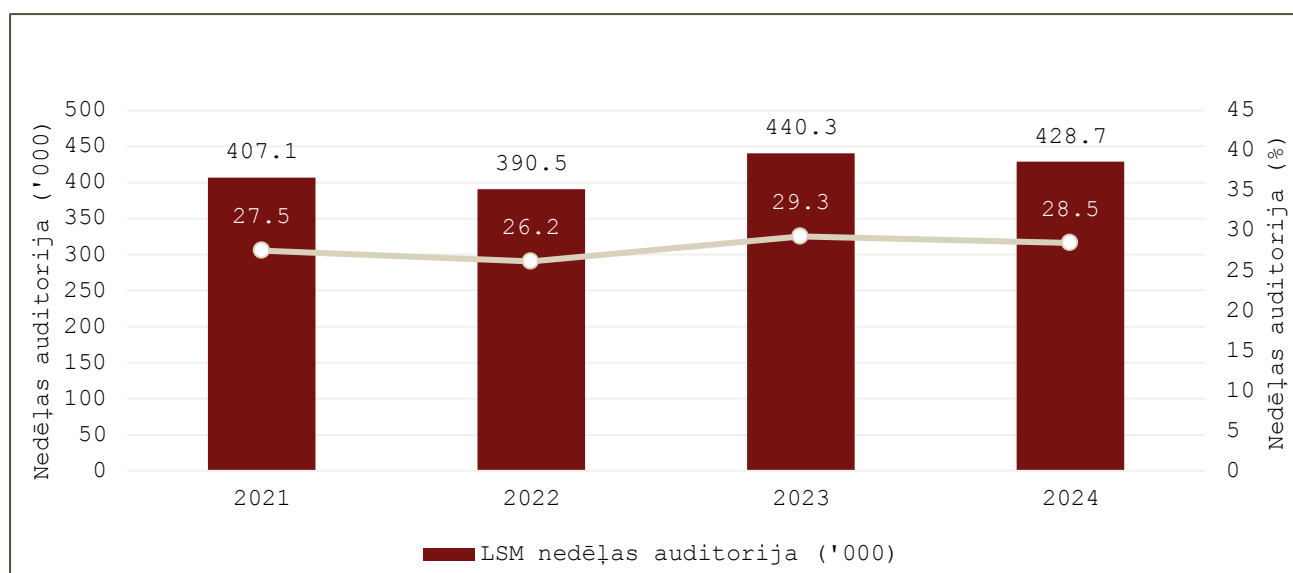
Auditorijas kritums 2024. gadā skāris visus lielākos ziņu portālus, izņemot 1188.lv, kura auditorija palielinājusies par 9 %, vidēji nedēļā sasniedzot 299,6 tūkst. iedzīvotāju. Tirgus līderpozīcijas saglabājis Delfi.lv, vidēji nedēļā sasniedzot 536,2 tūkst. iedzīvotāju (-6,8 % pret 2023. gadu), aiz sevis atstājot TVNET.lv ar vidēji nedēļā sasniegtu 524,4 tūkstošu auditoriju (-1 % pret 2023. gadu).

LSM.lv auditorijas dinamika 2024. gadā lielā mērā atspoguļo tirgus kopējās tendences. Nedēļā sasniedzot vidēji 423,8 tūkstošu auditoriju,⁴ LSM.lv uzskatāms par trešo visvairāk apmeklēto ziņu portālu 2024. gadā (-3 % pret 2023. gadu), apsteidzot iepriekšējā gadā trešo pozīciju ieņēmušo Jauns.lv, kura nedēļas auditorija samazinājusies līdz 409,9 tūkstošiem (-10,6 % pret 2023. gadu).



Grafiks nr. 17. Ziņu portālu unikālo lietotāju apjoms vidēji nedēļā ('000), datu avots: Gemius, Real users

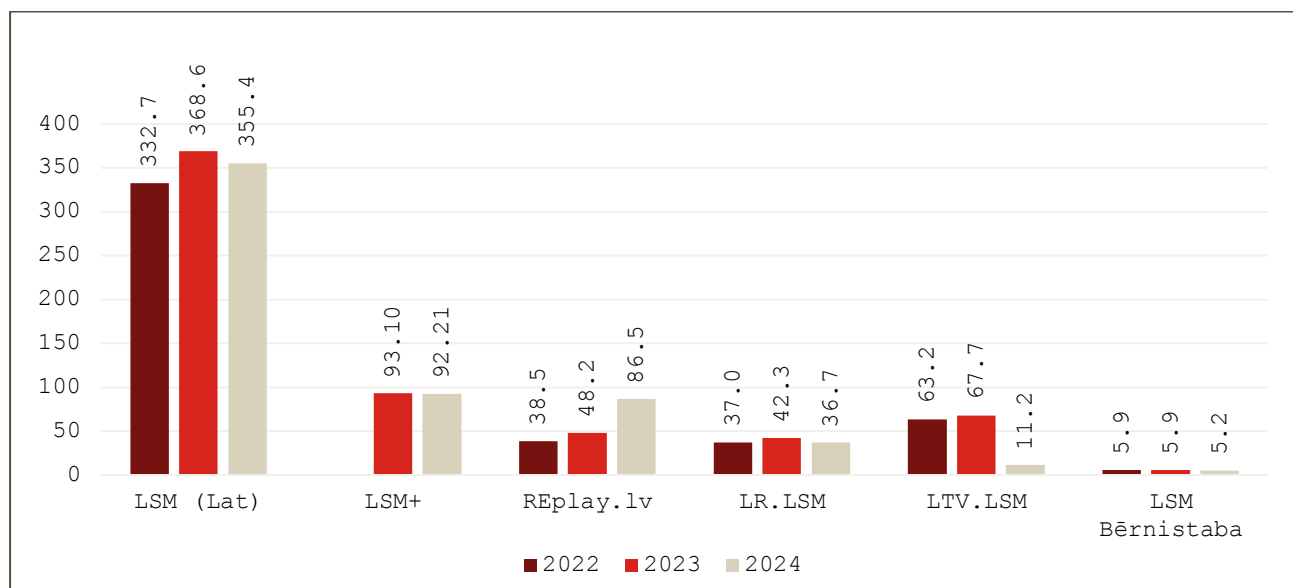
Iekļaujot arī LSM.lv mobilās lietotnes lietotājus, portāls 2024. gadā vidēji nedēļā uzrunāja 28,5 % Latvijas interneta lietotāju vecumā no 7 līdz 74 gadiem, auditorijas kopapjomam sasniedzot 428,7 tūkstošus (-2,6 % pret 2023. gadu).



Grafiks nr. 18. LSM unikālo lietotāju skaits vidēji nedēļā ('000 un %), datu avots: Gemius, Real users, Reach%

⁴ Salīdzināmības nolūkos ar citiem portāliem no LSM.lv unikālo lietotāju kopas izslēgti LSM.lv mobilās lietotnes lietotāji.

Jau ierasti visplašāko auditoriju piesaistījis LSM.lv saturs latviešu valodā, vidēji nedēļā sasniedzot 355,4 tūkstošus unikālo lietotāju (-3,6 % pret 2023. gada vidējo rādītāju). LSM+ mazākumtautību valodās veidotā satura⁵ vidējā nedēļas auditorija 2024. gadā bija 92,21 tūkst. (-1 % pret 2023. gada vidējo rādītāju).



Grafiks nr. 19. LSM.lv unikālo lietotāju skaits portāla sadaļās vidēji nedēļā ('000), datu avots: Gemius, Real users

Pieprasījuma video saturam koncentrējoties vienuviet, strauju auditorijas pieaugumu 2024. gadā piedzīvojusi platforma REplay.lv, tās nedēļas auditorijai palielinoties par 79,3 % līdz 86,5 tūkstošiem. Šī paša iemesla dēļ, pārtopot par korporatīvās informācijas lapu, nozīmīgu auditorijas samazinājumu piedzīvojusi LTV.LSM lapa, kuras vidējā nedēļas auditorija sarukusi līdz 11,2 tūkstošiem (-83,4 % pret 2023. gada vidējo rādītāju).

Latvijas Radio veidotā satura auditorija LSM.lv portālā 2024. gadā samazinājusies par 13,1 %, vidēji nedēļā uzrunājot 36,7 tūkstošus lietotāju. Bērniem veidotais saturs LSM Bērnistaba platformā vidēji nedēļā sasniedzis 5,2 tūkstošu auditoriju, kas ir par 11,9 % mazāk nekā 2023. gadā.

2024. gada auditorijas dati nenorāda uz intereses par LSM.lv saturu mazināšanos kādā noteiktā sabiedrības grupā. Neliels auditorijas kritums gan absolūtos skaitļos, gan procentuāli novērojams gandrīz visās mērķauditorijās.

Izņēmums ir jaunieši vecumā no 15 līdz 24 gadiem, kuru sasniedzamība šogad uzlabojusies par 6,3 %, ik nedēļu uzrunājot 33,4 tūkstošu auditoriju jeb 17,6 % no atbilstošā vecuma mērķauditorijas.

Gads	Visi, 7+	Vīr.	Siev.	Jaunieši (15–24)	Latviešu sarunval.	Cita sarunval.	Pilsētu iedzīvotāji	Lauku iedzīvotāji
LSM.lv vidēji nedēļā sasniegtā auditorija dažādās sabiedrības grupās ('000)								
2022	390,5	186,7	203,8	37,2	310,3	80,2	326,4	58,0
2023	440,3	209,0	231,3	31,4	339,4	100,9	372,1	68,2
2024	428,7	205,1	223,6	33,4	328,6	100,1	361,9	66,8
LSM.lv vidēji nedēļā sasniegtā auditorija dažādās sabiedrības grupās, %								
2022	26,2	26,9	28,2	22,8	28,5	24,1	27,1	30,5
2023	29,3	29,2	29,3	16,7	29,4	29,0	28,8	32,5
2024	28,5	28,7	28,3	17,6	28,4	28,8	27,9	31,8

⁵ Dati atspoguļo auditoriju, kas LSM.lv saturu patērējusi krievu, ukraiņu, baltkrievu, poļu un angļu valodā. Par periodu līdz 2024. gada augustam dati parāda summāro RUS.LSM un ENG.LSM auditoriju, izslēdzot iespējamo lietotāju pārklāšanos starp abām minētajām LSM sadaļām. Dati par Rus.LSM/Eng.LSM summāri sasniegto auditoriju, izslēdzot pārklāšanos starp abiem kanāliem, par pilnu 2022. gadu nav pieejami.

Tabula nr. 20. LSM.lv vidējā nedēļas auditorija dažādās sabiedrības grupās absolūtos skaitļos un procentuāli, datu avots: Gemius, Real users ('000) un Reach%

Visstraujāk vidējais nedēļas auditorijas apjoms jauniešu grupā audzis pieprasījuma video platformai REplay.lv (+203 % pret 2023. gadu), nedēļā piesaistot 10,2 tūkstošu auditoriju. Kopumā LSM.lv saturs latviešu valodā sasniedz 15,75 % jauniešu vecumā no 15 līdz 24 gadiem, bet mazākumtautībām veidotais saturs – 2,58 % no auditorijas atbilstošajā vecuma grupā.

	LSM.lv kopā	LSM.lv (latv.)	LSM+	REplay.lv	LR.LSM	LSM Bērnistaba
Vidēji nedēļā sasniegtā <u>jauniešu</u> auditorija ('000)						
2022	37,2	33,6	-	4,1	4,5	0,2
2023	31,4	27,7	5,47	3,4	3,5	0,7
2024	33,4	29,8	4,87	10,2	3,7	0,8
Vidēji nedēļā sasniegtā <u>jauniešu</u> auditorija procentuāli						
2022	22,82	17,66	-	2,14	2,36	0,13
2023	16,68	14,71	2,91	1,79	1,87	0,39
2024	17,6	15,75	2,58	5,39	1,98	0,42

Tabula nr. 21. LSM.lv vidējā nedēļas auditorija mērķgrupā “Jaunieši, 15–24 gadi”, datu avots: Gemius, Real users ('000) un Reach%

2024. gadā portālam LSM.lv vienlīdz labi izdevies uzrunāt gan latviešu, gan mazākumtautību auditoriju, vidēji nedēļā sasniedzot 28,4 % iedzīvotāju, kuru ikdienas saziņas valoda ir latviešu, un 28,78 % auditorijas, kuru ģimenes sarunvaloda ir kāda no mazākumtautību valodām.

	LSM.lv kopā	LSM.lv (latv.)	LSM+	REplay.lv	LR.LSM	LSM Bērnistaba
Vidēji nedēļā sasniegtā mazākumtautību auditorija ('000)						
2022	80,2	38,0	-	3,6	3,8	0,8
2023	100,9	63,9	44,1	8,2	6,8	1,1
2024	100,1	69,1	36,5	17,6	6,7	1,0
Vidēji nedēļā sasniegtā mazākumtautību auditorija procentuāli						
2022	24,1	11,5	-	1,1	1,2	0,2
2023	28,9	18,4	12,6	2,4	2,0	0,3
2024	28,8	19,9	10,5	5,1	1,9	0,3

Tabula nr. 22. LSM.lv vidējā nedēļas auditorija mērķa grupā "Mazākumtautības" (lietotāji, kuru pamata saziņas valoda ģimenē nav latviešu valoda), datu avots: Gemius, Real users ('000) un Reach%

Arī 2024. gadā turpināja augt mazākumtautību interese par LSM.lv saturu latviešu valodā, to vidēji nedēļā patērējot 69,1 tūkstošiem iedzīvotāju, kuru ikdienas saziņas valoda ģimenē nav latviešu (+8,1 % pret 2023. gada vidējo rādītāju). Šī tendence ir raksturīga tirgum kopumā, un ir vērojama arī citos lielajos portālos, ne tikai LSM.lv. Vienlaikus mazākumtautību platformas LSM+ lietotāju apjoms vidēji nedēļā mazākumtautību auditorijā samazinājies par 17 % līdz 36,6 tūkstošiem nedēļā. Tendence pāriet uz saturu latviešu valodā galvenokārt saistāma ar paaudžu nomaiņu – 49 % mazākumtautību pārstāvju, kas LSM.lv saturu patērē latviešu valodā, ir vecumā līdz 45 gadiem. Vienlaikus tikai 28 % no LSM+ lietotājiem iekļaujas vecuma grupā līdz 45 gadiem, bet 46 % ir vecumā 55+ gadi.

Joprojām svarīgs uzdevums ir pilsētās dzīvojošo iedzīvotāju sasniegšana un uzrunāšana ar LSM.lv platformām. Saskaņā ar "Gemius" datiem 2024. gadā portāls vidēji nedēļā sasniedza 31,8 % lauku iedzīvotāju (auditorijas lielums absolūtos skaitļos: 66,8 tūkstoši) un 27,9 % pilsētās mītošos (auditorijas lielums absolūtos skaitļos: 361,9 tūkstoši).

3.2.2. Auditorija mobilajās lietotnēs

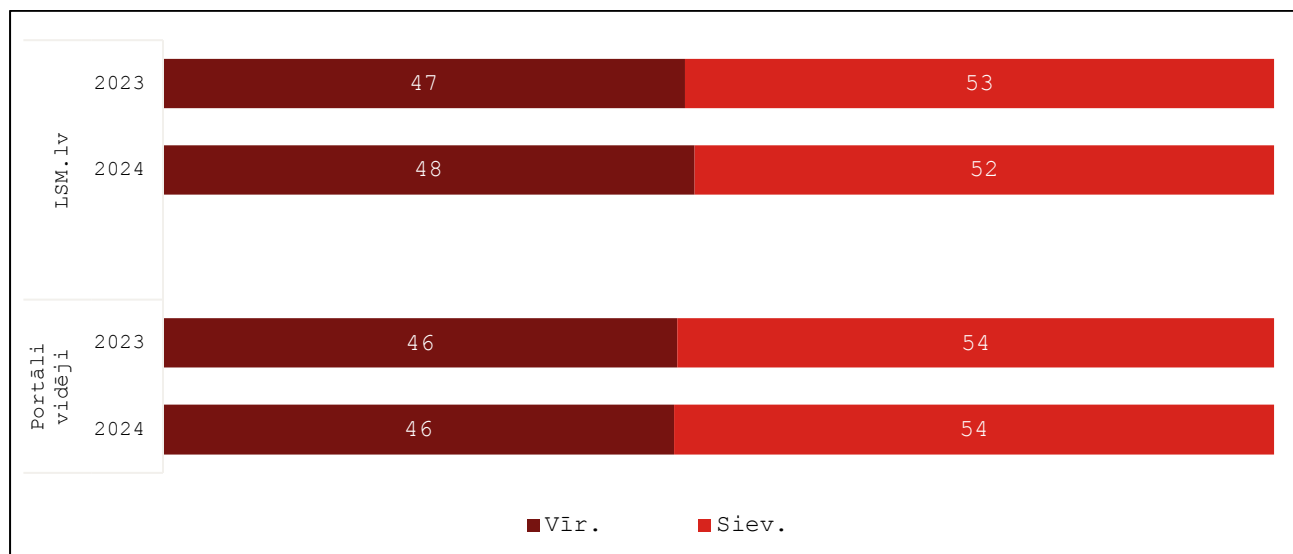
Saskaņā ar "Gemius" interneta auditorijas datiem LSM.lv mobilās lietotnes vidējā nedēļas auditorija 2024. gadā sasniedza 7,94 tūkstošus jeb 0,53 % no interneta lietotājiem. Tas ir par 30,2 % vairāk nekā vidēji 2023. gadā. Lietotāju apjoma pieaugums vērojams visās nozīmīgākajās sabiedrības grupās. Aktīvākie lietotnes lietotāji ir vīrieši un lauku iedzīvotāji. Proporcioniāli viszemākā sasniedzamība vērojama 15–24 gadus vecu jauniešu vidū.

Gads	Visi, 7+	Vīr.	Siev.	Jaunieši (15–24)	Latviešu sarunval.	Cita sarunval.	Pilsētu iedzīvotāji	Lauku iedzīvotāji
LSM.lv lietotnes vidējais lietotāju skaits nedēļā ('000)								
2023	6,10	3,53	2,58	0,24	4,60	1,50	5,17	0,93
2024	7,94	4,06	3,89	0,33	6,09	1,85	6,66	1,28
LSM.lv lietotnes vidējais lietotāju apjoms %								
2023	0,41	0,49	0,33	0,13	0,40	0,43	0,40	0,44
2024	0,53	0,57	0,50	0,18	0,53	0,53	0,51	0,61

Tabula nr. 23. LSM.lv lietotnes vidēji nedēļā sasniegtā auditorija tūkstošos un procentuāli, datu avots: Gemius, Real users un Reach%

3.2.3. LSM.lv auditorijas struktūra

LSM.lv sasniegtās auditorijas dzimuma struktūra nav būtiski mainījiesies pēdējā gada laikā, 48 % kopējās auditorijas veidojot vīriešiem, bet 52 % sievietēm. Kopumā LSM.lv nedaudz labāk sasniedz vīriešu auditoriju, nekā tas raksturīgs ziņu portāliem tirgū vidēji.



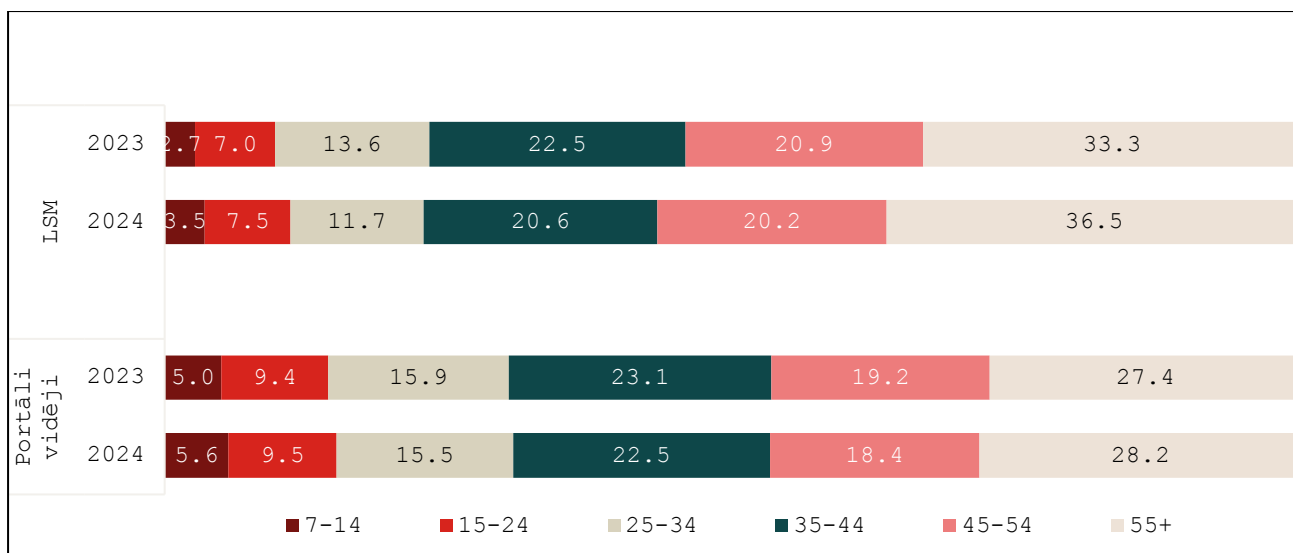
Grafiks nr. 24. LSM.lv portāla nedēļas auditorijas dzimuma struktūra (%), datu avots: Gemius, Real users

LSM.lv portāla auditorijas vecuma struktūra atšķiras no ziņu portālu vidējās auditorijas.⁶ LSM.lv auditorijas struktūrā plašāk reprezentēti lietotāji vecumā virs 55 gadiem, grupai sasniedzot 36,5 % no portāla kopējās auditorijas (tirgū vidēji 28,2 %). Turklāt šīs grupas īpatsvars kopējā LSM.lv auditorijā 2024. gada laikā ir pieaudzis.

2024. gadā nedaudz palielinājies bērnu un jauniešu vecumā no 7 līdz 24 gadiem īpatsvars LSM.lv auditorijā, tam kopumā veidojot 11 % no visas portāla auditorijas (2023. gadā – 9,7 %). Neraugoties uz pozitīvo tendenci, LSM.lv auditorijas struktūrā bērni un jaunieši joprojām ir mazāk pārstāvēti, nekā tas raksturīgs ziņu portāliem tirgū vidēji. 2024. gadā 7–24 gadus veco lietotāju īpatsvars kopējā lielāko portālu auditorijā sasniedza 15,1 %.

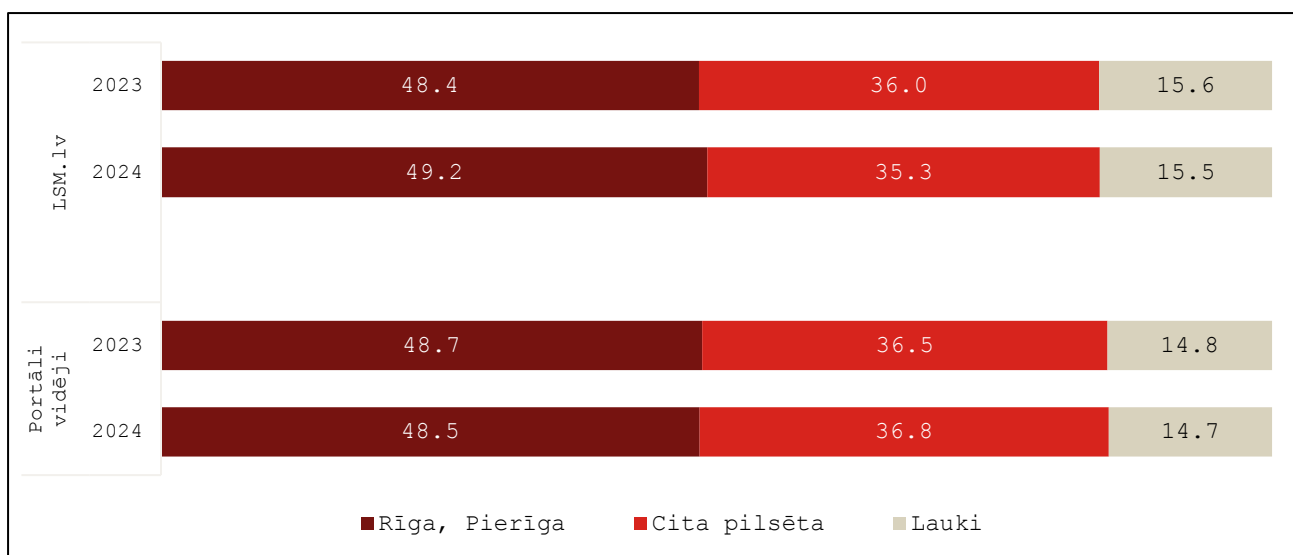
Sabiedrības ekonomiski aktīvākā daļa vecumā no 25 līdz 54 gadiem aizvadītajā gadā veidoja 52,5 % no LSM.lv lietotāju kopuma, tas ir mazāk nekā 2023. gadā, kad šajā vecumā bija 57 % no LSM.lv auditorijas. Portālu kopējā auditorijā vecuma grupa 25–54 gadi 2024. gadā bija reprezentēta ar 56,3 %. Vislielākās atšķirības starp LSM.lv un tirgus vidējiem rādītājiem attiecināmas uz vecuma posmu 25–34 gadi.

⁶ Tirgus vidējās auditorijas struktūras aprēķinā ņemta vērā portālu lsm.lv, delfi.lv, tvnet.lv, apollo.lv., jauns.lv, nra.lv, la.lv, tv3.lv un l188.lv summāri sasniegtās nedēļas auditorijas struktūra.



Grafiks nr. 25. LSM.lv portāla nedēļas auditorijas vecuma struktūra (%) tirgus kontekstā, datu avots: Gemius, Real users

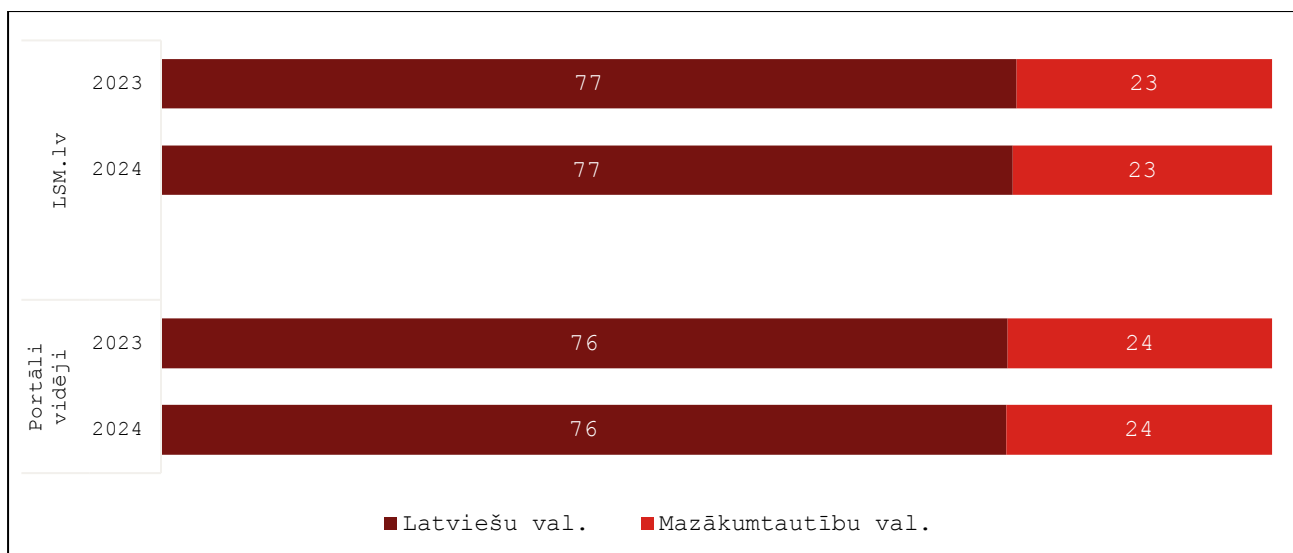
Gandrīz puse (49,2 %) LSM.lv sasniegtās auditorijas ir Rīgas vai Pierīgas iedzīvotāji. 35,3 % auditorijas veido reģionu pilsētās dzīvojošie, bet 15,5 % – lauku iedzīvotāji.⁷ Pēc reģionālā pārklājuma LSM.lv auditorija būtiski neatšķiras no tirgus vidējiem rādītājiem.



Grafiks nr. 26. LSM.lv portāla nedēļas auditorija pēc dzīvesvietas (%), datu avots: Gemius, Real users

Arī pēc etniskās struktūras LSM.lv auditorija nozīmīgi neatšķiras no ziņu portālu kopēji sasniegtās auditorijas. 2024. gadā 77 % LSM.lv nedēļas auditorijas veidoja Latvijas iedzīvotāji, kas ikdienā sazinās latviešu valodā, bet 23 % – iedzīvotāji, kuru pamata saziņas valoda ir kāda no mazākumtautību valodām.

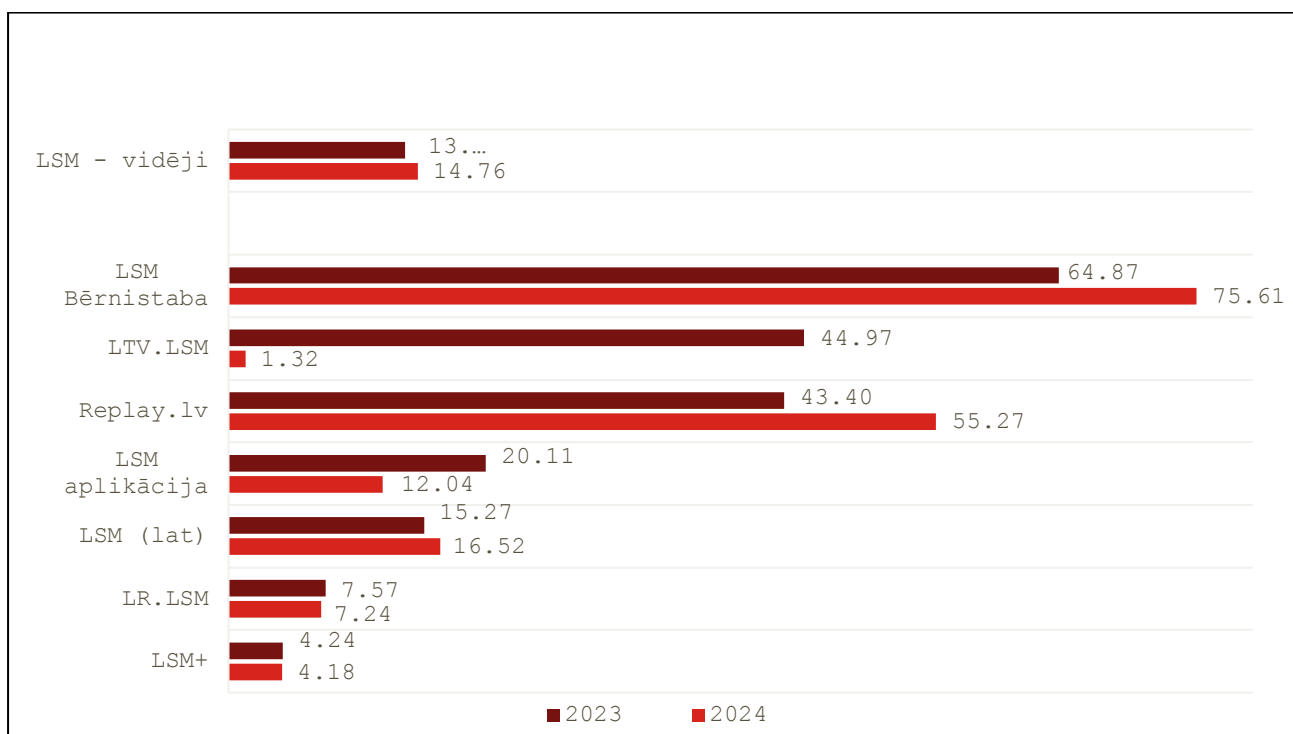
⁷ Gemius Audience datos nav pieejams detalizēts reģionālais dalījums. Lietotāju dalījums pēc dzīvesvietas notiek pēc universālas skalas (Rīga, Pierīga, Jūrmala, Jelgava, Liepāja, Jūrmala, Daugavpils, Ventspils, Valmiera, Rēzekne, cita pilsēta, ārpus pilsētas).



Grafiks nr. 27. LSM.lv portāla nedēļas auditorijas struktūra pēc sarunvalodas ģimenē (%), datu avots: Gemius, Real users

3.2.4. LSM.lv auditorijas iesaiste

2024. gadā par 7,2 % palielinājies laiks, ko iedzīvotāji ik dienu atvēl LSM.lv satura patēriņam, portāla vidējam apmeklējuma laikam pieaugot no 13,77 minūtēm dienā 2023. gadā līdz 14,76 minūtēm dienā 2024. gadā.



Grafiks nr. 28. LSM.lv auditorijas iesaistes laiks vidēji dienā, datu avots: Gemius, ATS (min), 7+

Vairāk laika veltīts saturam latviešu valodā (vidēji 16,52 minūtes dienā; +8,2 % pret 2023. gada vidējo rādītāju), savukārt mazākumtautību satura patēriņam atvēlētais laiks nedaudz samazinājies (vidēji 4,18 minūtes dienā; - 1,3 % pret 2023. gada vidējo rādītāju).

Visstraujāk auditorijas iesaistes laiks audzis REplay.lv platformā, 2024. gadā platformas saturam atvēlot vidēji 55,27 minūtes dienā (+27,3 % pret 2023. gada vidējo iesaistes laiku). Otrs straujākais iesaistes laika palielinājums LSM Bērnistaba sadaļai, kuras saturam apmeklētāji vidēji dienā veltīja 75,61 minūti (+16,6 %

pret 2023. gada vidējo rādītāju), kas ir augstākais iesaistes laiks starp visām LSM.lv sadaļām un liecina par publicētā satura augsto aktualitāti mērķauditorijai.

Par 4,3 % līdz 7,24 minūtēm dienā samazinājies auditorijas vidējais Latvijas Radio saturam atvēlētais laiks LSM.lv portālā, bet par 40 % līdz 12,04 minūtēm dienā – arī laiks, kuru iedzīvotāji atvēl LSM.lv ietotnē pieejamā satura pārlūkošanai. LTV.LSM lapas apmeklējuma laika kritums par 97,1 % saistāms ar lapas pārveidi par korporatīvo lapu, pieprasījuma video un tiešraižu saturam atvēlot tikai REplay.lv.

3.2.5. Sabiedrisko mediju auditorijas sociālajos medijos

2024. gadā LTV un LSM.lv veidotais saturs tika izplatīts visās lielākajās sociālo mediju platformās – *Facebook*, *Instagram*, *X* (bij. *Twitter*), *YouTube*, *TikTok*, *Telegram*, *Threads*, *WhatsApp* un *BlueSky*, kopumā auditoriju uzrunājot caur 73 sociālo mediju kontiem deviņās sociālo mediju platformās.

2024. gada rudenī LTV izveidojis divus jaunus ziņu kontus, kā arī LTV korporatīvo kontu sociālo mediju platformā *BlueSky*. Plašākas komunikācijas nodrošināšanai konti Facebook, Instagram, YouTube un TikTok atvērti arī jaunajam izklaides šovam “Pārdziedi mani!”.

Sociālais medijs	LTV kontu skaits	LSM.lv kontu skaits
Facebook	13	5
Instagram	9	2
YouTube	9	2
X (Twitter)	9	4
TikTok	7	2
Threads	1	1
WhatsApp	-	2
Telegram	-	1
BlueSky	2	1
KOPĀ:	53	20

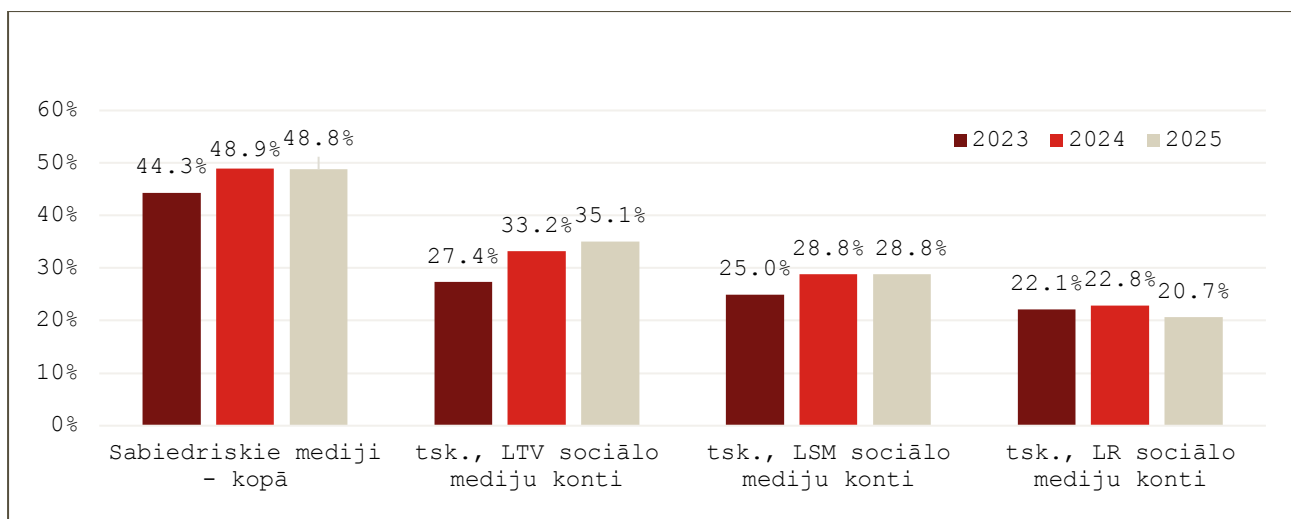
Tabula nr. 29. LTV un LSM.lv kontu skaits sociālo mediju platformās

Saskaņā ar Sabiedriskā labuma aptaujas datiem, 2025. gada sākumā Latvijas Sabiedriskais medijs caur sociālo mediju platformām sasniedza 49 % Latvijas iedzīvotāju vecumā no 15 līdz 74 gadiem. Tādējādi kopējā sabiedrisko mediju auditorija sociālo mediju platformās lēšama 681,1 tūkstoša apjomā.⁸

Latvijas Televīzijas sociālo mediju konti sasniedza 35,1 % iedzīvotāju vecuma grupā 15–74 jeb aptuveni 495,65 tūkstošus plašu auditoriju, LSM.lv konti – 29 % jeb 406,7 tūkstošus lielu auditoriju, bet Latvijas Radio – 21 % jeb aptuveni 292,31 tūkstošu auditoriju.

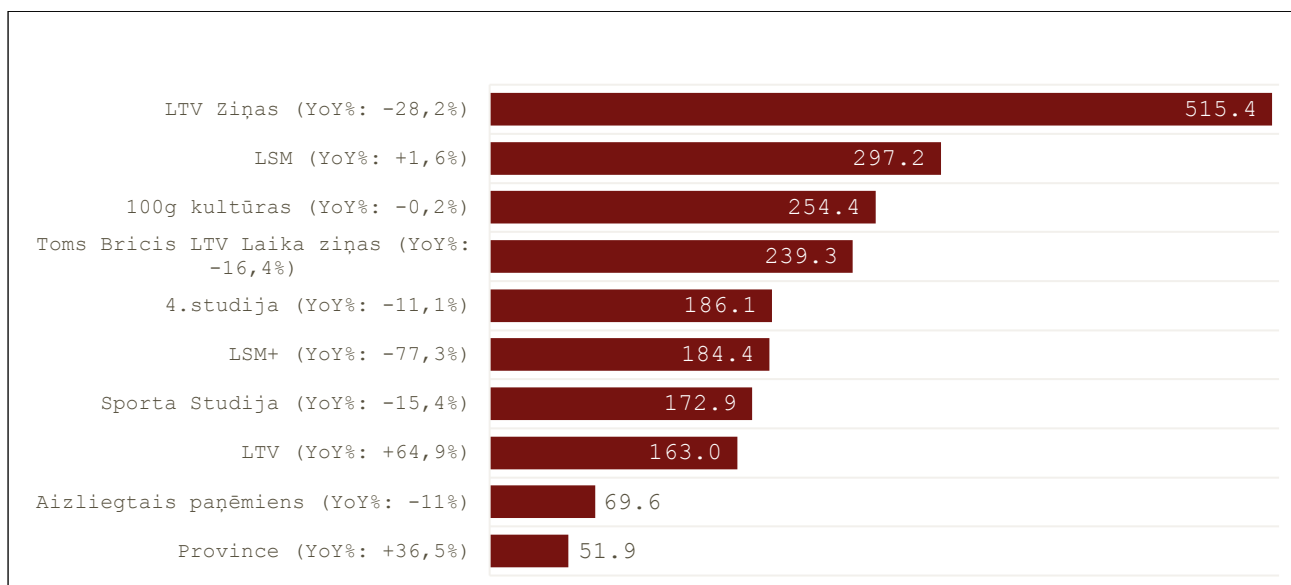
Aptauja arī uzrāda nozīmīgu (35 %–77 %) auditorijas pārklāšanos starp LTV, LSM.lv un LR administrēto sociālo mediju kontu auditorijām.

⁸ Auditorijas apjoma kalkulācija, balstoties uz Centrālās statistikas pārvaldes datiem par iedzīvotāju skaitu Latvijā 2025. gada sākumā.



Grafiks nr. 30. Sabiedrisko mediju auditorija sociālo mediju platformās, datu avots: Sabiedriskā labuma aptauja (2023–2025)

Pēc sekotāju kopapjoma⁹ 2024. gada beigās gan LTV, gan LSM.lv kontiem visplašākais regulāro lietotāju apjoms bija *Facebook* platformā – attiecīgi 587,16 tūkst. un 406,99 tūkst. sekotāju. Pēc sekotāju skaita otra nozīmīgākā auditorija LTV kontiem bija *X* (bij. *Twitter*) – 221,87 tūkst. sekotāju, bet trešā – *YouTube* platformā ar 166,70 tūkst. sekotāju. Galvenokārt pateicoties strauji augošam LSM+ *YouTube* konta sekotāju apjomam, LSM.lv administrētajiem kontiem otra nozīmīgākā platforma pēc abonentu apjoma bija *YouTube* (122,42 tūkst. sekotāju), kam ar lielu atkāpi seko *X* (bij. *Twitter*), pulcējot 54,49 tūkst. sekotāju.



Grafiks nr. 31. Nozīmīgākie konti Facebook platformā 2024. gadā pēc vidēji nedēļā sasniegtās auditorijas, datu avots: Facebook, wReach

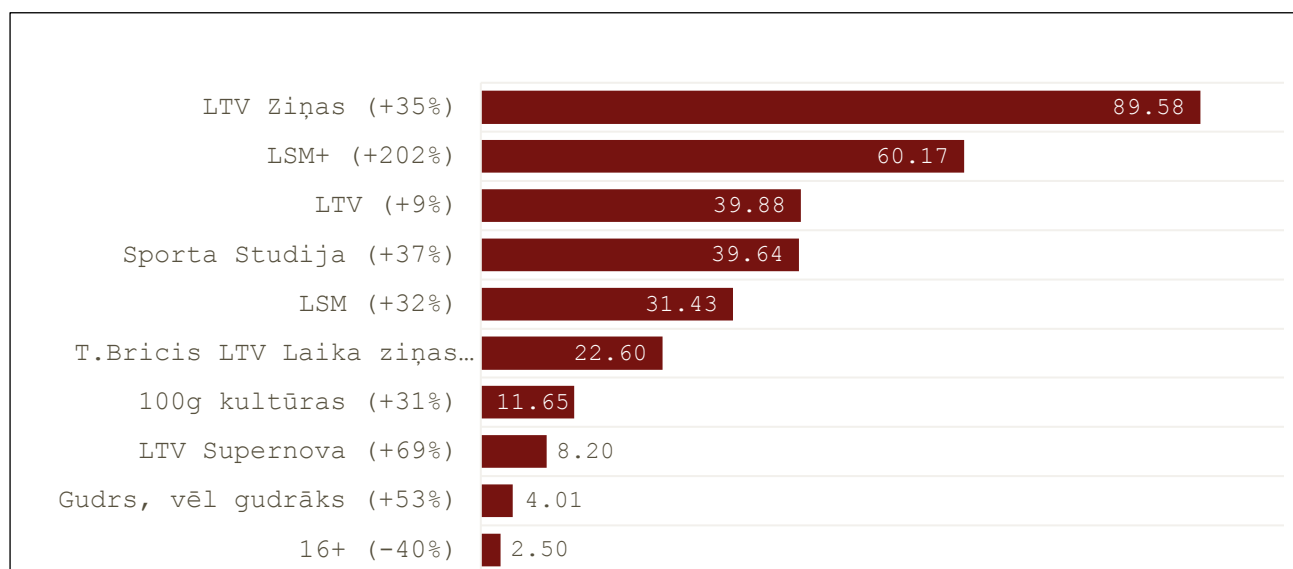
2024. gadā *Facebook* turpinājās jau 2023. gadā novērotais auditorijas apjoma kritums lielākajiem kontiem. No 10 platformas nozīmīgākajiem kontiem auditorijas pieaugumu pērn izdevies panākt tikai trim – LSM.lv (+1,6 %; vidējā nedēļas auditorija 297,18 tūkst), LTV korporatīvajam kontam (+64,9 %; vidējā nedēļas auditorija 163,03 tūkst.) un raidījuma “Province” kontam (+36,5 %; vidējā nedēļas auditorija 51,88 tūkst.).

⁹ Sociālo mediju dati neizslēdz iespējamo sekotāju skaita pārkļāšanos starp kontiem un sociālo mediju platformām.

Lielākais auditorijas kritums skāris LSM+ (bij. Rus.lsm) kontu, kura vidēji nedēļā sasniegtā auditorija samazinājusies par 77,3 % līdz 184,42 tūkstošiem nedēļā. Auditorijas samazinājums 28,2 % apmērā skāris arī *Facebook* lielāko – LTV Ziņu dienesta kontu, tā vidējai nedēļas auditorijai noslīdot līdz 515,41 tūkstotim.

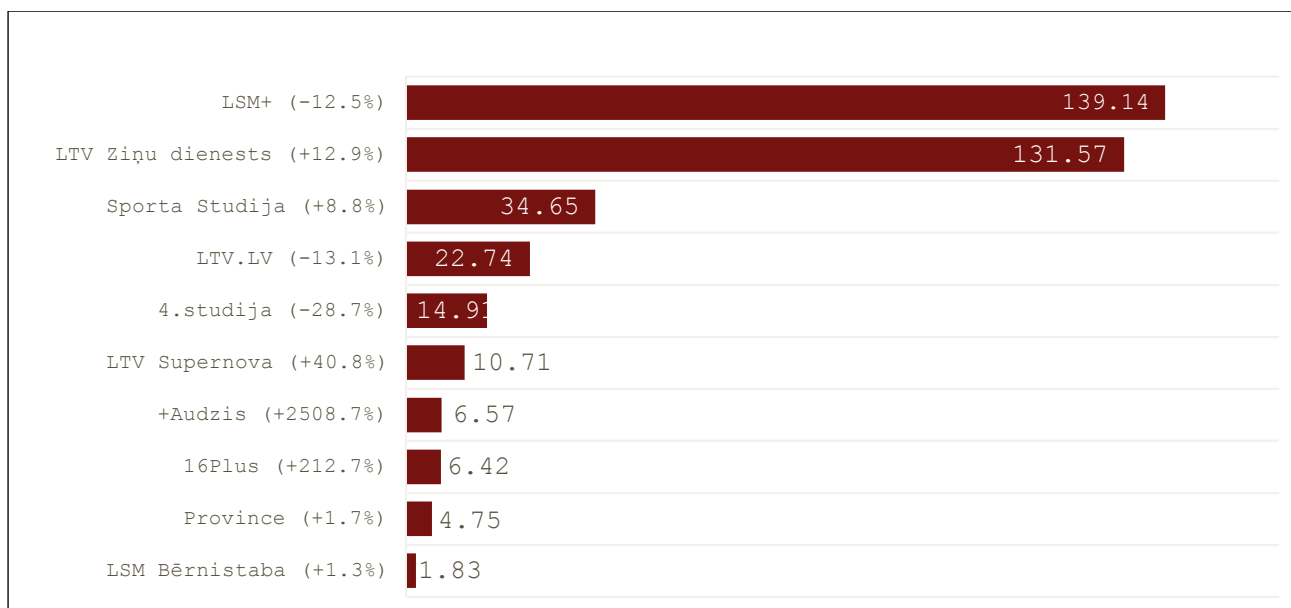
Bez būtiskām svārstībām nedēļas auditorijas rādītājos gads aizvadīts “100 g kultūras” kontam (-0,2 %; vidēji nedēļā sasniegtā auditorija 254,42 tūkst.). Pārējiem kontiem kritums 11 %–16,4 % robežās.

Pozitīvākas tendences pērn bija vērojamas attiecībā uz *Instagram* platformu, kurā nedēļas auditorijas izaugsme bija vērojama deviņiem no 10 lielākajiem kontiem. Ievērojamākais vidējās nedēļas auditorijas kāpums LSM+ kontam (+202 %; vidēji nedēļā sasniegtā auditorija 60,17 tūkst.), ierindojo to pēc popularitātes otrajā vietā. Plašāko auditoriju arī *Instagram* platformā pērn sasniedza LTV Ziņu dienesta konts, vidēji nedēļā uzrunājot 89,58 tūkstošu auditoriju (+35 % pret 2023. gadu). Vairāk nekā 30 % nedēļas auditorijas pieaugums arī citiem nozīmīgākajiem kontiem – “Sporta Studija” (+37 %), LSM.lv (+32 %), “100 g kultūras” (+31 %). 40 % auditorijas kritums 16+ kontam, vidēji nedēļā sasniedzot 2,5 tūkstošus jauniešu.



Grafiks nr. 32. Nozīmīgākie konti *Instagram* platformā 2024. gadā pēc vidēji nedēļā sasniegtās auditorijas, datu avots: *Instagram*, *wReach*

YouTube platformā auditorija 2024. gadā lielākoties patērē sabiedrisko mediju veidoto ziņu saturu, gan LTV Ziņu dienesta, gan LSM+ sasniegtajam lietotāju skaitam nozīmīgi pārsniedzot citu kontu auditorijas.



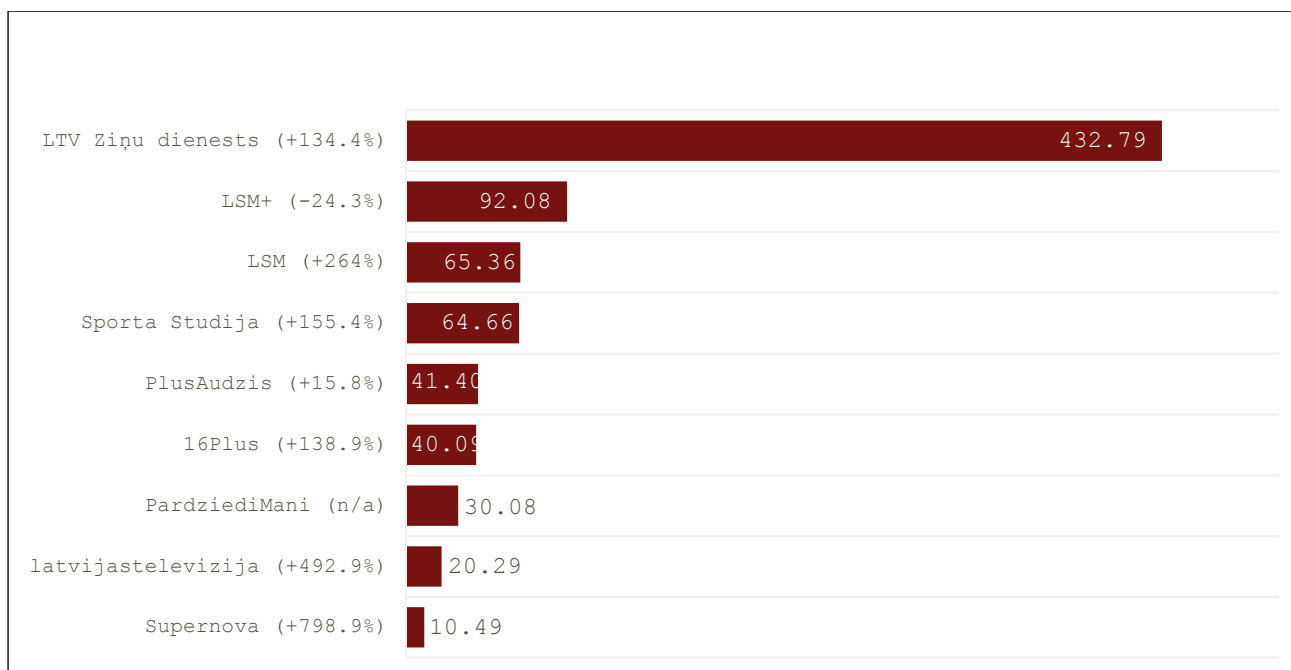
Grafiks nr. 33. Nozīmīgākie konti YouTube platformā 2024. gadā pēc vidēji nedēļā sasniegtās auditorijas, datu avots: YouTube, Unique Viewers

Neraugoties uz kritumu par 12,5 %, *YouTube* saglabājās kā ļoti nozīmīgs kanāls mazākumtautību auditorijas uzrunāšanai, vidēji nedēļā sasniedzot 139,14 tūkstošus iedzīvotāju. Gandrīz tikpat plašu auditoriju izdevies sasniegt arī LTV Ziņu dienestam, vidēji nedēļā uzrunājot 131,57 tūkstošu auditoriju (+12,9 % pret 2023. gadu).

Pateicoties vairākiem veiksmīgiem oriģinālsatura projektiem (šovs “Blefs” 16+ un “Animācijas” +AUDZIS kontā), proporcionāli visstraujāk savu auditoriju *YouTube* platformā pieaudzējuši pusaudžu un jauniešu saturam veltītie kanāli. +AUDZIS vidēji nedēļā sasniegtā auditorija palielinājās par 2509 %, vidēji nedēļā sasniedzot 6,57 tūkstošu auditoriju, bet 16+ nedēļas auditorijas apjoms *YouTube* sasniedza 6,42 tūkstošus, kas ir par 212,7 % vairāk nekā 2023. gadā.

Pozitīva sasniegtās auditorijas dinamika arī “Sporta Studija” (+8,8 %), “Supernova” (+40,8 %), “Province” (+1,7 %) un LSM Bērnistaba (+1,3 %) kontiem. Samazinoties publicētā satura apjomam, auditorijas samazinājums vērojams “4. studijas” kontam (-28,7 %). Mazāk auditorijas sasniegts arī caur LTV korporatīvo kontu (-13,1 %).

2024. gadā ļoti pārliecinoši turpināja augt LTV un LSM.lv pārvaldīto kontu auditorijas TikTok platformā, plašākas auditorijas sasniedzot gan ziņu, gan izklaides, gan jauniešu, gan sporta satura segmentā. Arī šajā platformā vislielākā auditorijas vērība pievērsta ziņām, LTV Ziņu dienesta kontam vidēji nedēļā sasniedzot 432,79 tūkstošu auditoriju (+134,4 % pret 2023. gadu), LSM+ kontam – 92,08 tūkst. (-24,3 % pret 2023. gadu) un LSM.lv kontam – 65,36 tūkst. auditoriju (+264 % pret 2023. gadu).



Grafiks nr. 34. Nozīmīgākie konti TikTok platformā 2024. gadā pēc vidēji nedēļā sasniegtās auditorijas, datu avots: TikTok, Reach

LTV un LSM.lv sociālo mediju konti kalpojuši arī par būtisku auditorijas piesaistes resursu LSM.lv portālam, vidēji mēnesī ģenerējot 398,2 tūkstošus portāla apmeklējuma sesiju (-13,9 % pret 2023. gadu). Sociālo mediju auditorijas plūsmas pamatavots 2024. gadā bija *Facebook* (78,7 % no apmeklējumiem), tam sekoja *X* (bij. *Twitter*) – 18,5 % no apmeklējumu sesijām un *Instagram* – 1,6 % no apmeklējumu sesijām, bet *WhatsApp*, *Threads*, *YouTube* un *BlueSky* nodrošināja 1,2 % no sociālo mediju iniciēto portāla apmeklējuma sesiju kopapjomu.

Lielākajā daļā gadījumu sociālo mediju auditoriju piesaistījis LSM.lv ziņu portāla saturs latviešu valodā (88,91 % no visām apmeklējumu sesijām), 4,79 % gadījumu auditorijas plūsma vedusi uz LSM+ saturu, bet 5,4 % no sociālo mediju aktivētajām apmeklējuma sesijām piesaistījis REplay.lv.

3.2.6. LTV un LSM.lv raidieraksti

Raidieraksti kā formāts LTV un LSM.lv veidotajā saturā iekļauti ierobežotā apjomā. 2024. gadā auditorija četrās platformās – *Spotify*, *Apple Podcasts*, *YouTube* un LSM portālā – varēja sekot līdzi sešu nosaukumu raidierakstiem, no kuriem divi – “LSMnīca” un “Kas notiek Latvijā?” – savu ceļu pie auditorijas sāka 2023./2024. gada rudens sezonā.

Pēc summārās visu platformu auditorijas plašāko iedzīvotāju interesi 2024. gadā piesaistījis LTV Ziņu dienesta veidotais raidieraksts “Dzīvei nav melnraksta”, kas gada griezumā klausīts 651,54 tūkstošus reižu. Otrs plašākais klausījumu apjoms bijis “Sporta Studijas” raidierakstam, kura klausījumu kopapjoms 2024. gadā sasniedzis 306,61 tūkstošus.

Spotify platformā LTV veidotie raidieraksti 2024. gadā klausīti vidēji 12,53 tūkstošus reižu, plašāko auditoriju ģenerējot “Kas notiek Latvijā?” raidierakstam (vidēji 3,94 tūkst. klausījumu mēnesī), “Sporta Studijas” raidierakstam (vidēji 3,74 tūkst. klausījumu mēnesī) un LTV Ziņu dienesta raidierakstiem (vidēji 3,46 tūkstoši klausījumu mēnesī). Dati par *Apple* platformu tehnisku iemeslu dēļ nav pieejami.

Vidēji 76,58 tūkstošus skatījumu mēnesī izdevies piesaistīt *YouTube* platformā publicētajiem raidierakstiem, no kuriem populārākais – LTV Ziņu dienesta veidotais raidieraksts “Dzīvei nav melnraksta” ar vidēji 54,3 tūkstošiem skatījumu mēnesī. 28,55 tūkstošus skatījumu mēnesī nesuši arī LSM portālā publicētie raidieraksti.

3.2.7. Ziņu auditorijas digitālajās platformās

2024. gadā auditorijas pieprasījums pēc ziņu satura LTV digitālajās platformās palielinājās. LTV digitālajās vietnēs ziņu saturs vidēji nedēļā skatīts 823,9 tūkstošus reižu, satura iknedēļas unikālo lietotāju apjomam pārsniedzot 302 tūkstošus.

	LSM.lv ziņas (kopā)	t. sk. LSM.lv ziņas latv. val.	t. sk. LSM+ ziņas ¹⁰	REplay.lv	LTV.LSM
Skatījumi ('000)					
2023	725,58	478,77	213,03	9,81	14,22
2024	780,29	568,12	222,59	49,01	- ¹¹
Lietotāju kopskaits ('000)					
2023	274,17	168,55	92,43	6,2	9,64
2024	287,92	194,78	98,26	14,26	-

Tabula nr. 35. Ziņu satura vidējā nedēļas auditorija LSM.lv ('000), datu avots: GA4

Par pamatvietni ziņu un aktuālās informācijas ieguvei auditorija izvēlējusies LSM.lv portālu, kur ziņas skatītas vidēji 780,29 tūkstošus reižu nedēļā (+7,5 % pret 2023. gada vidējo rādītāju; skatījumu apjoma pieaugums absolūtos skaitļos 54,71 tūkst.), ziņu satura lietotāju apjomam palielinoties līdz 287,92 tūkstošiem nedēļā (+5 % pret 2023. gada vidējo rādītāju; nedēļas lietotāju apjoma pieaugums absolūtos skaitļos 13,75 tūkst.).

Aizvien stabilāku vietu ziņu skatīšanās paradumos ieņem arī sabiedrisko mediju OTT (*over-the-top*) platforma REplay.lv. 2023. gadā LTV.LSM un REplay.lv platformās kopā ziņas tika skatītas vidēji 24 tūkstošu reižu, bet šogad nedēļas skatījumu apjoms REplay.lv ir divas reizes lielāks, sasniedzot 49,01 tūkstoti skatījumu (+104 % pret 2023. gada vidējo rādītāju). Skatījumu apjoma pieaugums galvenokārt saistāms ar ievērojami augstāku ziņu satura patēriņa regularitāti, nevis platformas ziņu auditorijas kopapjoma pieaugumu. Unikālo lietotāju skaits OTT platformas ziņu saturam ir samazinājies par 10 %, ik nedēļu sasniedzot vidēji 14,26 tūkstošu auditoriju.

3.3. Satura pieejamība personām ar invaliditāti

2024. gadā atbilstoši izvirzītajiem mērķiem būtiski palielināts satura apjoms, kas tiek nodrošināts ar subtitriem un/vai zīmju valodas tulkojumu, turklāt šis satura apjoms kļuvis aizvien daudzveidīgāks satura žanru ziņā un šāda satura klāsts arvien tiek papildināts. Vērienīgākais projekts, kas satura piekļūstamības ziņā tika realizēts 2024. gadā, ir LTV1 divu stundu garā ziņu raidījuma “Rīta Panorāma” paralēlā tiešraide LTV7, kas tiek nodrošināta ar zīmju valodas tulku lielajā logā. Tas bija iespējams, jo satura piekļūstamības nodrošināšanai mērķtiecīgi palielināts nepieciešamais finansējums.

Papildus 2024. gada nogalē tika aktīvi uzsākta vairāku mākslīgā intelekta (MI) rīku testēšana, kas tālāk ļautu operatīvi saturu nodrošināt ar subtitriem latviešu valodā. Tā kā iepriekš jau uzsvērts, ka satura pieejamības nodrošināšanai pieejamie tehniskie, cilvēku un finanšu resursi sasnieguši maksimumu, tālākai apjoma kāpināšanai būs nepieciešami citi tehniskās infrastruktūras risinājumi un MI rīku izmantošana ir būtisks priekšnosacījums. Jāpiebilst, ka subtitru nodrošinājums pārraidāmajam vai publicētajam audiovizuālajam saturam ne tikai palielinās satura apjomu, bet arī paplašinās sabiedrības loku, kas lieto šo saturu (vājdzirdīgi, seniori, cittaunieši), bet neprot zīmju valodu.

¹⁰ Līdz 08.2024. dati atspoguļo RUS.LSM un ENG.LSM sadaļu ziņu summāro auditoriju, izslēdzot auditoriju pārklāšanos; no 08.2024. – LSM+ ziņas krievu, ukraiņu, poļu, baltkrievu un angļu valodā.

¹¹ Ziņu saturs LTV.LSM sadaļā 2024. gadā netiek publicēts.

3.3.1. Pieejamība LTV1 un LTV7

2024. gadā LTV lineārajā apraidē pārraidīja un ar subtitriem vai surdotulkojumu nodrošināja 37 % no LTV1 un LTV7 kopējām raidstundām.¹² Tas ir par 3 % vairāk nekā 2023. gadā un būtiski pārsniedz plānoto apjomu.

¹² Raidstundas – raidapjoms, izņemot paziņojumiem – pašreklāmai, kultūras/sociālajiem paziņojumiem – paredzēto raidlaiku.

	Subtitri	Tulkojums zīmju valodā
LTV1	2445,40 h / 29,22 %	934,90 h / 11,17 %
LTV7	2519,41 h / 30,61 %	265,73 h / 3,23 %

Tabula nr. 36. Lineārajos kanālos nodrošinātā satura pieejamība subtitru un zīmju valodas veidā

Ar surdotulkojumu nodrošinātas ziņas un ziņu speciālizlaidumi saistībā ar aktuāliem sabiedriski politiskiem notikumiem Latvijā un pasaulē, tostarp Eiropas Parlamenta vēlēšanu raidījumi un citi informatīvi analītiski raidījumi. Kā jau iepriekš minēts, kopš 2024. gada rudens paralēli LTV1 tiešraidei LTV7 ar palielinātu zīmju valodas tulka attēlu tiek nodrošināts rīta ziņu raidījums “Rīta Panorāma”.

Tulkojums zīmju valodā tika nodrošināts arī tādiem pasaules mēroga sporta notikumiem kā Pasaules čempionāts hokejā, Olimpisko spēļu atklāšanas un noslēguma ceremonijas, Olimpiskās studijas, Paraolimpisko spēļu atklāšanas un noslēguma ceremonijas. Ar zīmju valodas tulkojumu nodrošināti Latvijas Republikas neatkarības atjaunošanas gadadienas pasākumi – 4. maija, 11. un 18. novembra svētku pasākumu pārraides. Ar zīmju valodas tulkojumu piedāvāti arī kultūras un izklaides pasākumi, piemēram, dziesmu konkurss “Supernova”, kā arī raidījumi bērniem – “Bardaks bēniņos”, “Divas Tutas un Ziemassvētku dāvanas”. Tāpat kā darbdiēnās “Rīta Panorāma”, bērnu oriģinālsaturs brīvdienų rītos LTV1 paralēli tika nodrošināts ar zīmju valodas tulkojumu lielajā logā LTV7.

Papildus subtitrēti kultūras, izklaides, izglītojošie un dzīvesstila raidījumi, kā arī dokumentālās filmas, mākslas filmas un seriāli.

3.3.2. Pieejamība REplay.lv

Attīstot satura piekļūstamības tvērumu, REplay.lv lapas pārbūve notikusi, iespējami daudz vadoties pēc *Lighthouse accessibility* ieteikumiem un vadlīnijām. Platformā ieviesti krāsu kontrasti, *aria-label* apzīmējumi, uzlabota pārvietošanās ar *Tab* taustiņu u. c.

	Subtitri Satura vienību skaits (vai % īpatsvars) no kopējā pakalpojumā izvietoto vienību skaita (pārskata periodā pilnās satura vienības, ieskaitot saturu ar <i>catch-up</i> tiesībām un saturu, kas publicēts līdz 01.01.2025.)	Tulkojums zīmju valodā Satura vienību skaits (vai % īpatsvars) no kopējā pakalpojumā izvietoto vienību skaita (pārskata periodā pilnās satura vienības, ieskaitot saturu ar <i>catch-up</i> tiesībām un saturu, kas publicēts līdz 01.01.2025.)
REplay.lsm.lv (attiecībā uz pilno VOD platformā pieejamo saturu)	9,63 % (3028 no 31 459)	11,43 % (3595 no 31 459)

Tabula nr. 37. REplay.lv publicētās satura vienības (pilnie ieraksti gada laikā) ar subtitriem vai tulkojumu zīmju valodā

Kopumā internetā 2024. gada laikā nodrošinātas 1911 pārraides ar palielinātu zīmju valodas tulka attēlu. Zīmju valodā nodrošinātas tiešraides par Eiropas Parlamenta vēlēšanām. Atspoguļotas arī Pasaules čempionāta hokejā spēles un diskusijas studijā, Latvijas Republikas neatkarības atjaunošanas gadadienas pasākumi, 11. un 18. novembra svētku pasākumu pārraides, Ukrainas prezidenta Volodimira Zelenska vizīte Latvijā, “Kilograms kultūras” balvas pasniegšanas ceremonija. Nodrošināts tulkojums zīmju valodā olimpisko spēļu atklāšanas un noslēguma ceremonijām, Parīzes paraolimpisko spēļu atklāšanas un noslēguma ceremonijām, kā arī 16 Olimpisko studiju un paraolimpiskās delegācijas sagaidīšanas ceremonijas tulkojums zīmju valodā. Zīmju valodas tulkojums nodrošināts arī Mazajam pasaules diktātam latviešu valodā.

2024. gadā platformā izvietotas un bijušas pieejamas 3595 satura vienības ar tulkojumu zīmju valodā (t. sk. ar ierobežotām *catch-up* tiesībām, ieskaitot uzkrāto saturu no iepriekšējiem periodiem) un 3028 vienības ar subtitriem (t. sk. seriāliem – katra sērija, arī saturs ar ierobežotām *catch-up* tiesībām, ieskaitot uzkrāto saturu no iepriekšējiem periodiem).

3.3.3. Pieejamība LSM.lv

2024. gadā regulāri publicētas LR Ziņu dienesta sagatavotās ziņas vieglajā valodā. Kopumā publicēti 358 ziņu izlaidumi.¹³

3.4. Jaunas auditorijas sasniegšanas plāna izpildes novērtējums

2024. gadā stiprināta LTV darbība un satura piedāvājums digitālajā vidē, kas novērtēta kā iespēja sasniegt jaunu auditoriju. Lineārā apraide saglabā savu nozīmību, bet vispārējā auditorijas samazināšanās tendence un satura lietošanas paradumi liecina, ka lineārajā vidē nav iespēju būtiski audzēt auditoriju. Vienlaikus LTV1 joprojām saglabāja visvairāk skatītās televīzijas statusu. Digitālajā vidē LTV paredzēja sasniegt ekonomiski aktīvo iedzīvotāju un bērnu, jauniešu auditoriju. Lai to paveiktu, veikti būtiski tehnoloģiski un saturiski uzlabojumi pašu veidotajās digitālajās platformās, strādāts pie satura digitālajām platformām un sociālajiem medijiem u.c.

2024. gadā tika veikta REplay.lv uzlabošana un stiprināšana. Izveidota jauna REplay.lv administrācijas vide, optimizējot darba procesus. Ieviestas vairākas jaunas funkcionalitātes – atskaņošanas saraksti, video satura dalīšana ar grāmatzīmju palīdzību u. c. Veikta meklētāja algoritmu optimizācija, ieviesta meklējumu vēsture. Meklēšanas ērtumu uzlabo jaunu metadatu imports.

Gada beigās REplay.lv nodalīts audio un video saturs, būtiski uzlabojot audio satura patēriņa ērtumu. Izveidots jauns audio mediju atskaņotājs, un portālam tiek piedāvāta gaišā un tumšā dizaina versijas. Palielināts *web-only* satura piedāvājums gan ierakstu, gan tiešraīžu veidā. Nodrošināts lielāks raidījumu un tiešraīžu apjoms ar tulkojumu zīmju valodā.

¹³ <https://www.lsm.lv/temas/zinas-vieglaja-valoda/>

LSM+ izveidotas jaunas ziņu portāla valodu versijas ukraiņu, poļu un baltkrievu valodā.

Gatavojoties Eiropas Parlamenta vēlēšanām, izveidota jauna versija partiju izvērtēšanas rīkam – “Partiju šķirotavai”. Izveidota arī Olimpisko spēļu sadaļa, ļaujot platformā vienlaikus skatīties vairākas tiešraides, ko nevarēja nodrošināt TV ēters. Veikti arī citi tehniski un saturiski uzlabojumi.

Notika LTV redakciju veidota satura eksponēšana digitālajās platformās, aizvien vairāk veidojot tieši digitālajām platformām paredzētu saturu. Daļa no pasākumu, koncertu, sporta notikumu tiešraidēm un ierakstiem jau sākotnēji tika plānota digitālajām platformām.

Sākts darbs pie digitālās studijas plāna, kur veidot tieši digitālajai videi paredzētu saturu. Ir sākti darbi pie studijas izveides Daugavpilī.

LTV turpināja darbu, lai sasniegtu auditoriju sociālajos medijos, kur 2024. gadā ir uzrādīti labi rezultāti. Sociālajos medijos izveidota un nostiprināta auditorijas datu apkopošana un analīze, kā arī izmantoti digitālā mārketinga rīki jaunas auditorijas sasniegšanai.

2024. gadā tika strādāts pie bērnu un jauniešu satura stiprināšanas. Tika izveidota atsevišķa redakcija plānveidīgā un konsekventā darbam ar šo saturu. Izveidots plašs satura piedāvājums atbilstošajai mērķgrupai, ko veiksmīgi izdevies sasniegt (sīkāk skatīt 3.2 Sasniegtā auditorija digitālajā vidē).

4. SABIEDRISKĀ LABUMA MĒRĶI UN UZDEVUMI

Sabiedriskā labuma izvērtēšanas metodoloģija izstrādāta, ņemot vērā SEPLPL noteikto vispārējo stratēģisko mērķi un sabiedrisko mediju darbības pamatprincipus.

Sabiedriskā labuma izvērtējums tiek veikts, balstoties uz sešiem noteiktajiem sabiedriskā labuma mērķiem – sabiedrība, demokrātija, kultūra, zināšanas, radošums, sadarbība – un četriem caurviju rādītājiem – sasniedzamība, kvalitāte, ietekme, ieguldīto līdzekļu atdeve. Ņemot vērā iedzīvotāju aptauju rezultātā noteiktās sabiedriskā labuma indikatoru vērtības, SEPLP LTV un portālam LSM.lv noteikusi sasniedzamās sabiedriskā labuma mērķu vērtības.

Saskaņā ar auditorijas sniegto novērtējumu 2024. gadā LTV ir izdevies sasniegt izvirzītos mērķus attiecībā uz piedāvātā satura kvalitāti, kultūras un zināšanu saturu. Lai arī pakāpeniski palielinās arī LTV un LSM.lv snieguma novērtējums attiecībā uz Sabiedrības indikatoru, kas raksturo medija spēju savā saturā reprezentēt dažādu sabiedrības grupu viedokli un intereses, kā arī Demokrātijas indikatoru, kurā vētīts medija nodrošināto ziņu un analītiskās informācijas vispusīgums un uzticamība, sabiedriskā labuma indikatoros Sabiedrība, Demokrātija un Radošums mērķa vērtības tomēr nav sasniegtas. Tās SEPLP izvirzīja ļoti ambiciozas, paredzot pieaugumu vidēji par 10 %. Auditorijas vērtējums tik strauji nemainās, un kaut arī visos trijos indikatoros LTV vērojams pieaugums, mērķa vērtības nav sasniegtas. Jāatzīmē, ka straujas satura izmaiņas iespējamas, ja ir pieejams adekvāts satura finansējums. 2024. gadā finansējums satura attīstībai nebija pietiekams, lai realizētu jaunus, plašus satura projektus, kas būtiski spētu mainīt sabiedrības viedokli par LTV piedāvājumu.

Pētot viedokļus par mērķa Sabiedrība sasniegšanu, dati liecina, ka neapmierinātāki ar viedokļu daudzveidību LTV saturā bija tie indivīdi, kuri ideoloģiju spektrā ir galējās pozīcijās, bet šādi indivīdi veido vien aptuveni 10 % no Latvijas sabiedrības. Tāpēc sabiedriskajiem medijiem no vienas puses, ir jāveido dialogs ar sabiedrību un jāstiprina viedokļu daudzveidība, tai skaitā iekļaujot arī mazākuma viedokļus, bet, no otras puses, šai daudzveidībai ir jābūt līdzsvarotai ar šo viedokļu pārstāvību sabiedrībā un vienlaicīgi savienojamai ar sabiedrisko mediju likumā noteikto vispārējo stratēģisko mērķi. Jāatzīst arī, ka sabiedriskā medija saturā sevi mazāk redz mazākumtautības.

Arī Demokrātijas indikators jau otro gadu ir relatīvi zemāks nekā iepriekš, tomēr dinamika ir pozitīva. Vairākos jautājumos, kas ietverti Demokrātijas indikatora aprēķinā, ir pieaugums par vairākiem procentpunktiem attiecībā uz to sabiedrības daļu, kas pozitīvi vērtē Latvijas sabiedrisko mediju darbu, tikai vienā gadījumā īpatsvaram esot zemākam nekā iepriekš: sabiedrisko mediju spējai palīdzēt atpazīt dezinformāciju un viltus ziņas. Vienlaicīgi vislielākais pieaugums salīdzinājumā ar iepriekšējo aptaujas vilni ir jautājumā par sabiedrisko mediju spēju motivēt kritiski domāt un spriest par apkārt notiekošo.

Reaģējot uz šo indikatoru lēnāku pieaugumu, nekā noteikts SEPLP noteiktajos mērķos, šogad aptaujā tika iekļauti papildu jautājumi, kas ļauj izdarīt secinājumus par iedzīvotāju vērtīborientāciju un ideoloģiskajām pozīcijām, lai tādējādi sniegtu padziļinātu izpratni par to, kuras sabiedrības grupas pozitīvāk vai kritiskāk vērtē sabiedriskos medijus. Aptaujas datu analīze liecina, ka apmierinātāki ar Latvijas sabiedrisko mediju saturu lielākoties ir mērenu vai centrisku uzskatu pārstāvējošie, bet neapmierinātākas ir sabiedrības grupas, kas pauž relatīvi radikālākus uzskatus – un tādi, kā jau iepriekš minēts, ir aptuveni 10 % Latvijas iedzīvotāju.

Attiecībā uz Radošumu, sabiedrisko mediju spēja iedvesmot iedzīvotājus ir uzlabojusies, tāpat arī novērojams, ka sabiedriskie mediji joprojām ir spēcīgi cilvēkstāstu žanrā, kas jau vairākus gadus ir teju visaugstāk novērtētais sabiedrisko mediju darbs sabiedrības skatījumā. Šis rādītājs vērs uzmanību, ka daudzveidība saturā respondentu ieskatā tiek vērtēta kontekstuāli. No vienas puses, iedzīvotāji ir kritiski pret to, vai sabiedrisko mediju saturā ir viedokļu daudzveidība. No otras puses, cilvēku veidsmju un neveidsmju, un pieredžu atspoguļojums vērtēts daudz pozitīvāk. Tas nozīmē, ka sabiedriskajiem medijiem ir prasme atspoguļot Latvijas sabiedrības

daudzveidību, bet tas mazākā mērā notiek attiecībā uz sabiedrībā pastāvošajām daudzveidīgajām vērtīborientācijām, bet vairāk uz cilvēku dzīves pieredzi.

4.1. Sabiedrība

Misija: sabiedriskie mediji ataino sabiedrību un tās daudzveidīgās grupas, palīdzot izprast kopīgo, un veido pamatu sabiedrības attīstībai un labklājībai.

Mērķis: nodrošināt daudzpusīgu Latvijas sabiedrības pašizziņu, pārstāvēt iedzīvotāju daudzveidību, veidojot izpratni starp dažādām sabiedrības grupām un meklējot kopīgo.

Gads	Kopā	LTV	LR	LSM.lv
Bāzes vērtība	57 %	56 %	58 %	58 %
2023 mērķis	57 %–60 %	56 %–59 %	58 %–61 %	58 %–61 %
2023 izpilde	48 %	49 %	49 %	46 %
2024 mērķis	57 %–60 %	56 %–59 %	58 %–61 %	58 %–61 %
2024 izpilde	49 %	51 %	49 %	47 %

4.2. Demokrātija

Misija: sabiedriskie mediji nodrošina sabiedrību ar vispusīgu un uzticamu informāciju, ziņu, informatīvi analītisko un pētniecisko saturu, kā arī veido diskusiju platformu.

Mērķis: veidot sabiedrības izpratni par sabiedrībai nozīmīgiem lēmumiem, sekmēt pierādījumos balstītu lēmumu pieņemšanu, informēt sabiedrību par sociālpolitiskām aktualitātēm, veicināt politisko atbildīgumu un medijpratību, vairojot izpratni par mediju lomu demokrātijā.

Gads	Kopā	LTV	LR	LSM.lv
Bāzes vērtība	51 %	50 %	53 %	52 %
2023 mērķis	51 %–55 %	50 %–55 %	53 %–56 %	52 %–55 %
2023 izpilde	44 %	44 %	43 %	44 %
2024 mērķis	51 %–55 %	50 %–55 %	53 %–56 %	52 %–55 %
2024 izpilde	45 %	46 %	44 %	45 %

4.3. Kultūra

Misija: sabiedriskie mediji saglabā, veido un attīsta Latvijas kultūrtelpu, nodrošinot tās klātbūtni pasaulē.

Mērķis: radīt saturu, kas veido un bagātina Latvijas kultūrtelpu, stiprināt Latvijas nacionālo identitāti, sekmēt kultūras jaunradi, apzināt kultūras mantojumu, to padziļināti izzinot un rodot pielietojumu mūsdienās.

Gads	Kopā	LTV	LR	LSM.lv
Bāzes vērtība	43 %	46 %	44 %	38 %
2023 mērķis	43 %–47 %	46 %–49 %	44 %–47 %	38 %–43 %
2023 izpilde	48 %	52 %	48 %	44 %
2024 mērķis	43 %–47 %	46 %–49 %	44 %–47 %	38 %–43 %
2024 izpilde	50 %	53 %	49 %	47 %

4.4. Zināšanas

Misija: sabiedriskie mediji vairo sabiedrības zināšanas un uzlabo iedzīvotāju dzīves kvalitāti.

Mērķis: nodrošināt skaidrojošu saturu, kas veicinātu sabiedrības tiesību pratību (zināšanas par tiesībām un pienākumiem), finanšu pratību, veidotu izpratni par mūžizglītības lomu, savstarpējo attiecību veidošanu ģimenē

un ar bērniem, fizisko un mentālo veselību un citiem tematiem, kas ļautu iedzīvotājiem uzlabot savu ikdienas dzīves kvalitāti.

Gads	Kopā	LTV	LR	LSM.lv
Bāzes vērtība	40 %	39 %	42 %	35 %
2023 mērķis	40 %–45 %	39 %–45 %	42 %–45 %	35 %–40 %
2023 izpilde	44 %	45 %	44 %	44 %
2024 mērķis	40 %–45 %	39 %–45 %	42 %–45 %	35 %–40 %
2024 izpilde	46 %	46 %	48 %	46 %

4.5. Radošums

Misija: sabiedriskie mediji atbalsta un veicina iedzīvotāju pašizpaušmi, savu talantu atklāšanu, kā arī iedvesmo uzdrīkstēties darīt un realizēt sevi.

Mērķis: iedvesmot un sekmēt sabiedrības radošumu, izaugsmi un uzņēmību visās dzīves jomās, tajā skaitā veicinot starpnozaru un paaudžu sadarbību.

Gads	Kopā	LTV	LR	LSM.lv
Bāzes vērtība	45 %	46 %	45 %	41 %
2023 mērķis	45 %–49 %	46 %–49 %	45 %–49 %	41 %–46 %
2023 izpilde	38 %	41 %	39 %	34 %
2024 mērķis	45 %–49 %	46 %–49 %	45 %–49 %	41 %–46 %
2024 izpilde	40 %	43 %	41 %	36 %

4.6. Caurviju rādītāji – sasniedzamība, kvalitāte, ietekme

Caurviju rādītājiem “Sasniedzamība”, “Kvalitāte”, “Ietekme” tiek noteikti šādi sasniedzamie rādītāji trīs gadu periodā:

4.6.1. Sasniedzamība (lieto vismaz reizi nedēļā)

Gads	Kopā	LTV	LR	LSM.lv
Sasniedzamība				
Bāzes vērtība	76 %	63 %	42 %	43 %
2023 mērķis	n/a	63 %–65 %	49 %–50 %	51 %–53 %
2023 izpilde	73 %	57 %	40 %	45 %
2024 mērķis	76 %	63 %	42 %	48 %
2024 izpilde	76 %	58 %	40 %	54 %
Sasniedzamība specifiskās mērķa grupās				
Bāzes vērtība	Jaunieši (15–24)	73 %	58 %	43 %
	Mazākumtautības	64 %	41 %	31 %
2023 mērķis	Jaunieši (15–24)	n/a	52 %–58 %	51 %–54 %
	Mazākumtautības	n/a	35 %–40 %	31 %–36 %
2023 izpilde	Jaunieši (15–24)	65 %	44 %	38 %
	Mazākumtautības	60 %	32 %	27 %
2024 mērķis	Jaunieši (15–24)	73 %	52 %–58 %	43 %–45 %
	Mazākumtautības	62 %	35 %–40 %	31 %–36 %
2024 izpilde	Jaunieši (15–24)	72 %	52 %	33 %
	Mazākumtautības	64 %	31 %	28 %

4.6.2. Kvalitāte

Gads	Kopā	LTV	LR	LSM.lv
------	------	-----	----	--------

Bāzes vērtība	53 %	44 %	41 %	46 %
2023 mērķis	44 %-51 %	44 %-51 %	41 %-50 %	46 %-51 %
2023 izpilde	53 %	56 %	51 %	52 %
2024 mērķis	49 %-55 %	52 %-58 %	47 %-53 %	48 %-54 %
2024 izpilde	53 %	55 %	50 %	54 %

4.6.3. Ietekme

Gads	Kopā	LTV	LR	LSM.lv
Bāzes vērtība	44 %	45 %	47 %	39 %
2023 mērķis	44 %-50 %	45 %-50 %	47 %-50 %	39 %-46 %
2023 izpilde	45 %	46 %	45 %	45 %
2024 mērķis	44 %-50 %	45 %-50 %	47 %-50 %	39 %-46 %
2024 izpilde	49 %	42 %	44 %	44 %

Lai sekotu tam, kā iedzīvotāju vērtējumā tiek nodrošināta SEPLPL 2. pantā minētā sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu vispārējā stratēģiskā mērķa un 3. pantā noteikto sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu darbības pamatprincipu izpilde, kā arī, lai sabiedriskie elektroniskie plašsaziņas līdzekļi sabiedriskā pasūtījuma ikgadējā plānā sniegtu informāciju arī par citiem rādītājiem un to izpildi, Padome noteikusi specifiskus rādītājus un to mērķa vērtības.

Padomes ieskatā ir svarīgi nodrošināt izcilu satura kvalitāti, vairot sabiedrības uzticēšanos sabiedriskajiem elektroniskajiem plašsaziņas līdzekļiem kopumā, kā arī nodrošināt satura pieejamību digitālajā vidē, ņemot vērā jau notiekošo un nākotnē prognozējamo mediju lietošanas paradumu maiņu.

Cik lielā mērā jūs uzticaties [satura veidotājiem]?					
Gads	Mērķgrupa	Kopā	LTV	LR	LSM.lv
Bāzes vērtība	Kopā	46 %	44 %	50 %	43 %
	Jaunieši (15–24)	56 %	56 %	53 %	59 %
	Mazākumtautības	26 %	22 %	24 %	32 %
2023 mērķis	Kopā	46 %–50 %	44 %–48 %	50 %–53 %	43 %–48 %
	Jaunieši (15–24)	56 %–60 %	56 %–58 %	53 %–56 %	59 %–60 %
	Mazākumtautības	26 %–32 %	22 %–28 %	24 %–30 %	32 %–36 %
2023 izpilde	Kopā	49 %	48 %	52 %	49 %
	Jaunieši (15–24)	58 %	55 %	56 %	65 %
	Mazākumtautības	29 %	26 %	26 %	37 %
2024 mērķis	Kopā	48 %–52 %	45 %–9 %	50 %–3 %	44 %–49 %
	Jaunieši (15–24)	56 %–60 %	56 %–58 %	53 %–6 %	59 %–60 %
	Mazākumtautības	29 %–32 %	23 %–8 %	24 %–0 %	32 %–36 %
2024 izpilde	Kopā	48 %	47 %	51 %	48 %
	Jaunieši (15–24)	57 %	53 %	57 %	60 %
	Mazākumtautības	29 %	18 %	35 %	38 %

[Satura veidotājs] piedāvā kvalitatīvu saturu.				
Gads	Kopā	LTV	LR	LSM.lv
Bāzes vērtība	45 %	40 %	48 %	48 %
2023 mērķis	45 %–51 %	40 %–48 %	48 %–52 %	48 %–52 %
2023 izpilde	52 %	50 %	54 %	53 %
2024 mērķis	45 %–50 %	40 %–48 %	48 %–52 %	48 %–52 %
2024 izpilde	53 %	51 %	56 %	52 %

[Satura veidotājam] ir svarīga loma Latvijas valsts attīstībā.				
Gads	Kopā	LTV	LR	LSM.lv
Bāzes vērtība	49 %	53 %	52 %	40 %
2023 mērķis	49 %–53 %	53 %–54 %	52 %–56 %	40 %–45 %
2023 izpilde	53 %	58 %	54 %	46 %
2024 mērķis	49 %–53 %	53 %–54 %	52 %–56 %	40 %–45 %
2024 izpilde	55 %	58 %	57 %	49 %

[Satura veidotājs] ziņu un aktuālās informācijas raidījumos pārstāv visas sabiedrības intereses.				
Gads	Kopā	LTV	LR	LSM.lv
Bāzes vērtība	47 %	44 %	51 %	49 %
2023 mērķis	47 %–51 %	44 %–48 %	51 %	49 %–51 %
2023 izpilde	43 %	43 %	43 %	42 %
2024 mērķis	47 %–51 %	44 %–48 %	51 %	49 %–51 %
2024 izpilde	43 %	42 %	43 %	43 %

[Satura veidotājs] ziņu un aktuālās informācijas raidījumos ataino dažādus viedokļus, arī tos, kuri atšķiras no mana.				
Gads	Kopā	LTV	LR	LSM.lv
Bāzes vērtība	60 %	59 %	61 %	59 %
2023 mērķis	60 %–63 %	59 %–63 %	61 %–63 %	59 %–63 %
2023 izpilde	54 %	55 %	55 %	54 %
2024 mērķis	60 %–63 %	59 %–63 %	61 %–63 %	59 %–63 %
2024 izpilde	54 %	55 %	53 %	53 %

[Satura veidotājs] stiprina manu piederības sajūtu Latvijai.				
Gads	Kopā	LTV	LR	LSM.lv
Bāzes vērtība	57 %	57 %	61 %	50 %
2023 mērķis	57 %–60 %	57 %–60 %	61 %	50 %–54 %
2023 izpilde	50 %	50 %	48 %	39 %
2024 mērķis	57 %–60 %	57 %–60 %	61 %	50 %–54 %
2024 izpilde	50 %	51 %	53 %	46 %

[Satura veidotājs] piedāvā man vērtīgu un saistošu saturu par kultūru				
Gads	Kopā	LTV	LR	LSM.lv
Bāzes vērtība	46 %	47 %	42 %	49 %
2023 mērķis	46 %–50 %	47 %–51 %	42 %–48 %	49 %–52 %
2023 izpilde	57 %	60 %	51 %	59 %
2024 mērķis	46 %–50 %	47 %–51 %	42 %–48 %	49 %–52 %
2024 izpilde	57 %	59 %	51 %	61 %

[Satura veidotājs] atspoguļo jaunumus objektīvi un neitrāli, nepaužot personisko attieksmi				
Gads	Kopā	LTV	LR	LSM.lv
Bāzes vērtība	45 %	43 %	46 %	49 %
2023 mērķis	45 %–50 %	43 %–48 %	46 %–50 %	49 %–52 %
2023 izpilde	42 %	40 %	43 %	44 %
2024 mērķis	45 %–50 %	43 %–48 %	46 %–50 %	49 %–52 %
2024 izpilde	43 %	42 %	44 %	44 %

[Satura veidotājs] motivē kritiski domāt un spriest par man apkārt notiekošo				
Gads	Kopā	LTV	LR	LSM.lv
Bāzes vērtība	54 %	50 %	59 %	54 %
2023 mērķis	54 %–58 %	50 %–54 %	59 %	54 %–57 %
2023 izpilde	44 %	43 %	43 %	45 %
2024 mērķis	54 %–58 %	50 %–54 %	59 %	54 %–57 %
2024 izpilde	47 %	49 %	45 %	46 %

[Satura veidotājs] iedvesmo mani uzdrīkstēties darīt, būt uzņēmīgam				
Gads	Kopā	LTV	LR	LSM.lv
Bāzes vērtība	30 %	29 %	32 %	29 %
2023 mērķis	n/a	n/a	n/a	n/a
2023 izpilde	24 %	26 %	24 %	22 %
2024 mērķis	30 %–36 %	29 %–35 %	32 %–36 %	29 %–34 %
2024 izpilde	27 %	27 %	27 %	25 %

[Satura veidotājs] sniedz jaunas un noderīgas zināšanas par uzņēmējdarbību				
Gads	Kopā	LTV	LR	LSM.lv
Bāzes vērtība	47 %	46 %	48 %	48 %
2023 mērķis	n/a	n/a	n/a	n/a
2023 izpilde	48 %	47 %	44 %	52 %
2024 mērķis	47 %–50 %	46 %–50 %	48 %–51 %	48 %–51 %
2024 izpilde	48 %	48 %	48 %	46 %

5. SABIEDRISKĀ PASŪTĪJUMA GADA PLĀNA UZDEVUMI

5.1. Sabiedrība

5.1.1. Valstiski nozīmīgu un starptautiskas nozīmes notikumu atspoguļojums

Uzdevums: Nodrošināt valstiski nozīmīgu un starptautiskas nozīmes notikumu atspoguļošanu, tajā skaitā atbilstoši normatīvajiem aktiem.

Plaši dažādās platformās atspoguļotas Eiropas Parlamenta vēlēšanas – gan priekšvēlēšanu periods, gan vēlēšanu gaita un rezultāti. Īpašs vēlēšanu saturs tika veidots gan lineārajā apraidē, gan LSM.lv un LSM+.

Ukrainas prezidenta Volodimira Zelenska vizīte Rīgā – nodrošinātas tiešraides LTV1 un LSM.lv. Bukarestes devītnieka tikšanās Rīgā – nodrošinātas tiešraides LSM.lv, RUS.lsm.lv un sociālo mediju kontos.

4. maijā translēts svētku dievkalpojums, Saeimas svinīgā sēde, Nacionālo bruņoto spēku reģionālā parāde Rēzeknē, valsts augstāko apbalvojumu pasniegšanas ceremonija. Īpašs saturs veidots LSM.lv un RUS.lsm.lv platformās, kā arī sociālās tīklošanās vietnēs.

Pasaules čempionāts hokejā – spēļu translācijas un “Hokeja studija”, ziņu reportāžas.

Vasaras XXXIII olimpiskās spēles. Īpašs saturs LSM.lv un RUS.lsm.lv, kā arī sociālajos medijos.

Eiropas Parlamenta vēlēšanu un Pasaules čempionāta hokejā saturs gatavots arī bērnu un jauniešu platformām.

1. maijā – īpašs saturs par godu Latvijas dalībai Eiropas Savienībā 20 gadu garumā dažādās platformās. Veidots saturs gadadienai, kopš Latvija iestājās NATO.

Lāčplēša dienā 11. novembrī translēts ekumeniskais dievkalpojums, pārraidīts svinīgais pasākums “Pār Daugavu sasaucoties”, veidots ziņu speciālizlaidums ar tiešraides pieslēgumiem Brāļu kapiem, svecīšu sienai pie Rīgas pils un stāstīts par Lāčplēša dienas svinībām novados.

Latvijas Republikas proklamēšanas 106. gadadienā 18. novembrī pārraidīti valsts svētku pasākumi – ekumeniskais dievkalpojums, Saeimas svinīgā sēde, Nacionālo bruņoto spēku parāde, valsts augstāko apbalvojumu pasniegšanas ceremonija, svinīgais koncerts Nacionālajā teātrī, pasākums pie Brīvības pieminekļa un Valsts prezidenta uzruna.

Atspoguļoti valstiski svarīgi kultūras notikumi – kino balva “Lielais Kristaps”, mūzikas nozares “Lielā mūzikas balva”, literatūras nozares balvas “LaLiGaBa”, teātra nozares nozīmīgākā gada balva “Spēlmaņu nakts” (šīm balvām nodrošināti arī sabiedrības balsojumi LSM.lv) un citi svarīgi notikumi, Rīgas Doma kora skolas 30 gadu jubilejas koncerta ieraksts, Latvijas Etnogrāfiskā brīvdabas muzeja simtgade u. c.

Jauniešu saturā iekļautas satura vienības par valstiski nozīmīgu un starptautiskas nozīmes notikumu uzsvēršanu +AUDZIS un 16+ kanālos. Valsts svētkos tika publicēts izglītojošs saturs +AUDZIS TikTok kontā, savukārt 16+ kanālā tika veidota intervija ar Valsts prezidentu, kur tika uzdoti dažādi jauniešu iesūtītie jautājumi; 16+ kanālā tika veidots pieredzes stāstu apkopojums no trim paaudzēm par Baltijas ceļu.

Starptautiski svarīgos notikumos, piemēram, hokeja čempionātā, tika veidotas atsevišķas epizodes gan pusaudžu, gan jauniešu TikTok kanālos. Līdzīgs saturs tika veidots arī par olimpiskajām spēlēm. Jauniešu redakcijas digitālajos kanālos tika veidots informatīvs un izglītojošs saturs par Eiropas Parlamenta vēlēšanām.

Tiešraidē LTV pieslēdzās Parīzes Dievmātes katedrāles atklāšanai pēc postošā ugunsgrēka.

Viens no nozīmīgākajiem sociālpolitiskajiem notikumiem un satura projektiem “Dod pieci!” noticis LTV, LSM.lv un LR sadarbojoties vairākus mēnešus.

5.1.2. Saturs bērniem, pusaudžiem un jauniešiem

Uzdevums: Nodrošināt saturu bērniem, pusaudžiem, jauniešiem, kas veicina jaunu cilvēku potenciāla atklāšanu un identitātes veidošanu, izmantojot katras šīs auditorijas grupas sasniegšanai piemērotākās platformas lineārajā un digitālajā vidē.

Atbilstoši plānotajam tika realizēts bērnu un jauniešu saturs gan lineārajā apraidē, gan digitālajās platformās, sociālās tīklošanās vietnēs.

Darbojās Mediju akadēmija, kuras dalībnieki gan ieguva jaunas zināšanas, gan izmantoja šīs zināšanas praksē, piedaloties bērnu un jauniešu platformu satura izveidē.

Ir veidoti vairāki raidījumi, lai veicinātu jaunu cilvēku potenciāla atklāšanu un identitātes veidošanu. +AUDZIS kanālā izstrādāta vides ilgtspējas raidījuma “Humpalu medības” 3. sezona, kur atklātā pieteikšanas kārtā jebkurš dalībnieks varēja pieteikt savu dalību raidījumā. Tika izveidots jauns formāts, erudīcijas raidījums “Reāli?”, kur jaunieši varēja iesūtīt savus sagatavotos uzdevumus video formātā šova dalībniekiem.

Pusaudžu kanālā izveidots jauna formāta raidījums “Animācijas”, kurā, apkopojot jauniešu pieredzes stāstus, tika radītas animētas sērijas ar mērķi runāt par nopietniem, pusaudžiem aktuāliem tematiem izklaidējošā veidā. Animācijas sērijās apspriestie temati: pusaudžu attiecības, finanšu pratība, mentālā veselība, izdegšana, krāpniecība internetā, medijpratība – viltus ziņas, ķermeņa labbūtība u. c.

16+ kanālā tika veikts atvērts pieteikšanās konkurss, kur jaunieši varēja kļūt par šova “Blefs” dalībniekiem. Tika apspriesti dažādi temati – finanšu pratība, mentālā veselība un fiziskā labbūtība, attiecības, identitātes veidošana un citi.

18. novembrī tika izveidots atbilstošs jauniešu saturs, tika arī intervēts Latvijas Republikas prezidents Edgars Rinkēvičs.

“Mediju akadēmijā” tika izveidota jauna rubrika “Sāniela”, kur jaunieši ielu intervijās varēja izteikt savu viedokli par dažādiem aktuāliem tematiem un kopumā varēja saprast jauniešu auditorijas nostāju dažādos jautājumos.

Abās platformās – gan pusaudžu, gan jauniešu – ir veidoti vairāki *TikTok* projekti, kur piedāvātas aktualitātes, izglītojošs vai informatīvs saturs, kā arī uzzināti jauniešu viedokļi.

Bērnu saturā nozīmīgu apjomu sniedz neatkarīgie producenti ar saviem satura projektiem, kuri ir jau iemīļoti bērnu auditorijā, ir izklaidējoši, droši un arī izzinoši: “Ričija Rū pasakas”, “Tutas lietas”, “Emī un Rū”, “Ukulele”, “Tutas deju ritmi” u. c.

Projektā “Teātris.zip” izrādītas divas bērnu izrādes.

5.1.3. Sabiedrības daudzveidība

Uzdevums: Saturā reprezentēt sabiedrības daudzveidību, tajā skaitā mazākumtautības un to valodas, dzimumu līdztiesību, citas mazākuma grupas, kā arī reliģiskās grupas.

Sabiedrības daudzveidības atspoguļojums plaši pārstāvēts LTV saturā, demonstrējot dažādību, gan veidojot cilvēkstāstus, gan to parādot dažādos raidījumos, konkrēti – mazākumtautību portālā LSM+.

Sākot ar 2024. gada augustu, multimediju mazākumtautību platforma LSM+ paplašināja piedāvājumu, piedāvājot saturu vismaz četrās mazākumtautību valodās: krievu, ukraiņu, poļu un baltkrievu. Katrai valodai ir atsevišķa vietne, un tajās radītais saturs tiek tulkots arī LSM.lv latviešu valodas versijā, tādējādi nodrošinot piekļuvi plašākai auditorijai.

Sociālās un politiskās aktualitātes, piemēram, Krievijas iebrukums Ukrainā, tiek regulāri atspoguļotas šajā platformā, piedāvājot ne tikai ziņas, bet arī intervijas ar Ukrainas ekspertiem, bēgļu stāstus un dokumentālās filmas. Viens no šādiem piemēriem ir dokumentālā filma “Daugavpils. Jaunās mājas?”, kas stāsta par Ukrainas bēgļiem, kuri pēc kara sākuma atrada patvērumu Latvijā. Līdz 2024. gada 31. decembrim LTV7 kanālā tika saglabātas ziņas krievu valodā, nodrošinot uzticamu informāciju auditorijai, kas galvenokārt patērē ziņas krievu valodā.

LSM+ arī turpināja attīstīt saturu digitālajā vidē, izveidojot satura kanālus tādās platformās kā *YouTube*, *Facebook*, *TikTok*, *Telegram*, *Instagram*, kā arī lielākajās podkāstu platformās, piemēram, *Spotify* un *Apple Music*. Tajās publicēti sižeti par Latvijas cilvēkiem, profesijām un nodarbībām, kas reti tiek atspoguļoti tradicionālajos ziņu formātos, un tika uzsākts jauns *WhatsApp* ziņu kanāls.

Turpinot atspoguļot mazākumtautību kultūras un vēstures aspektus, poļu valodā veidoti stāsti par Latvijas poļiem, bet baltkrievu valodas sadaļā – par Latvijas baltkrieviem un svarīgākajiem notikumiem Baltkrievijā un Latvijā.

LSM+ arī rūpējās par ukraiņu valodā radīto saturu, piedāvājot brīvprātīgo, bēgļu un Ukrainas civiliedzīvotāju cilvēkstāstus, kā arī intervijas ar ekspertiem. Tika sagatavoti titri krievu valodā LTV dokumentālajai filmai “Karš Ukrainā: 1000 dienu nakts”.

Atspoguļoti svarīgākie notikumi pārskata periodā – Krievijas saktā pilna apjoma iebrukuma Ukrainā gadadiena, valsts svētki, Eiropas Parlamenta vēlēšanas u. c. Izveidota dokumentālā filma “Daugavpils. Jaunās mājas?” par ukraiņu bēgļiem, kā arī plaši stāstīts par Krievijas izraisītā nežēlīgā kara gaitu. Tika sākts mēneša ziņu projekts “Kas notika...” krievu un ukraiņu valodā.

Reliģiskās grupas tika reprezentētas ne tikai ar dievkalpojumiem, bet arī ar ekumeniskiem pasākumiem un translācijām no Aglonas un Vatikāna. LTV raidījums “Lielās patiesības” piedāvāja diskusijas par reliģijas jautājumiem, sniedzot plašu skatījumu uz šiem tematiem.

Pusaudžu un jauniešu saturā tika īpaši iesaistīti ukraiņu jaunieši, kuri dalījās savā pieredzē ar latviešu vienaudžiem, apsprieda valodas atšķirības un diskutēja par latviešu dziesmām un izteicieniem. Tādējādi gan LSM.lv, gan LSM+ platformā tika nodrošināta daudzveidīga un iekļaujoša sabiedrības grupu reprezentācija, veidojot saturu, kas atspoguļo dažādu etnisko, kultūras, dzimumu un reliģisko grupu pieredzi, vērtības un tradīcijas.

Dažādu sabiedrības grupu viedoklis tika uzklauts arī labdarības maratonā “Dod pieci!”, kur sabiedrības pārstāvji neatkarīgi no vecuma, tautības vai etniskās piederības dalījās savos stāstos.

Projektā “Teātris.zip” demonstrēta izrāde krievu valodā “Hamlets”.

5.1.4. Saturs par cilvēkiem ar invaliditāti un satura pieejamība

Uzdevums: Nodrošināt saturu par cilvēkiem ar invaliditāti un satura pieejamību cilvēkiem ar invaliditāti, tajā skaitā iesaistot arī satura veidošanā.

Kā iepriekš minēts, 2024. gadā būtiski tika palielināts satura apjoms, kas nodrošināts ar subtitriem vai tulkojumu zīmju valodā: no 34% 2023. gadā līdz 37% 2024. gadā. LTV1 – 2445,4 h jeb 29,22 % no raidstundām nodrošinātas ar subtitriem, 934,9 h jeb 11,7 % – ar tulkojumu zīmju valodā. LTV7 subtitri 2519,41 h jeb 30,61 % un 265,73 h jeb 3,23 % nodrošināti ar zīmju valodas tulkojumu. REplay.lv ieviesti vairāki piekļūstamības risinājumi un sadaļas “Nedzirdīgajiem” ietvaros oriģinālsaturs tiek nodrošināts ar zīmju valodas tulku palielinātā attēlā. Kopumā 2024. gadā REplay.lv ar zīmju valodas tulkojumu tika nodrošinātas 1911 pārraides.

Regulāri cilvēku ar invaliditāti aktuāli jautājumi un problēmas tiek atspoguļoti ziņu raidījumos un sekots solītajiem risinājumiem. Tas attiecas gan uz “Mūžīgo bērnu” sižetu sērijās skartajiem jautājumiem, par dienas centru izveidi reģionos, par dažādu palīgīdzekļu pieejamību, par bērnu ar invaliditāti vasaras nometnēm. Eiropas Parlamenta vēlēšanu kontekstā vēršam arī uzmanību balsošanas iecirkņu nepieejamībai cilvēkiem riteņkrēslos.

Raidījums “4. studija” regulāri risina problēmas, kas skar cilvēkus ar invaliditāti, tiek risināts vides un pakalpojumu pieejamības jautājums.

Ziemassvētku laikā pārraidīts pasākums “Nāc līdzās Ziemassvētkos”, kurā piedalās talantīgi bērni un pusaudži ar īpašām vajadzībām.

2024. gada integrētās satura uzskaites rezultāti liecina, ka saturs par cilvēkiem ar invaliditāti bijis 1,15 % no oriģinālsatura, kas ir salīdzinoši apmierinošs rādītājs iepretim tādām dominējošām virstematikām kā iekšpolitika (15,62 %), kultūra (9,51 %), analītika (7,42 %). Turklāt tematika par cilvēkiem ar invaliditāti un viņu reprezentācija konsekventi atspoguļota iepirkta satura ietvaros – spēlfilmās, dokumentālajās filmās un arī seriālos.

Nodrošinātas Parīzes paraolimpisko spēļu translācijas, paraolimpiešu sagaidīšanas pārraide (lidosta, Brīvības piemineklis), t. sk. digitālajās platformās.

Papildus esošajam cikla raidījumu un sleju nodrošinājumam ar subtitriem vai tulkojumu zīmju valodā, 2024. gada ar zīmju valodas tulkojumu tika nodrošināti arī tādi projekti kā izklaides šovs “Supernova 2024”, Hokejas studijas raidījumi par hokeja čempionāta laikā, EP vēlēšanām veltītās debates, ziņu speciālizlaidumi un vēlēšanu nakts raidījums, vairāki bērnu satura raidījumi, valsts svētku dienu pasākumi pieejami ar surdotulkojumu epizodēm.

Bērnu raidījums “Bardaks bēniņos” ir pieejams ar surdotulkojuma epizodēm. Visas epizodes ir pieejamas ar surdotulkojumu arī REplay platformā.

5.1.5. Reģionu reprezentācija

Uzdevums: Nodrošināt līdzsvarotu Latvijas reģionos dzīvojošo iedzīvotāju un notikumu reprezentāciju

Integrētās satura uzskaites rezultāti liecina, ka reģionu atspoguļojumā dominē Rīga (2,29 %), kam seko Latgale (1,16 %), Vidzeme (1,01 %) un Zemgale (0,59 %).

Reģioni atspoguļoti gan LTV raidījumos, gan ziņās, gan tiešraidēs un pasākumu ierakstos. Turpinājās raidījumu cikli – “Zemes stāsti” (6 raidījumi 2024. gadā), “Tas notika šeit” 5. sezona, “Pa straumei” 5. sezona, “4. studija”, “Ielas garumā”, “Province”, “Īstās latviju saimnieces”, labdarības maratons “Dod pieci!”. Mazās uzņēmējdarbības sākšana, tostarp reģionos, atspoguļota raidījumu ciklā “Tava darīšana”.

Ziņu raidījumos regulāri atspoguļoti notikumi reģionos, turpinās reģionu ziņu rubrika “Dienas ziņās”. LTV reģionālo korespondentu Vidzemē un Latgalē, kā arī sadarbības partneru – reģionālo televīziju pastiprinātā uzmanības lokā bija temati, kas saistīti ar pašvaldību budžetiem, tostarp darba dienu skaita samazināšanu, un to spēju nodrošināt novadu iedzīvotājiem nepieciešamos pakalpojumus. Turpināja šķētināt daudzšķautņaino tematu par skolu tīkla sakārtošanu un uzturēšanu, par sabiedriskā transporta pieejamību un iedzīvotāju mobilitātes iespējām. Saturā pastiprināta uzmanība pievērsta Latgales reģionam – gan analizējot ekonomiskās atpalicības sekas un to, kādus risinājumus iesaka OECD eksperti, gan kontekstā ar robežas tuvumu – kā pierobežas pašvaldības ietekmē nelegālās migrācijas jautājumi un robežas stiprināšanas pasākumi. Arī to, vai vietējie uzņēmēji pietiekami tiek iesaistīti konkursos, nodrošinot robežas pretmobilitātes pasākumus. Ziņu saturā daudz vēstīts par dažādiem veiksmīgiem projektiem, kas īstenoti pašvaldībās, – gan nelieli, gan vērienīgi, piemēram, Liepājas speciālās ekonomiskās zonas attīstība. Veidoti arī sižeti par kultūras, sporta notikumiem, par kopienu aktivitātēm, cilvēkstāsti.

Reģionos svarīgi temati un interesanti, iedvesmojoši cilvēki atspoguļoti arī raidījumā “Aculiecinieks”, kā arī “Rīta Panorāmas” saturā.

Reģioni atspoguļoti LSM.lv un LSM+ sadaļās.

Arī Kultūras raidījumu redakcijas veidotie raidījumi “Kultūršoks”, “Kultūrdeva”, kā arī “Kultūras ziņas” regulāri atspoguļoja kultūras notikumus Latvijas reģionos.

Dalībnieki no Latvijas reģioniem piedalās bērnu un jauniešu raidījumos. Raidījumā “Gudrs, vēl gudrāks” plaši reprezentēti reģionos dzīvojošie skolēni.

Latvijas reģionos dzīvojošo iedzīvotāju un notikumu reprezentācija tika nodrošināta, publicējot +AUDZIS kanālā “Pa straumei” sērijas, kuras iepazīstina ar dažādām Latvijas upēm un ietver šajās epizodēs arī reģionos dzīvojošu cilvēku pieredzes stāstus.

5.1.6. Saturs par diasporu un diasporai

Uzdevums: Nodrošināt saturu par diasporu un satura pieejamību diasporai, arī iesaistot diasporas pārstāvjus satura veidošanā.

Diaspora atspoguļota Eiropas Parlamenta vēlēšanu saturā, 4. maija svinību saturā. Ārvalstīs dzīvojošo problēmas reizēm risinātas raidījumā “4. studija”. Portāls LSM.lv sadarbojies ar diasporas autoriem, kā arī ar portālu latviesi.com.

Ziņās diaspora atspoguļota ievērojami plašāk, jo tika noslēgts sadarbības līgums ar latviesi.com, kas paredz attīstīt brīvprātīgo reportieru tīklu, lai iespējami plašāk un kvalitatīvāk varētu veidot dažādu žanru materiālus. Ieguldot konsultatīvo atbalstu no Rīgas, veicinām materiālu kvalitātes uzlabošanu un saturisko daudzveidību.

Kultūras saturā atspoguļota kolektīvu gatavošanās XVI Latviešu dziesmu un deju svētkiem Kanādā. Diaspora atspoguļota raidījumā “Literatūra” un citos raidījumos (atbilstoši tematikai).

Diaspora visā pasaulē joprojām var sekot LTV saturam digitālajā kanālā VisiemLTV.lv, savukārt Eiropas Savienības valstīs esošajiem Latvijas iedzīvotājiem, kuriem ir pieejams Smart ID vai eParaksts, joprojām nodrošināta iespēja piekļūt visam – tostarp ģeogrāfiski ierobežotajam – saturam REplay.lv.

Portāls LSM turpināja sadarbību ar diasporas autoriem satura veidošanā.

5.1.7. Profesionālā un amatieru sporta atspoguļojums

Uzdevums: Nodrošināt profesionālā un amatieru (tautas) sporta notikumu atainošanu, īpaši ar Latvijas sportistu līdzdalību, tajā skaitā nodrošināt sporta un sporta politikas analīzi.

LTV translāciju formātā pārraidīja vai bija klāt faktiski visos Latvijai svarīgākajos sporta notikumos. Atspoguļots Pasaules čempionāts hokejā, Rīgas maratons, Pasaules kauss un Pasaules čempionāts biatlonā, Eiropas čempionāts vieglatlētikā, kā arī basketbolista Kristapa Porziņģa kļūšana par NBA čempionu.

Galvenais akcents likts uz žurnālistu klātbūtni sacensībās ārzemēs. Tas dod iespēju translāciju tiešraidēs sniegt aktuālo informāciju un intervijas no arēnām, izvietot operatīvu saturu sociālajos medijos, sagatavot ziņu sižetus, kā arī paplašinātas reportāžas studijas raidījumiem.

Lielākā uzmanība tika veltīta Parīzes olimpisko un paraolimpisko spēļu atspoguļošanā, kas faktiski bija gada svarīgākie notikumi Latvijas sportā.

Pēc 10 gadu pārtraukuma radās iespēja pilnvērtīgi translāciju formā atspoguļot Latvijas futbola izlases spēles oficiālajos turnīros.

Sporta analītikas jomā 2024. gada 1. pusgadā veidota bērnu sporta aktualitātēm veltīta sižetu sērija “Patiesā uzvara”, kas analizēja bērnu vecāku iesaistes pozitīvos un negatīvos aspektus, kā arī akcentēja problēmu risināšanas virzienus. Saturs iekļauts raidījumā “Sporta studija” un izvietots sociālajos medijos. Šī sižetu sērija bija iepriekšējā sezonā uzsāktās tematikas tiešs turpinājums.

Turpināta arī analītisko sižetu sērija sestdienas “Panorāmas” sporta ziņās, kas gada garumā pētīja Latvijas sporta jomas problēmas. Īpaši izceļama sižetu sērija pirms Parīzes olimpiskajām spēlēm “Kas jāmaina olimpiskajās spēlēs?”, kur aktualizētas problēmas gan Latvijā gan pasaulē.

Cilvēkstāstu formātā atspoguļots tautas sports. Raidījumā “Sporta studija” veidota sižetu sērija “Darītāji”, kurā atspoguļoti bērnu un jauniešu sporta entuziasti, kuri altruistiski veicina sportošanu dažādās interešu un vecuma grupās, kas visbiežāk ir tautas sporta līmenis.

Arī Ziņu dienests sūtījis savus korespondentus gan uz Pasaules čempionātu hokejā, gan uz Olimpiskajām spēlēm, lai iespējami plašāk visa veida saturā atspoguļotu gan sporta, gan līdzjutēju aktivitātes.

Ikdienas sporta notikumi un translācijas atspoguļotas LSM.lv un LSM+ sporta saturā. Sākta ciešāka LTV Sporta redakcijas un LSM.lv sadarbība. Paplašinājusies sadarbība arī ar Latvijas Radio sporta žurnālistiem.

LSM.lv piedāvāja teksta tiešraides un svarīgāko notikumu apskatus ne tikai par sporta pārraidēm, ko piedāvāja LTV, bet arī par nacionāla mēroga sporta notikumiem, ko rādīja citi, piemēram, par RFS futbola spēlēm Eiropas

līgā, rallija pasaules čempionāta posmiem Latvijā. LSM.lv sporta apskatnieku publikācijas papildināja arī intervijas ar sporta personībām no Latvijas un diasporā.

Lielākie sporta notikumi atspoguļoti īpašā saturā pusaudžu un jauniešu platformās. Jauniešu redakcijas digitālajos kanālos tika atspoguļots pasaules čempionāts hokejā, kā arī olimpiskās spēles, veidojot izglītojošus video, kas jauniešiem sīkāk izskaidro aktuālos notikumus.

5.2. Demokrātija

5.2.1. Ziņu saturs

Uzdevums: Nodrošināt daudzpusīgu, redakcionāli neatkarīgu, kvalitatīvu un neitrālu ziņu saturu dažādās platformās, plašāk un mērķēti sasniedzot dažādu mērķauditoriju grupas.

Ik dienu nodrošināta saturiski plaša, kvalitatīva, daudzveidīga un neitrāla ziņu plūsma gan lineārajā ēterā, gan digitālajās platformās. Ziņu dienesta sociālo mediju redaktori īpaši seko un pēta auditorijas atšķirības un intereses dažādās platformās, attiecīgi piedāvājot un daudzveidojot saturu un pasniegšanas veidu.

Visās platformās atspoguļoti būtiskākie notikumi Latvijā un arī ārvalstīs, piemēram, Ukrainas kara gadskārta un Ukrainas Neatkarības diena, Eiropas Parlamenta vēlēšanas, dalības ES un NATO gadskārta, NATO Austrumu flanga valstu samits, NATO samits un ģenerālsekretāra maiņa, ASV prezidenta vēlēšanas, arī citi valstiski svarīgi notikumi, kultūras un sporta aktualitātes.

Eiropas Parlamenta vēlēšanas – gan priekšvēlēšanu periods, gan vēlēšanu gaita un rezultāti īpaši plaši tika atspoguļoti LSM.lv un LSM+.

Sadarbībā ar “Providus” LSM.lv radīta specializēta, izsvērtā partiju pielaikošanas vietne. Lai veicinātu sabiedrības līdzdalību vēlēšanās, visu priekšvēlēšanu laiku portāli piedāvāja saturu “Kas man no tā?”, kā arī multimedijālajai videi īpaši piemērotu vēlēšanu rezultātu atspoguļojumu. Vēlēšanu laikā LSM.lv piedāvāja arī plašu saturu par vēlēšanu rezultātiem citās valstīs sadarbībā ar mākslīgā intelekta iespējoto projektu “Eiropas perspektīva”.

Turpinājās arī LSM.lv Birokrātijas balvas projekts.

Turpinājās darbs pie regulāra ziņu apskata formāta izstrādes bērnu un jauniešu satura redakcijai. Abos jauniešu kanālos tika publicēti informatīvi izglītojoši video par Eiropas Parlamenta vēlēšanām. Kā arī, iesaistot ukraiņu jauniešus, tika veidots saturs Ukrainas kara gadskārtā.

Gada nogalē LTV dažādās platformās, žanros un tematikās veidoti gada apskati.

5.2.2. Informatīvi analītiskais, diskusiju un debašu saturs

Uzdevums: Nodrošināt daudzpusīgu un kvalitatīvu informatīvi analītisko, diskusiju un debašu saturu – politisko, ekonomisko, sociālo, kultūras, vides ilgtspējas, reģionālās attīstības, izglītības, zinātnes, uzņēmējdarbības, valsts drošības un sporta jomas procesu izpēti un analīzi.

Daudzpusīgs un kvalitatīvs, analītisks diskusiju un debašu saturs tika nodrošināts raidījumos “Šodienas jautājums”, “Viens pret vienu” un “Kas notiek Latvijā?”. Ārpolitikas aktualitāšu analītiku nodrošināja raidījums “Pasaules Panorāma”, plaši pievēršoties gan notikumiem Ukrainā un Tuvajos Austrumos, gan protestiem Gruzijā un prezidentūras maiņai ASV. Analizējot valsts drošības un reģionālās politikas notikumus raidījumā “Šodienas jautājums”, vairākkārt bijušas intervijas ar ietekmīgiem ārvalstu politiķiem, piemēram, Polijas prezidentu Andžeju Dudu, ārlietu ministru Radoslavu Sikorski, arī Ukrainas premjeru Denisu Šmihaļu un pirmo lēdiju Olenu Zelensku.

Mazākumtautību multimediju platformas LSM+ redakcija līdz 2024. gada jūlijam turpināja veidot analītisko diskusiju raidījumu “TČK”. Platforma piedāvāja īpašas intervijas ar ārzemju ekspertiem un politiķiem, ekspertiem un publiskām personām no Ukrainas, kā arī ar Krievijas opozicionāriem, mūziķiem un aktieriem, kuri aizbraukuši no Krievijas pēc tās pilna mēroga uzbrukuma Ukrainai. No 2024. gada 1. septembra raidījums “TČK” tika transformēts iknedēļas raidījumā “Keis”, kas atspoguļo ļoti plašu tematu spektru.

LSM+ veidoja arī speciālas reportāžas par aktuāliem tematiem, kā arī sadarbībā ar LTV Ziņu dienestu – skaidrojošu sižetu sēriju par tematiem, kas Latvijas iedzīvotājiem jāzina un jāizprot.

Tika turpināta analītiskā satura sērija par bērnu sportu, kurā galvenais akcents tika pievērsts vecāku faktoram gan no pozitīvā, gan negatīvā viedokļa, kā arī tika veidota plaša informācija par Ziemeļvalstu pozitīvo praksi. Sižetu un sociālo mediju satura sēriju papildināja speciāla un finalizējoša diskusija studijas formātā. Plašāk par sporta jomā nodrošināto analītisko saturu skatīt 5.1.7. Profesionālā un amatieru sporta atspoguļojums.

Plašu rezonansi guva “Kultūršoka” saturs, veidots “100 gramu kultūras” diskusijas digitālajā vidē. Informatīvi analītisks saturs veidots digitālajās ziņu platformās.

Sadarbojoties vairākām redakcijām, tika veidots īpašs satura projekts “Neklusē!”, reaģējot uz raidījuma “Kultūršoks” informāciju par ilgstošu seksuālo uzmākšanos Latvijas Mūzikas akadēmijā, aicinot arī sabiedrību dalīties ar saviem pieredzes stāstiem un informāciju. Projektā tika ne tikai aktualizēta problēma un veicināta izpratne par personas privātuma robežām, bet arī panākti reāli uzlabojumi, darbība – gan prokuratūrā ierosinātas lietas, gan atstādināti darbinieki, gan pilnveidoti Ētikas kodeksi un ētikas komisiju darbs augstskolās.

Ziņu dienesta kapacitāte stiprināta ar datu analītiķi, tas ļauj regulārāk un plašāk analizēt dažādus liela apjoma datus analītiskajam saturam ikdienas ziņās. Tā, piemēram, ziņu saturā daudz analizēta Latvijas izglītības sistēma un tas, kāpēc skolēnu sekmes ir tik viduvējas. Analizēti dati par centralizēto eksāmenu rezultātiem Latvijas skolās un vidējās sekmes tālmācības skolās.

Informatīvi analītisks saturs veidots Krievijas sāktā kara Ukrainā gadadienai, Eiropas Parlamenta vēlēšanām, Pasaules hokeja čempionātam, dalības ES un NATO gadskārtām.

“Kas notiek Latvijā?” piedāvāja ļoti plašu diskusiju saturu par sabiedrībā aktuālām problēmām.

LSM.lv palielināja Latvijas un ārvalstu notikumu un procesu analītikas satura apjomu un dziļumu.

5.2.3. Pētnieciskais saturs

Uzdevums: Nodrošināt daudzpusīgu un kvalitatīvu pētniecisko saturu – politisko, ekonomisko, sociālo, kultūras, vides ilgtspējas, reģionālās attīstības, izglītības, zinātnes, uzņēmējdarbības, valsts drošības un sporta jomas procesu izpēti un analīzi.

Daudzpusīgu un kvalitatīvu pētniecisko saturu nodrošināja raidījumi “De facto” un “Aizliegtais paņēmieni”, “Kas notiek Latvijā?”, kā arī LSM.lv un LSM+.

Ziņu dienesta veidotais analītiskais raidījums “De facto” ik nedēļu piedāvā kvalitatīvu un nozīmīgu pētniecisko saturu, pievēršoties gan sociālām, gan politiski un ekonomiski svarīgām tēmām. Liela uzmanība tika pievērsta bijušā premjera Krišjāņa Kariņa privāto lidmašīnu izmantošanai, tam sekojošiem notikumiem Valsts kancelejā un Kariņa demisijai, kā arī iespējamai aplokšņu algu klātbūtnei partijā “Jaunā Vienotība”. Daudz pētīts un analizēts arī notiekošais ar “Rail Baltica” izbūvi, zāļu cenu reformu, valsts aizsardzības jomas iepirkumiem un plāniem, arī par Latvijas ekonomisko stagnēšanu un ēnu ekonomiku. “De facto” komandas žurnālisti arī iesaistījušies starptautiskos sadarbības projektos, pētot Krievijai un Baltkrievijai noteikto ekonomisko sankciju pārkāpumus.

Raidījums “Aizliegtais paņēmieni” sezonas laikā nodrošinājis tematiski ļoti dažādu un daudzveidīgu pētniecisko saturu. Lielāko sabiedrības rezonansi raisījuši raidījumi, kuros pētīja neārstējamu slimību un eitanāzijas tematu, kā arī senioru vecumdienas Latvijā, apliecinot, cik ārkārtīgi nozīmīgi sabiedrībai ir šie jautājumi. Plašāk pētīta arī alkoholisma problēma valstī, jauniešu bezdarba iemesli, ēnu ekonomikas īpatsvars, nevienmērīgā reģionālā attīstība, valsts aizsardzības plāni, cīņa ar propagandu un klimatneitralitātes jautājums.

Kultūras norises pētīja raidījums “Kultūršoks”, bet sportam pievērsās rubrika “Kas jāmaina Latvijas sportā?”.

Pētnieciskais saturs atspoguļots arī LSM.lv ziņu portālā, izveidojot īpašu sadaļu “Rokam dziļāk”, kur vienkopus atrodami pētnieciskā satura materiāli.

5.2.4. Medijpratība un mediju nozīme demokrātijā

Uzdevums: Nodrošināt saturu par medijpratību un mediju, to skaitā sabiedrisko mediju, nozīmi demokrātiskā sabiedrībā.

Mediju, arī sabiedrisko mediju problemātikai pievērsās raidījums “Kultūršoks”, Ziņu dienesta raidījumi, ziņu portāls LSM.lv, raidieraksts “Parunāsim!”, kā arī skaidrojošās slejas LSM.lv. Skaidrotas redakcionālās izvēles, sabiedrisko mediju loma, apvienošanās, sekots aktualitātēm, piedāvātas publikācijas par jaunākajiem medijpratības pētījumiem un to analīze, kā arī testi, kas palīdz pārbaudīt savas prasmes.

Bērnu un jauniešu digitālajās vietnēs atspoguļoti medijpratības un kritiskās domāšanas temati raidījumā “Reāli?” un to pavadošajā saturā platformā +AUDZIS. Jautājumi integrēti arī spēlē “Gudrs, vēl gudrāks”.

5.2.5. Eiropas Parlamenta vēlēšanu atspoguļojums

Uzdevums: Nodrošināt līdzsvarotu un politisko viedokļu daudzveidību aptverošu Eiropas Parlamenta (EP) vēlēšanu atspoguļošanu un Priekšvēlēšanu aģitācijas likuma prasību ievērošanu.

Realizēts projekts “Izvēlies nākotni!”, Eiropas Parlamenta priekšvēlēšanu debates un ekspertu diskusija pirms debatēm.

Ziņu speciālizlaidumi EP vēlēšanu dienā un pēcvēlēšanu dienā, kā arī ziņu speciālizlaidums vēlēšanu rezultātu paziņošanai. Vēlēšanu nakts raidījums. Pēcvēlēšanu diskusija ar ievēlētajiem EP deputātiem no Latvijas, kas tika rīkota Strasbūrā.

“Kas notiek Latvijā?” ietvaros izveidots četru raidījumu cikls “Kam jābūt Eiropas Parlamentā?”. Primāri tas izvietots digitālajā vidē LSM.lv, pēc tam LTV1.

Tika veidots bērnu un jauniešu saturs Eiropas Parlamenta vēlēšanām digitālajās platformās.

Eiropas Parlamenta vēlēšanas – gan priekšvēlēšanu periods, gan vēlēšanu gaita un rezultāti īpaši plaši tika atspoguļoti LSM.lv. Sadarbībā ar “Providus” radīta specializēta, izsvērtā partiju pielaišanas vietne. Lai veicinātu sabiedrības līdzdalību vēlēšanās, visu priekšvēlēšanu laiku portāli piedāvāja saturu “Kas man no tā”,

kā arī multimedijālajai videi īpaši piemērotus vēlēšanu rezultātus. Vēlēšanu laikā LSM.lv piedāvāja arī plašu saturu par vēlēšanu rezultātiem citās valstīs sadarbībā ar mākslīgā intelekta iespējoto projektu “Eiropas perspektīva”.

Veidots īpašs izglītojoši informatīvs saturs pusaudžu un jauniešu auditorijai TikTok kanālā, lai informētu un izglītotu par Eiropas Parlamenta vēlēšanām.

5.2.6. Informatīvi analītiskais saturs, reaģējot uz notikumiem Ukrainā

Uzdevums: Reaģējot uz notikumiem Ukrainā, stiprināt informatīvi analītiskā satura kapacitāti, nodrošināt kvalitatīvas informācijas pieejamību mazākumtautībām un kara bēgļiem no Ukrainas.

Ukrainas saturs atspoguļots plaši dažādās platformās – gan lineārajā, gan digitālajā vidē.

LTV nodrošināja saturu mazākumtautībām un kara bēgļiem no Ukrainas, īpaši platformā LSM+, kur pieejams saturs mazākumtautību, t. sk. ukraiņu valodā.

LSM+ platformā ukraiņu valodā <https://ukr.lsm.lv/> piedāvāts plašs saturs ukraiņu bēgļiem, tostarp video intervijas ar ekspertiem ukraiņu valodā. Gan šajā platformā, gan LSM.lv un eng.LSM.lv, gan lineārajā apraidē tika veidots saturs kara Ukrainā gadskārtai.

LSM+ tika izveidota dokumentālā filma “Daugavpils. Jaunās mājas?” par ukraiņu bēgļu dzīvi Daugavpilī. Dokumentālās filmas veidoja arī LTV Ziņu dienests.

Tika publicēts “Latvijas kanona” digitālais saturs ukraiņiski.

Savukārt ukraiņu jaunieši tika iesaistīti LTV pusaudžu un jauniešu satura projektos.

5.3. Kultūra

5.3.1. Nacionālās kultūras daudzveidība un tradīcijas

Uzdevums: Nodrošināt daudzpusīgu un kvalitatīvu saturu par nacionālās kultūras daudzveidību un tradīcijām, pilnvērtīgi izmantojot dažādus žanrus un formātus, tajā skaitā attīstot analīzi un kritiku.

Regulārs kultūras procesu atspoguļojums katru darba dienu tiek nodrošināts raidījumā “Kultūras ziņas”, bet izvērsti kultūras notikumu apskats un kultūras procesu izvērtējums tiek nodrošināts iknedēļas kultūras žurnālā “Kultūrdeva”. Raidījumā sabalansētas dažādas kultūras jomas un mākslas žanri, pārstāvētas dažādas kultūras iestādes, pievēršot uzmanību gan visaptverošiem kultūras projektiem, gan mazāk zināmiem, dažkārt arī margināliem kultūrnotikumiem, lai atspoguļotu visplašāko kultūras notikumu spektru un procesus. “Kultūrdeva” seko aktualitātēm un piedāvā skatītājiem ieskatīties aizkulisēs, uzklaut kultūras notikumu organizētāju un mākslinieku viedokļus, kā arī veicina godīgu un kritisku skatījumu uz notikumiem dažādās nozarēs.

Katru darba dienu LSM.lv un raidījumā “Kultūras ziņas” tiek sekots norisēm dažādās kultūras nozarēs Latvijā – gan galvaspilsētā, gan reģionos. Kultūras aktualitātes katru rītu plaši atspoguļotas “Rīta Panorāmā” gan sižetu, gan dzīvās uzstāšanās veidā. Arī ikdienas ziņu saturā vēstīts par dažādiem kultūras notikumiem, kultūras pieejamību reģionos un kultūras aktualitātēm diasporā. Par kultūras nozares veiksmes stāstiem un problēmām padziļinātas intervijas bijušas gan “Šodienas jautājumā”, gan “Viens pret vienu”.

Digitālajās platformās veidota tiešraides diskusija “100 gramī kultūras”.

Projektā “Teātris.zip” veidotas sarunas ar dramaturgiem, scenāristiem, aktieriem un citiem teātra nozares pārstāvjiem par teātra lomu, nozīmi un vērtībām Latvijas kultūrtelpā.

Kultūras norises atspoguļotas arī portālā LSM.lv, kur jau šobrīd ir attīstīts recenziju žanrs. Turpmāk plānots veidot recenzijas arī par bērnu literatūru. Portāls nodrošina plašu kultūras notikumu un procesu apskatu,

pieaudzis analīzes un kritikas publikāciju apjoms. LSM.lv mūzikas apskatniece ieguvusi arī pirmo “Gamma” balvu kā labākā mūzikas apskatniece.

Tāpat kultūras norises atspoguļotas mazākumtautību platformā LSM+, stāstot par dažādām izstādēm, teātra izrādēm, filmām, grāmatām, intervējot dažādus māksliniekus gan par viņa darbiem, gan aktuāliem notikumiem pasaulē. Saturs publicēts dažādos formātos – gan rakstos, gan video formātā (sižeti, intervijas).

5.3.2. Kultūras pieejamība un klātesamība

Uzdevums: Veicināt kultūras pieejamību un radīt klātesamības sajūtu, nodrošinot tiešraides.

Tiešraidēs pārraidītas teātra lielākā apbalvojuma “Spēlmaņu nakts”, nacionālās kino balvas “Lielais Kristaps” un “Lielās mūzikas balvas” pasniegšanas ceremonijas, latgaliešu kultūras gada balvas “Boņuks” laureātu sumināšana. Augstvērtīga tiešraide nodrošināta no sabiedrisko mediju gada balvas kultūrā “Kilograms kultūras 2023” ceremonijas. Pārraidīta un ar papildu saturu aptverta Latvijas Literatūras gada balva jeb LaLiGaBa.

Tiešraidē pasniegtas populārās mūzikas balvas “Muzikālā banka” un pārraidīts dziesmu aptaujas “Latvijas Sirdsdziesma” fināls. Tiešraidē notikusi nacionālā dziesmu atlase “Supernova” un starptautiskais dziesmu konkurss “Eirovīzija”.

Nozīmīgi, ka 2024. gada decembrī LTV pārraidīja arī Parīzes Dievmātes katedrāles atklāšanu pēc postošā ugunsgrēka.

Nodrošināta tiešraide LSM.lv interneta platformās no Barikāžu atceres koncerta “Iet un nākt” (lineāri pārraidīts atliktajā tiešraidē), tiešraidē pārraidīts arī koncerts “Kopā ar Ukrainu!”. Svinot 20 gadus kopš Latvijas pievienošanās Eiropas Savienībai, 1. maijā tiešraidē translēts koncerts “Tu esi ES” no Latvijas Nacionālās bibliotēkas.

Realizētas un atspoguļotas daudzas tiešraides LSM.lv un LSM+ platformā un sociālajos medijos sadarbībā ar kultūras institūcijām, NVO, valsts un pašvaldību iestādēm, pētniecības institūcijām u. c.

5.3.3. Kultūrtelpu daudzveidība, notikumi Eiropā un pasaulē

Uzdevums: Nodrošināt saturu par Latvijas kultūrtelpu savdabīgumu un daudzveidību, pasaules un Eiropas kultūru.

Saturu par kultūras aktualitātēm un daudzveidību Latvijā un pasaulē katru darbdienу sniedz LSM.lv un “Kultūras ziņas”. Nodrošināts plašs saturs par notikumiem Eiropas kultūras galvaspilsētās Būdē (Norvēģija) un Tartu (Igaunija), atspoguļoti arī tādi notikumi kā Berlīnes kinofestivāls, 60. Venēcijas mākslas biennāle u. c. Neatkarīgo producentu raidījums “Skaņusaite” turpināja pievērsties Eiropas tautu tradicionālās mūzikas instrumentiem un īpašajiem dziedāšanas veidiem.

Arī LSM.lv 2024. gadā atspoguļoja virkni kaimiņvalstu kultūras un izklaides notikumu, publikācijas piedāvājot gan apkopotas izlases veidā, gan individuāli.

Daudzpusīgu ieskatu Latvijas kultūrtelpu daudzveidībā piedāvā iknedēļas raidījums “Kultūrdeva”. Raidījums “Kultūršoks” analizē un pēta kultūras norises un politiku Latvijā.

Atspoguļot dažādas kultūrtelpas turpina raidījumi “Ielas garumā”, “Tas notika šeit”, “Literatūra”, “Teātris.zip”, “Īstās latvju saimnieces” u. c. Spēcīgi un ar augstu kvalitāti sevi pieteicis raidījums “Garainis”.

Pirmizrādi piedzīvojusi dokumentālā filma “Larisa. Svešā zemē stādu rozes”, kā arī arhīviem bagāta un kino un teātra nozarē nozīmīga dokumentālā filma par aktieri Eduardu Pāvulu “Aktieris pret savu gribu”. Turpinās darbs pie filmām par repa mūzikas zvaigzni Gustavo, kā arī filmām “Staburags”, “Zaķusalas Bābele. Tornis, kas nesabruka”, “Rundāle. Četri gadalaiki” un “Ērģeles naktī”. To pirmizrādes plānotas 2025. gadā.

Projektā “Teātris.zip” ierakstītas 15 un demonstrētas 9 izrādes no lielākajiem un nozīmīgākajiem Latvijas teātriem. Izrāžu demonstrējumus papildina raidījums “Teātris.zip” studija.

Pārraidīts gadskārtējais Vīnes filharmoniku “Vasaras nakts koncerts” no Šēnbrunnas pils, kā arī Parīzes Dievmātes katedrāles atklāšanas pasākums.

Nodrošināta tiešraide no viena no lielākajiem populārās mūzikas notikumiem, dziesmu konkursa “Eirovīzija” ar Latvijas delegācijas un dziedātāja Dona dalību.

5.3.4. Latviešu valodas attīstība

Uzdevums: Veicināt latviešu valodas, tās paveidu un dialektu lietošanu un attīstību.

Jautājumi par latviešu valodas lietojumu iekļauti dažādos satura projektos, piemēram, raidījumos “Veiksme. Intuīcija. Prāts”, “Gudrs, vēl gudrāks”, “Literatūra”, “Aizliegtais paņēmiens”, kā arī ziņu un dokumentālajos raidījumos.

Projektā “Teātris.zip” demonstrēta izrāde latgaliešu valodā “Divas virtuvē, neskaitot līķi”.

Pārraidīta Latvijas Literatūras gada balvas pasniegšanas ceremonija “LaLiGaBa”, ko papildināja rakstu cikls portālā LSM.lv.

LTV regulāri atspoguļo informāciju par Latvijas literatūras jaunumiem un latviešu valodas attīstību projektā “Kultūras ziņas”, veidotas kultūras diskusijas par valodas lietojumu. LSM.lv un LTV pārraidīja Lielo diktātu latviešu un latgaliešu valodā, kā arī piedāvāja testus, lai sagatavotos šim notikumam un uzlabotu savu valodas lietošanu.

Pievēršot īpašu uzmanību latviešu valodas un lasītprasmes jautājumiem, LSM.lv radīja raidierakstu, rakstu un sociālo mediju satura sēriju “Valis”. Bērniem latviešu valodu palīdz apgūt spēles un saturs “LSM Bērnistabā”.

Tika izveidots jauns projekts pusaudžiem “Abreviatūras”, kurā runāts par latviešu valodas lietojamību. Līdzīga formāta *TikTok* sērijas tiks veidotas arī nākamajā gadā.

5.3.5. Saturs par latgaliešiem un lībiešiem

Uzdevums: Nodrošināt saturu par latgaliešiem un lībiešiem, viņu vēsturi, ikdienu un nozīmi latviešu nācijas un Latvijas identitātes veidošanā.

Ziņu un analītikas raidījumos regulāri iekļauti sižeti par nozīmīgiem notikumiem Latgales reģionā, stāstīts arī par vēsturiski svarīgām gadskārtām un personībām. Pārraidīts latgaliešu seriāls “Fati 2” un latgaliešu dziesmu koncerts “Celīs, brouļ!”.

Translēta latgaliešu kultūras gada balvas “Boņuks” ceremonija no Latgales vēstniecības “Gors”. Nodrošināts simpātijas balvas balsojums LSM.lv. Pārraidīti lībiešu svētki.

Nodrošināts aktualitāšu saturs par latgaliešiem un Latgali, kā arī skartas lībiešu aktualitātes. Pārraidīts raidījumu cikls “Lībieši tad un tagad”.

Publicētas publikācijas latgaliešu valodā LSM.lv.

LSM+ video saturā regulāri tika atspoguļoti notikumi Latgalē. Raidījumā “Jauna diena” par dzīvi Latgalē vismaz reizi nedēļā stāstīja korespondente no Daugavpils, LSM+ portālā ir atsevišķa sadaļa “Latgalē”, kurā tiek apkopota visa aktuāla informācija par šo reģionu.

5.3.6. Latgaliešu rakstu valoda un lībiešu valoda

Uzdevums: Nodrošināt latgaliešu rakstu valodas lietošanu un lībiešu valodas kā pirmiedzīvotāju valodas saglabāšanu.

LTV nodrošināts plašs saturs par Latgali, tostarp skarti latgaliešu valodas jautājumi. Integrētā satura uzskaitē liecina, ka Latgale kā tematika ziņu saturā ir visplašāk atspoguļotais reģions aiz Rīgas ar 1,15 % no kopējā satura. Savukārt būtiskākie satura projekti, kas pārraidīti latgaliešu valodā ir jau pieminētā gada balva “Boņuks”, oriģinālseriāls “Fati” un latgaliešu dziesmu koncerts “Celīs, brouļ!”. Tādējādi 2024. gada integrētās satura uzskaites rezultāts tematikā latgalieši un latgaliešu valoda ir 0,42 %.

LSM.lv skarti lībiešu un latgaliešu valodas jautājumi, tāpat veidotas publikācijas latgaliešu valodā.

5.3.7. Kultūras notikumu dokumentēšana un arhivēšana, mantojuma saglabāšana un pieejamība

Uzdevums: Nodrošināt kultūras notikumu ierakstīšanu, īstenojot kultūras mantojuma dokumentētāja un arhivētāja funkciju un audiovizuālu un audiālu jaundarbu radīšanu, audiovizuālā un audiālā mantojuma pieejamību sabiedrībai. Latvijas Televīzijai nodrošināt nacionālā audiovizuālā mantojuma pieejamību sabiedrībai, iepērkot nacionālās filmas, demonstrējot tās savu programmu un pakalpojumu ietvaros.

2024. gada pirmajā pusgadā veikti Riharda Dubras jubilejas koncerta, latgaliešu mūziķu koncerta “Celīs, brouļ!”, Rīgas Doma kora skolas 30. jubilejas, kā arī maestro Raimonda Paula koncerta “Es dziedu par Tevi” ieraksti, kas šajā pusgadā arī pārraidīti. Veikts operas “Adriāna Lekuvrēra” ieraksts, kas pirmizrādi piedzīvos otrajā pusgadā.

Iegādājoties licences no neatkarīgajiem producentiem, pārraidīts grupas “Menuets” 55 gadu jubilejas koncerts, “Astro’n’out” lielkoncerts “Arēnā Rīga”, grupas “Sudden Lights” koncertfilma, bungu un dūdu grupas “Auļi” 20 gadu jubilejas koncerts un koncerta “Imanta Ziedoņa un Raimonda Paula Dziesmu svētki” ieraksts, kā arī bērniem un vecākiem piedāvāts kolektīvu “Dzeguzīte” un “Dzintariņš” koncertuzvedums “Putnu dziesmas”, Raimonda Paula un Ineses Zanderes jaunā koncertprogramma “Ziemassvētki manā ielā”, kā arī izrādīts viens no lielākajiem populārās mūzikas koncertiem “3. Lielais koncerts Mežaparkā”, “Mesa – 25 gadi mūzikas”, “Gunta Skrastiņa dziesmu un ziņu festivāls”, koncerts “Sirds kā pērkondārd”, tā aptverot daudzveidīgus žanrus un auditorijas.

Turpināts projekts “Teātris.zip”, kurā veikti izrāžu ieraksti Latvijas lielākajos un nozīmīgākajos teātros, kā arī sagatavotas izrādes izrādīšanai lineāri un digitāli. Ierakstītas 19 izrādes.

Godinot un svinot dzejnieka Jāņa Petera 85. dzimšanas dienu, izveidoti pieci īsformāta stāsti par tautā mīlētām un zināmām dziesmām ar dzejnieka vārdiem, kam mūziku sarakstījis Raimonds Pauls. Papildus īsformāta raidījumiem veidots arī viens pusstundu ilgs stāstījums par dzejnieka Jāņa Petera dzīves ceļu viņa dziesmu ceļu kontekstā, fiksējot faktus par Petera daudzveidīgo daiļradi un sadarbību arī ar citiem nozīmīgiem latviešu komponistiem. Sadarbībā ar LSM.lv veidots papildu digitālais saturs.

TV pirmizrādi piedzīvoja latviešu spēlfilmas “Mana brīvība” un “Upurga”.

5.4. Zināšanas

5.4.1. Izglītojošs saturs un mūžizglītība

Uzdevums: Nodrošināt izglītojošu saturu, kas sekmē dzīves kvalitātes uzlabošanos un veicina tiesību prātību, finanšu prātību, izpratni par mūžizglītības lomu.

LTV Ziņu dienesta un LSM+ redakcijas sadarbībā veidots projekts “Tiekam skaidrībā” latviešu un krievu valodā par dažādu prātību jautājumiem. Sagatavots demonstrēšanai finanšu prātības raidījums “Slazds”.

Digitālās platformas atspoguļojušas mākslīgā intelekta jautājumus, dažu zinātņu un prātību jautājumus. Finanšu prātības temats integrēts 16+ platformā, kā arī +AUDZIS platformas projektā “Animācijas”.

Prātību un mūžizglītības jautājumi skarti ziņu raidījumos.

Realizēts raidieraksta “Darbmācība” cikls LSMnīcā un rakstu cikls LSM.lv par veselīgām attiecībām ar darbu. LSMnīcā un rakstu ciklā realizēts projekts par veselīgu dzīvesveidu, dzīves kvalitātes uzlabošanu “Labākās zāles”.¹⁴

LSM.lv turpināja piedāvāt saturu, kas var veicināt finanšu pratību. Gan sadarbībā ar Latvijas Banku, gan adaptējot LR raidījumu “Jauni un bagāti”, gan publikācijās par ekonomikas un finanšu jautājumiem nodrošinot pietiekami daudz skaidrojošo elementu, lai radītu izpratni par tematu.

LSM+ turpināja veidot rubriku “Ekonomikas ābece”, ko vada Latvijas Radio 4 žurnāliste. Rubrika izglīto skatītājus un vieglā valodā stāsta par ekonomiku, tās procesiem un izmaiņām.

LSM+ veltīja sižetus un intervijas par mākslīgā intelekta attīstību un dažiem zinātņu jautājumiem, tostarp runājot par fiziku un bioloģiju, par stresu un mīlestību zinātnes kontekstā.

Jauniešu un pusaudžu platformu saturā integrēts izglītojošs saturs par dzīves kvalitātes uzlabošanu, finanšu pratību un tiesību pratību. Pusaudžu digitālajā kanālā veidotas sērijas par mākslīgo intelektu, lai veicinātu jauniešu izpratni un spēju to pazīt.

Finanšu pratības temats integrēts 16+ platformā šovā “Blefs”, kā arī +AUDZIS platformas projektā “Animācijas”.

Gadskārtējā labdarības maratonā “Dod pieci!” nedēļas garumā, cieši sadarbojoties ar Latvijas Radio, izcelts veselības temats, atspoguļojot stāstus un izglītojot auditoriju par to.

5.4.2. Zinātne un tehnoloģijas

Uzdevums: Nodrošināt saturu par pasaules pieredzi, zinātni un tehnoloģijām sabiedrībai aktuālajās tematikās, pilnveidojot esošos un attīstot jaunus specializētus formātus šo tematiku atspoguļošanai.

Par zinātnes atklājumiem un tehnoloģiju sasniegumiem Latvijā un pasaulē regulāri vēsta ziņu raidījumos. “Rīta Panorāmā” bijušas vairākas sižetu sērijas par Latvijas jauniešiem zinātniekiem un nozīmīgākajiem atklājumiem, pētījumiem dažādās jomās.

LSM.lv piedāvāja aktuālo par Latvijas zinātnes sasniegto un izpētīto, tehnoloģiju jomas jaunumus un diskusijas par to lietošanu *Instagram* formātā.

LSM+ vēstīja aktualitātes par Latvijas zinātnes sasniegto un izpētīto, kā arī atspoguļoja tehnoloģiju jomas jaunumus.

+AUDZIS īstenots jauns specializēts projekts “Vai tu zini?”, kas izglīto par zinātni, spēlēm, vēsturi, aktualitātēm un citiem tematiem, tai skaitā rādīti zinātniski eksperimenti.

Zinātnes tematika regulāri parādās raidījumā “Vides fakti” ar papildu saturu LSM.lv. Tāpat tehnoloģiju tematika par mākslīgo intelektu un žurnālista lomām parādījās arī LSM.lv festivāla “Lampa” diskusijā.

Raidījums “Gudrs, vēl gudrāks” pilnveidots, integrējot jaunākās tehnoloģijas un rosinot skolēnus meklēt atbildes, analizējot pieejamo informāciju.

5.4.3. Veselība un attiecības

Uzdevums: Nodrošināt saturu par sabiedrības fizisko un mentālo veselību, attiecību veidošanu ģimenē un ar bērniem.

¹⁴ <https://www.lsm.lv/temas/labakas-zales/>

Par sabiedrības fizisko un mentālo veselību daudz runāts ziņu raidījumos. Arī jauniešu platformās un LSM.lv – gan par fizisko un mentālo veselību, gan ģimenēm ar bērniem un dažādiem ģimenes modeļiem. Temats skarts ziņu raidījumos.

LSM+ arī skar minēto tematiku. Par fiziskās un mentālās veselības jautājumiem, ģimenēm ar bērniem runāts ziņu raidījumos un rakstos.

Mentālās veselības un attiecību tematika ir integrēta pusaudžu raidījumā “Animācijas” un jauniešu raidījumā “Blefs”. Kā arī veidots starpredakciju projekts “Neklusē!” par veselīgām attiecībām un to, kā tās atšķirt, kā saredzēt līniju starp labu un nevēlamu uzmanību.

5.5. Radošums

5.5.1. Radošās industrijas, jaunrade un inovācijas

Uzdevums: Nodrošināt Latvijas radošo industriju, jaunrades un inovāciju tematikas integrēšanu saturā.

Kultūras ziņās un raidījumā “Kultūrdeva” regulāri veidots saturs, kas atspoguļo jaunradi dažādās kultūras jomās un radošo industriju nozarēs: jaunu grāmatu izdošana, kinofilmu, izrāžu veidošana, jaunu skaņdarbu un vizuālo mākslas darbu radīšana.

Tematiku kultūras nozarē aktuālu uztur arī Latvijas sabiedrisko mediju gada balva kultūrā un tās regulārie balsojumi.

Pusaudžu un jauniešu saturā skarta jaunrades tematika, turklāt jauniešiem ir iespēja darboties Mediju akadēmijā.

Turpinājušies cikla raidījumi “Latvijas Sirdsdziesma”, radošo industriju pārstāvji plaši pārstāvēti raidījumā “Daudz laimes, jubilār!”, kā arī tiešraidē no Daugavpils translēta “Muzikālā banka” un norisinājies šovs “Supernova”.

Jauns un spēcīgs satura projekts par radošo kapacitāti un spēku ir sāktais projekts “Garainis”.

Mūziķiem tika dota lieliska iespēja demonstrēt savus talantus šovā “Pārdziedi mani!”.

5.5.2. Saturs par uzņēmējdarbību

Uzdevums: Nodrošināt saturu par uzņēmējdarbības pieredzi Latvijā un padziļinātu uzņēmējdarbības vides problēmu izpēti, pilnveidojot esošos un attīstot jaunus specializētus formātus šo tematiku atspoguļošanai.

Realizēta raidījuma “Tava darīšana” 2. sezona ar pavadošo saturu LSM.lv, tostarp raidierakstu. Tematu skāris “Aizliegtais paņēmiens”, “Kas notiek Latvijā?”, ziņu saturs, LSM, LSM+.

2024. gada integrētās satura uzskaites rezultāti liecina, ka ekonomikas tematikai kopumā veltīti 4,11 % no oriģinālsatura, bet uzņēmējdarbībai specifiski 1,7 %.

Par uzņēmējdarbību un tās problēmām stāstījuši un tās analizējuši ziņu raidījumi.

5.5.3. Radošo izpausmju veicināšana, talantu atklāšana, sadarbība ar nozares profesionāļiem

Uzdevums: Veicināt Latvijas iedzīvotāju radošo pašizpausmi, talantu atklāšanu un izaugsmi. Attīstīt jaunus formātus sadarbībā ar audiālās un audiovizuālās nozares profesionāļiem, tai skaitā ārpus sabiedriskajiem medijiem.

LTV turpina sadarbību ar neatkarīgajiem producentiem. Noticis neatkarīgo producentu raidījumu ideju konkurss, kurā tālākai attīstībai izvirzītas deviņas jaunu projektu un formātu idejas, kas plānotas 2025./2026. gada sezonā.

Darbojas LTV Mediju akadēmija, turpinās projekts “Supernova”. Sākts jauns izklaidējoša šova formāts “Pārdziedi mani!”, kurā astoņi dažādu žanru mūziķi ik sestdienu atklāja savu talantu cita žanra mūzikā. Šovs tika papildināts ar izglītojošiem video par attiecīgo žanru. Nozīmīgs satura projekts, kurš akcentē radošo un intelektuālo spēku, ir jaunais raidījums “Garainis”.

Veicināta Latvijas iedzīvotāju radošā pašizpausme un jaunu talantu atklāšana LTV Mediju akadēmijā, kas ir jauniešu profesionālās izaugsmes kurss. Nodarbības jauniešiem palīdz spert pirmos soļus mediju jomā, kā arī veicina izpratni par sabiedrisko mediju kopumā, lai apzinātu nākotnes karjeras iespējas. Jaunieši apgūst dažādas prasmes no jomas speciālistiem, ko viņi vēlāk spēj izmantot paši, veidojot saturu pusaudžu un jauniešu kanāliem. Jaunieši arī kā fokusgrupu dalībnieki piedalās satura izvērtēšanā un dod savus ierosinājumus satura attīstībai.

Veidoti vairāki pusaudžu un jauniešu šovi, to skaitā jauni formāti – “Blefs” un “Reāli?”, pilnveidots raidījuma “Humpalu medības” formāts. Šajos raidījumos piedalījušies jaunieši, kuri attīstījuši savu radošo pašizpausmi un talantus.

5.6. Sadarbība

5.6.1. Sadarbība starp sabiedriskajiem medijiem, digitālo platformu attīstība

Uzdevums: Nodrošināt sadarbību starp Latvijas Radio, Latvijas Televīziju un LSM.lv struktūrvienībām satura veidošanā, attīstīt REplay.lv un multimediju saturu LSM.lv platformā.

Lielākā daļa lineāro LTV raidījumu komandu sadarbojas ar LSM.lv, kur tas nepieciešams. Tāpat sadarbība notikusi, veidojot dokumentālās filmas. Sadarbībā iesaistītas gan raidījumu komandas, gan LSM.lv formātos strādājoši iekšējie un ārējie žurnālisti.

Turpinās “Latvijas Sirdsdziesma”, “Muzikālā banka”, “V. I. P. – Veiksme. Intuīcija. Prāts”, “Gudrs, vēl gudrāks”, “Krustpunkti” LTV ēterā, “Kilograms kultūras”, sadarbība “Dod pieci!” projektā. Sadarbībā ar Latvijas Radio labdarības maratons “Dod pieci!” atklāts ar koncerta tiešraidi no Latvijas Radio 1. studijas.

Sadarbībā ar LR4 LSM+ platformā ir pieejamas “Izklāsta” tiešraides, raidījumu “Doma laukums” un “Atklātā saruna” satura adaptācijas. Raidījuma “Doma laukums” un “Atklātā saruna” interviju fragmenti pieejami videoformātā LSM+ raidījumā “Jauna diena”.

Latvijas Radio 4 savā ēterā pārraidīja mazākumtautību platformas raidījuma “TĶK” audio versiju un no 2024. gada rudens – raidījuma “Keis” audio versiju.

LTV Ziņu dienests, LSM.lv un LSM+ ik dienu koordinēja aktualitāšu saturu, daļu satura veidoja kopīgi.

LSM+ regulāri savam saturam adaptē dažādus LTV Ziņu dienesta sižetus, un gada pēdējos mēnešos redakcija adaptēja arī raidījumus: “Aculiecinieks” – “30 gadu kopš “Estonia” katastrofas”, “Aizliegtais paņēmiens” – “Gribu nomirt mierīgi”.

Plaša koordinēta starpredakciju sadarbība notikusi, atspoguļojot svarīgākos gada notikumus, kā arī projektā “Neklusē!”.

Bērnu un jauniešu satura redakcija ir sākusi sadarbību ar Radio 5 un Pieci.lv multimediju satura komandām, turpinām sadarbību arī 2025. gadā.

5.6.2. Sadarbība ar neatkarīgajiem producentiem, nevalstisko un privāto sektoru

Uzdevums: Satura radīšanā nodrošināt sadarbību ar neatkarīgajiem producentiem, ārštata autoriem, nevalstiskā un privātā sektora organizācijām. LTV programmās ne mazāk kā 10 % no oriģinālsatura paredzēt Latvijas neatkarīgo producentu veidotam oriģinālsaturam.

Notikusi plānotā sadarbība ar neatkarīgajiem producentiem, kā arī ikgadējā ideju konkursa ietvaros veikta jaunu neatkarīgo producentu piedāvātu raidījumu atlase nākamajām sezonām.

2024. gadā neatkarīgo producentu (NP) veidotā satura īpatsvars bijis teju identisks 2023. gada rezultātam – vidēji 6 % no oriģinālsatura, kam novirzīti 13,8 % no kopējā satura budžeta.

Kopumā pārraidīti visi ikgadējie cikla raidījumi: kopražojuma raidījumi “4. studija” un “Kas notiek Latvijā?”, raidījumi “Vides fakti”, “Lielās patiesības” un “Ķepa uz sirds”, kā arī īso ciklu projekti “Literatūra”, “Zemes stāsti”, “Tas notika šeit”, “Tava darīšana”, “Pa straumi”, “Skaņu saite”, “Teātra garša”, “Īstās latvju saimnieces”, “Lībieši. Tad un tagad”, “Neatkarība”, “Garainis” un “Misija latvietis”. Bērnu auditorijai NP veidoja raidījumus “Tutas lietas”, “Ukulele”, “Tutas deju ritmi”, “Emī un Rū”, kā arī veikti un pārraidīti atsevišķi koncertu ieraksti gan bērnu, gan pieaugušo auditorijai. Kā katru gadu, realizēts dokumentālo īsfilmu konkurss “Latvijas kods”, kā arī tika piedāvātas vairākas Latvijas kinodarbu televīzijas pirmizrādes, ieskaitot dokumentālās filmas un spēlfilmas.

Jāpiebilst, ka pat saglabāt nemainīgu NP veidotā satura īpatsvaru ir izaicinājums, jo satura veidošanas izmaksas nemitīgi pieaug un, lai arī NP paredzētais finansējums katru gadu tiek palielināts, tas līdz šim ir bijis nepietiekams, lai apjoma īpatsvaru straujāk kāpinātu vai pat dubultotu. Nozīmīgu NP veidotā satura apjomu rada dokumentālie raidījumi, kuru veidošanas izmaksas salīdzinājumā ar studijas raidījumiem, ir finanšu ziņā apjomīgākas.

2024. gada nogalē uzsāktas vairākas jaunas sadarbības ar neatkarīgajiem producentiem un attīstības iniciatīvas – pēc daudzu gadu pārtraukuma iniciēta oriģinālseriālu ražošanas uzsākšana – konkursa kārtībā izvēlēts seriāla projekts, kas papildinās oriģinālsatura klāstu tuvāko 2 gadu laikā. Uzsākti jauni bērnu satura projekti, kā arī palielināts finansējums Latvijas kino projektu atbalstam.

Sadarbībā ar kanālu ARTE veikts Latvijas Nacionālās operas un baleta iestudējuma “Adriāna Lekuvrēra” ieraksts.

Televīzijas pirmizrādi piedzīvojusi sadarbībā ar Vācijas studiju “DOCLIGHTS” kopproducētā dokumentālā filma “Komponists un viņa debesis. Pēteris Vasks”.

LSM.lv ir vairāki desmiti autoru katrā no attīstītajiem satura virzieniem – izglītojošajā un dzīvesstila saturā, kultūras, sporta, izklaides un ziņu analizē. LSM+ ir vairāki ārštata autori.

Bērnu un jauniešu satura redakcija sadarbojas ar ārštata autoriem, attīstot +AUDZIS “Animācijas”.

5.6.3. Sadarbība ar citiem medijiem

Uzdevums: Nodrošināt sadarbību ar citiem masu informācijas līdzekļiem, to skaitā Latvijas reģionālajiem medijiem un diasporas medijiem.

Turpinās sadarbība ar reģionālajiem medijiem un diasporas medijiem. Noslēgts sadarbības līgums ar virkni reģionālo mediju un diasporas mediju Latviesiem.com.

5.7. Integrētā satura uzskaite

2024. gadā integrētā satura uzskaite joprojām bija nepilnīga. Tā veikta manuāli, līdz ar to iegūtie rezultāti ir grūti interpretējami un vērtējami indikatīvi, kas nav pilnvērtīgi datus balstīts rezultāts. Kopumā atspoguļotās tematikas reprezentē tikai 39 % satura. Brīdī, kad tiks ieviesti tehnoloģiski risinājumi integrētā satura uzskaitē, dati būs pilnvērtīgi analizējami.

Izvērtējot LTV kopīgo oriģinālsaturu, dominē iekšpolitika (15 %), seko kultūra – 11,8 %, analītika – 7,42 %, sports – 7,06 %, ārpolitika – 6,25 %. Vienlaikus 32,5 % tematiku veido 80,6 % rezultātu. No tā secināms, ka LTV satura tematikai jākļūst daudzveidīgākai, iekļaujot arī tematus, kas

šobrīd saturā atspoguļoti maz, piemēram, vide, ekoloģija, ekonomika, lauksaimniecība, zinātne, dažādu pratību saturs.

Pievēršoties ziņu tematikai, redzams, ka dominē iekšpolitika (28,89 %), ārpolitika (13,68 %). Seko kultūra (7,62 %), sports (7,24 %). Reģionu tematika saturā pārstāvēta plašāk (6,12 %), nekā Rīgas (3,39 %). Ekonomikas un uzņēmējdarbības tematika veido 6 % no satura kopapjoma, summāri kļūstot par piekto plašāk pārstāvēto tematisko segmentu ziņās.

No tā secināms, ka visplašāk ziņās tiek atspoguļota iekšpolitika, kas ir vērtējams kā būtisks ziņu saturs. Vienlaikus tas rada bažas, vai ziņās netiek sekots ārējo oficiālu avotu noteiktajai dienaskārtībai, nevis veidota sava. Tas arī mazina iespēju saturā pievērsties dažādām sabiedrības grupām. Loģiska ir ārpolitikas daļa ziņu saturā, jo iepriekšējā gadā ārpolitika joprojām bija svarīgs saturs, kas ietekmē ne tikai pasaules, bet arī Latvijas sabiedrību. Kultūras un sporta īpatsvaru nodrošina Sporta un Kultūras ziņu raidījumu esamība. Tāpat Reģionu ziņas ļauj paplašināt ziņu ģeogrāfisko tvērumu. Ziņās pietiekami plašs ir arī ekonomikas un uzņēmējdarbības temata atspoguļojums, kas ir vērtējams pozitīvi, jo tradicionāli šī tematika interesē ekonomiski aktīvos iedzīvotājus, kuru pārstāvniecība sabiedriskā medija saturā ir paplašināma.

35,29 % no tematikām veido 81,67 % no ziņu satura, no kā secināms, ka tēmu loks ir paplašināms.

Nedaudz atšķirīgs ir informatīvi analītisko un sabiedriski politisko raidījumu tvērums, kur arī dominē iekšpolitika, bet tai seko ekonomika, ārpolitika, vide, ekoloģija, sabiedrības veselība un drošība. Līdzīga situācija ir arī pētnieciskajos raidījumos.

Vērtējot dažādu žanru saturu, jāsecina, ka ir temati, kas atspoguļoti maz, piemēram, mazākumtautības, dzimumu līdztiesība, zinātne, bērni un jaunieši.

Portāls LSM.lv kopš 2023. gada otrā pusgada pastāvīgi monitorē ikdienas ziņu skatījumu dinamiku, un identificē lietotājiem mazāk svarīgas un interesējošas lietas un, ja tās nav nozīmīgas kādai nišas grupai vai svarīgas sabiedriskā medija misijai, pakāpeniski atsakās no šādu materiālu publicēšanas. Tas izskaidro ziņu skaita samazināšanos vairākās sadaļās. Tā vietā redakcija izvēlas veidot plašākus skaidrojošus un analītiskus materiālus, kas lietotājiem ļauj ne tikai uzzināt, bet izprast notikumu nozīmi un ietekmi, un kas arī sasniedz lielāku auditoriju. Tas ļāvis palielināt lapu rādījumu skaitu portālā, lai gan kopējais apmeklētāju skaits nav būtiski audzis.

Būtiskais ziņu skaita samazinājums sadaļā “Dzīve & stils” skaidrojams ar ilgstošām šī satura redaktoru prombūtnēm. Kultūras kanālā būtiskāko samazinājumu, salīdzinājumā ar 2023. gadu, radīja Dziesmu svētku sadaļas neesamība 2024. gadā. Bet 2024. gadā turpināts attīstīt recenziju žanru par citiem notikumiem. Kultūrpolitikas satura apjoma palielinājums saistīts ar projektu “Neklusē!”, kā arī ar 100 g kultūras diskusiju apjoma palielināšanos. Sporta sadaļā ziņu skaitu katrā no sadaļām lielā mērā ietekmē sporta notikumu kalendārs.

Sociālpolitikas ziņu sadaļā, reaģējot uz notikumiem pasaulē, samazinājies Latvijas ziņu skaits un pieaugusi uzmanība ārvalstu notikumiem.

2025. gada LSM.lv attīstības virziens ir turpināt sniegt maksimāli uzticamu un pārbaudītu, kā arī izskaidrotu informāciju par aktualitātēm, un paplašināt skaidrojošo un analītisku materiālu klāstu. 2025.gadā plānots stabilizēt un paplašināt arī sporta ziņu piedāvājumu, iecerēts piedāvāt arī plašāku kultūrpolitikas jautājumu atspoguļojumu.

6. INFORMĀCIJA PAR BUDŽETU

2024. gadā LTV turpināja strādāt ar apgrozījuma pieaugumu. Saskaņā ar 2024.gada pārskata datiem, kopējie ieņēmumi veido 31,96 miljonu euro apgrozījumu, kas ir par 8,7 % vairāk nekā 2023.gadā. Apgrozījuma pieaugums saistāms ar papildus valsts budžeta finansējuma piešķirumu, kas balstīts trīs gadu attīstības plāna aprēķinos. Valsts budžeta dotācija veido 95 % no LTV gada ieņēmumu kopapjoma.

Pārskata gadu LTV noslēgusi ar zaudējumiem 873 772 euro apmērā. Zaudējumu apmēru ietekmēja ražošanas izmaksu pieaugums – datortehnikas uzturēšanas izmaksas gada laikā pieaugušas par 28 %, savukārt filmu, sporta un raidījumu licenču izdevumi pieauguši par 22 %; pieaudzis arī uzkrājumu palielinājums iespējamām saistībām.

Zaudējumi ietekmēja arī vairāku prognozēto finanšu rādītāju neizpildi 2024. gadā. Kopējais likviditātes rādītājs ir mazāks par 0,34 nekā prognozēts. Nesasniegto kopējās likviditātes rādītāju lielā mērā ietekmēja būtisks nākamo periodu ieņēmumu pozīcijas pieaugums bilances pasīvu sadaļā. Gadījumā, ja minētā pozīcija, kas nav tieši saistīta ar naudas plūsmu, netiktu iekļauta aprēķinā, tad 2024. gada likviditātes rādītājs būtu 0,81. Lai arī saistību rādītājs pret pašu kapitālu ir pieaudzis, LTV finanšu situācija nav apdraudēta. Kredītoru sastāvā būtiska pozīcija ir nākamo periodu ieņēmumi, kas tiešā veidā nav saistīti ar naudas plūsmu. Neiekļaujot aprēķinā minēto pozīciju, saistības pret pašu kapitālu veidotu 0,69.

LTV apgūto kapitālieguldījumu apjoms 2024. gadā ir 6,6 miljoni euro, kas ir par 14,5 procentpunktiem vairāk nekā 2023.gadā. Kopumā investīciju apjoma apmērs pārskata gadā sasniedza 19 % no valsts budžeta dotācijas, kas pārsniedz LTV vidēja termiņa darbības stratēģijā noteikto mērķa līmeni – 10 %.

Turpinājumā tabulās redzami LTV galvenie finanšu mērķi un finanšu rādītāji.

6.1. LTV finanšu mērķi

LTV finanšu mērķi: nodrošināt uzņēmuma darbības stabilitāti, efektīvu līdzekļu izlietojumu un uz attīstību vērstu kapitālsabiedrības darbību.

Rezultatīvais rādītājs	Plānotā vērtība (fakts) 2019.g.	Plānotā vērtība (fakts) 2020.g.	Plānotā vērtība (fakts) 2021.g.	Plānotā vērtība (fakts) 2022.g.	Mērķa vērtība (fakts) 2023.g.	Mērķa vērtība (fakts) 2024.g.	Skaidrojumi
Peļņa pirms procentu, nodokļu un nolietojuma izmaksām EBITDA rentabilitāte, ne mazāk kā (%)	8,76	8,36 (8,25)	6,57 (9,63)	8 (9,55)	7,06 (7,13)	5,5 (3,89)	Rādītājs samazinājies zaudējumu rezultātā (lielāki nekā plānots)
Kopējās likviditātes rādītājs, ne mazāk kā	1,22	1,12 (0,92)	1,05 (1,15)	1 (0,83)	1 (1,03)	1 (0,66)	Rādītājs ir samazinājies, taču nerada likviditātes risku.
Saistības pret pašu kapitālu, ne vairāk kā	0,96	0,84 (1,43)	0,94 (1,18)	1,4 (0,83)	0,92 (0,68)	1 (1,41)	Pieaugumu ietekmē gan saistību palielinājums (nākamo periodu ieņēmumi), gan pašu kapitāla samazinājums, taču kapitālsabiedrība spēj nodrošināt kontrolētu saistību apjomu
Ieguldījumi investīcijās (no valsts budžeta dotācijas) (naudas plūsmas rādītājs), ne mazāk kā (%)	979 592 / 14 119 173 ⇒ 7%	2 911 682 / 15 371 027 ⇒ 19%	3 138 453 / 23 371 154 ⇒ 13% Aprēķins pēc NPL = 3 138 453 / 23 707 480 ⇒ 13,2%	10% (3,6%) Aprēķins pēc NPL = 971 928 / 25 125 889 ⇒ 3,87%	10% (4,5%)	10% (19)	Rādītājs ir pārsniegts, kas saistīts ar vairāku lielu investīciju objektu realizāciju un nodošanu ekspluatācijā

6.2. LTV finanšu rādītāji

Rezultatīvais rādītājs	Plānotā vērtība (fakts) 2019.g.	Plānotā vērtība (fakts) 2020.g.	Plānotā vērtība (fakts) 2021.g.	Plānotā vērtība (fakts) 2022.g.	Mērķa vērtība (fakts) 2023.g.	Mērķa vērtība (fakts) 2024.g.	Skaidrojumi
Neto apgrozījums, <i>euro</i>	(19 532 589)	19 783 741 (19 092 987)	17 747 160 (25 460 855)	24 955 622 (28 427 545)	28 478 422 (28 835 582)	30 926 004 (31 502 443)	Rādītājs būtiski atkarīgs no nākamo periodu ieņēmumu atzīšanas pārskata perioda Peļņas un Zaudējumu aprēķinā
Valsts dotācija	(14 119 173)	16 930 211 (15 371 027)	17 283 937 (23 371 154)	24 455 622 (26 709 009)	27 078 422 (27 545 243)	29 790 280 (30 501 410)	Rādītājs būtiski atkarīgs no nākamo periodu ieņēmumu atzīšanas pārskata perioda Peļņas un Zaudējumu aprēķinā
LTV pašu ieņēmumi no saimnieciskās darbības	5 413 416	2 853 530 (3 721 960)	463 223 (2 089 701) *(1 768 763)	500 000 (1 718 536) *(1 283 375)	1 400 000 (1 290 339) *(1 512 225)	1 135 724 (1 001 033) *(1 001 183)	Rādītājs ir mazāks, jo katru gadu vērojama tendence ieņēmumu kritumam no telpu izīrēšanas

Rezultatīvais rādītājs	Plānotā vērtība (fakts) 2019.g.	Plānotā vērtība (fakts) 2020.g.	Plānotā vērtība (fakts) 2021.g.	Plānotā vērtība (fakts) 2022.g.	Mērķa vērtība (fakts) 2023.g.	Mērķa vērtība (fakts) 2024.g.	Skaidrojumi
Peļņa vai zaudējumi, ne mazāk kā (neto)	-233 939	-115 944 (-7 122)	-222 699 (326 100)	10 000 (267 429)	10 672 (4 100)	-282 173 (-873 772)	Zaudējumu apmērs saistīts ar ražošanas izmaksu pieaugumu un uzkrājumu palielinājumu iespējamām saistībām
Pamatkapitāls	4 837 449 (4 837 449)	4 837 449 (4 837 449)	4 837 449 (4 837 449)	4 837 449 (4 837 449)	4 837 449 (4 837 449)	4 837 449 (4 837 449)	
Pašu kapitāla atdeve ROE (%)	-3,28	-1,67 (-0,10)	-3,28 (4,36)	0,13 (3,30)	0,13 (0,05)	-3,78% (-10,72)	Rādītāju ietekmē pārskata gada zaudējumi

* Pašu ieņēmumu aprēķins pēc ekonomiskās būtības=Neto apgrozījums + pārējie komercdarbības ieņēmumi-valsts dotācija-ieņēmumi no pamatlīdzekļu ieguldījumiem-dāvinājumi-ieņēmumi no valūtas kursu svārstībām.

Detalizēta operatīvā informācija par budžeta izpildi pievienota SP pielikumos NR.1; 1.1.; 2.

7. INFORMĀCIJA PAR IEGULDĪJUMIEM KRITISKĀS INFRASTRUKTŪRAS STIPRINĀŠANĀ UN TEHNOLOĢISKĀS KAPACITĀTES ATTĪSTĪBĀ

Ņemot vērā reģionālās drošības situācijas izmaiņas un mainīgos auditorijas mediju lietošanas paradumus, 2024. gadā LTV turpināja darbu pie darbības nepārtrauktības nodrošināšanas, kritiskās infrastruktūras modernizācijas un tehnoloģiskās kapacitātes stiprināšanas. Investīciju plāns tika veidots tā, lai nodrošinātu darbības nepārtrauktību, veicinātu tehnoloģisko modernizāciju, pielāgotu satura izplatīšanu daudzplatformu videi un stiprinātu drošības, energoefektivitātes un noturības prasības.

2024. gada nogalē piegādāta un uzstādīta MAM (Media Asset Management) sistēmas tehnoloģiskā daļa, kas turpmāk nodrošinās centralizētu satura pārvaldību, glabāšanu un izplatīšanu dažādās platformās. Sistēmas ieviešana ražošanā turpināsies 2025. gadā.

Tāpat piegādāts un uzstādīts Vienotās režijas otrās kārtas tehnoloģiskais risinājums, kurā ietilpst LTV Aparātu centrālās centrālā video komutatora atjaunošana. Šīs izmaiņas nodrošinās efektīvāku signālu plūsmas vadību un paaugstinās sistēmas uzticamību.

Svarīgs ieguldījums bija divu pārvietojamo televīzijas staciju (PTS) piegādes iepirkuma pabeigšana 2024. gada oktobrī. Noslēdzot līgumus un uzsākot projektēšanas darbus, nodrošināta 8 kameru un 14 kameru PTS izveide, kas palielinās LTV mobilās ražošanas iespējas visā Latvijā.

Elektroapgādes drošības stiprināšanai uzsākta apakšstacijas nomaiņa, kas būtiski paaugstinās kritisko sistēmu nepārtrauktas darbības nodrošināšanu. Energoefektivitātes jomā veikta ventilācijas un dzesēšanas svarīgāko iekārtu nomaiņa, kas uzlabos energoefektivitāti un samazinās ekspluatācijas izmaksas. Ēku drošības uzlabošanai veikta ieejas turniketa nomaiņa, savukārt ugunsdrošības stiprināšanai — bojātā ugunsdzēsības sūkņa nomaiņa.

Mūsdienīga medija tehnoloģiju attīstības jomā LTV 2024. gadā realizēja digitālo prioritāšu principu, sākot ieviest centralizētu un elastīgu satura pārvaldību ar MAM sistēmu, stiprinot sistēmu drošību un pieejamību, kā arī attīstot daudzplatformu satura izplatīšanas iespējas un modulāru sistēmu arhitektūru ar iespējām dinamiskai attīstībai. 2024. gadā tika veikti arī ikdienas tehnoloģiskie un infrastruktūras uzturēšanas darbi, nodrošinot sistēmu darbības nepārtrauktību un uzticamību. Uzsākts darbs pie nākamo gadu stratēģisko investīciju plāna izstrādes, lai turpinātu uzņēmuma tehnoloģisko attīstību un stiprinātu tā noturību nākotnē.

8. INFORMĀCIJA PAR NĀKAMO PERIODU

Ņemot vērā lēmumu par sabiedrisko mediju – Latvijas Radio un Latvijas Televīzijas – apvienošanu saplūšanas ceļā, 2025. gada būtiskākais izaicinājums bija kvalitatīva reformu veikšana un pārmaiņu vadība, veidojot jaunu, vienotu, efektīvu un mūsdienīgu Latvijas Sabiedrisko mediju. 2025. gadā, balstoties uz SEPLP gaidu vēstuli, jāizstrādā uzņēmuma vidēja termiņa darbības stratēģija, kā arī jāīsteno virkne būtisku reformu, tostarp, administratīvo funkciju konsolidēšana, vienotas un taisnīgas atalgojuma sistēmas izveide, jauna Koplīguma izstrāde, apjomīga iekšējo normatīvo aktu un politiku izstrāde, būtiska arī funkciju, procesu un resursu plānošanas sistēmu pārskatīšana u.c.

Tāpat būtisks izaicinājums būs apjomīga investīciju un kapitālieguldījumu plāna īstenošana, ņemot vērā papildu valsts budžeta dotāciju piešķirumu 74. resora ietvaros. Ierobežota laika grafika un cilvēkresursu kapacitātes apstākļos lielo projektu vadība un realizācija būs komplicēta.

Medija dienaskārtībā joprojām būs vairāki sarežģīti jautājumi – gan par mazākumtautību valodu lietojumu sabiedriskā medija saturā, gan reģionālo attīstību, jau tuvākajā nākotnē veidojot jaunu sabiedrisko mediju reģionālo pārstāvniecību Daugavpilī.

Būtisks Latvijas Sabiedriskā medija darbību ietekmējošs faktors būs pārmaiņu vadība un spēja līdztekus birokrātisko procesu kārtošanai nodrošināt uz darbinieku motivāciju un interesēm vērstu personāla politiku un iekšējo komunikāciju. Īpaši – attiecībā uz administratīvo funkciju veicējiem, kas strukturāli apvienoti pēc vienota uzņēmuma izveides. Neskaidrības un pārmaiņas var veicināt personālsastāva izmaiņas un profesionālu, pieredzējušu darbinieku aizplūšanu.

Būtiski arī 2025. gadā turpināt darbu pie sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu finansēšanas modeļa izstrādes un ieviešanas, jo pašreizējā pieeja valsts budžeta līdzekļu papildus apgūšanā nav mainījies – tā joprojām ir pakļauta politiskajam riskam valsts budžeta veidošanas procesā.