**Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu sabiedriskā pasūtījuma vadlīnijas 2023.-2025. gadam un uzdevumi plāna sagatavošanai 2023. gadam**

I. Tiesiskais un konceptuālais pamats

II. Situācijas raksturojums un faktoru analīze

III. Stratēģiskie mērķi un uzdevumi

IV. Sabiedriskā labuma mērķi un uzdevumi

V. Uzdevumi plāna sagatavošanai un jaunas auditorijas sasniegšanai

VI. Sabiedriskā pasūtījuma izpildes novērtējums un rezultatīvie rādītāji

VII. Paredzamais valsts budžeta finansējums

VIII.  Izmantotie dokumenti un avoti

**I. Tiesiskais un konceptuālais pamats**

Saskaņā ar Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu un to pārvaldības likumu (turpmāk – SEPLPL) 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, vadībā, izplatīšanā, pieejamības nodrošināšanā, arhivēšanā, kā arī tehnoloģiju nodrošināšanā un infrastruktūras uzturēšanā.

Ar sabiedrisko pasūtījumu tiek īstenots sabiedriskā elektroniskā plašsaziņas līdzekļa vispārējais mērķis un vidēja termiņa darbības stratēģija, kā arī sabiedriskā pasūtījuma gada plāns. Sabiedriskā elektroniskā plašsaziņas līdzekļa vidēja termiņa darbības stratēģija un sabiedriskā pasūtījuma gada plāns tiek veidots saskaņā ar SEPLPL noteiktajiem sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu darbības pamatprincipiem.

Redakcionālās neatkarības nodrošināšanai konkrēti sabiedriskā elektroniskā plašsaziņas līdzekļa raidījumi un programmu plāni paši par sevi nav uzskatāmi par atsevišķu sabiedriskā pasūtījuma priekšmetu.

Sabiedriskā pasūtījuma gada plāna izstrādē ņem vērā to, ka sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu mērķis nav peļņas gūšana. Izstrādājot sabiedrisko pasūtījumu, tiek uzklausīts pēc iespējas vairāku dažādu sabiedrības grupu viedoklis.

Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu vispārējais stratēģiskais mērķis ir stiprināt Latvijas demokrātisko iekārtu, vārda brīvību un Latvijas iedzīvotāju piederības sajūtu Latvijai, kopt latviešu valodu un nacionālo kultūru saskaņā ar Satversmi, SEPLPL un citiem likumiem.

SEPLPL 3. pantā definēti sekojoši sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu darbības pamatprincipi:

(1) Sabiedriskie elektroniskie plašsaziņas līdzekļi ir brīvi no politiskas, ekonomiskas, atsevišķu interešu grupu un citādas iejaukšanās to darbībā.

(2) Valsts nodrošina sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu neatkarību.

(3) Sabiedriskie elektroniskie plašsaziņas līdzekļi savas programmas un pakalpojumus veido atbilstoši augstām ētikas un kvalitātes prasībām, nodrošinot žurnālistikas izcilību un ievērojot visaugstākos starptautiskos profesijas un kvalitātes standartus.

(4) Sabiedriskie elektroniskie plašsaziņas līdzekļi nodrošina viedokļu daudzveidību un savā darbībā ievēro objektivitāti, pienācīgu precizitāti un neitralitāti.

(5) Sabiedriskie elektroniskie plašsaziņas līdzekļi sniedz informāciju par valstī un pasaulē aktuālām norisēm, piedāvājot to padziļinātu izpēti un analīzi. Sabiedriskie elektroniskie plašsaziņas līdzekļi nodrošina visaptverošas sabiedriskās domas veidošanās priekšnosacījumus, uzrunājot Latvijas sabiedrību gan valstī, gan ārpus tās robežām, un informē, izglīto, kā arī izklaidē sabiedrību. Sabiedriskie elektroniskie plašsaziņas līdzekļi izzina Latvijas sabiedrību un rosina auditorijas līdzdalību sabiedriski politiskajos, sociālajos, kultūras un sporta pasākumos un norisēs. Sabiedriskie elektroniskie plašsaziņas līdzekļi veicina zināšanas, radošumu un izaugsmi.

(6) Sabiedriskie elektroniskie plašsaziņas līdzekļi veicina sabiedrības izpratni par Latviju kā tiesisku un nacionālu valsti, stiprina latvisko identitāti, latviešu valodas, tai skaitā latgaliešu rakstu valodas un latviešu zīmju valodas, lietojumu, veicina sabiedrības saliedētību uz valsts valodas pamata, popularizē nacionālo kultūru, mākslu un tradīcijas, sekmē to uzturēšanu un izkopšanu, atbalsta demokrātisku patriotismu, padziļina izpratni par tiesiskumu, nacionālajām vērtībām, Latvijas valsts un tās reģionu, latviešu un lībiešu tautu un Latvijas mazākumtautību vēsturi un ikdienu.

(7) Sabiedriskie elektroniskie plašsaziņas līdzekļi veido raidījumus, to fragmentus un citus pakalpojumus mazākumtautību valodās, lai veicinātu visu Latvijas iedzīvotāju sajūtu, ka viņi ir piederīgi Latvijai, sabiedrības integrāciju Latvijā kā nacionālā valstī un padziļinātu izpratni par sabiedriskajiem, sociālajiem un kultūras procesiem.

(8) Sabiedriskie elektroniskie plašsaziņas līdzekļi stiprina vispārēju cieņu pret dažādām sabiedrības grupām, veicina to savstarpējo aizspriedumu mazināšanos, dzimumu līdztiesību un vienlīdzīgu attieksmi pret visiem sabiedrības locekļiem, sevišķi pret personām ar invaliditāti.

(9) Sabiedriskie elektroniskie plašsaziņas līdzekļi nodrošina to sniegto pakalpojumu pieejamību personām ar invaliditāti.

(10) Sabiedriskie elektroniskie plašsaziņas līdzekļi ņem vērā Latvijas sabiedrības daudzveidību sociālajā, ekonomiskajā, reģionālajā, izglītības, kultūras un reliģijas, kā arī citādā ziņā un respektē cilvēka tiesības un pamatbrīvības.

(11) Sabiedriskie elektroniskie plašsaziņas līdzekļi nodrošina pienācīgu Eiropas Savienības dalībvalstu informatīvās un kultūras telpas pieejamību.

(12) Sabiedriskie elektroniskie plašsaziņas līdzekļi veicina medijpratību — indivīdu spēju orientēties mainīgajā informatīvajā telpā, masu informācijas līdzekļu daudzveidībā, identificēt ar to saistītos riskus, apdraudējumus un iespējas.

(13) Sabiedriskie elektroniskie plašsaziņas līdzekļi popularizē Eiropas kultūras mantojumu un rūpējas par tā saglabāšanu, tai skaitā nodrošinot savu arhīvu saglabāšanu nākamajām paaudzēm.

(14) Sabiedriskie elektroniskie plašsaziņas līdzekļi stiprina valsts drošību un veicina Latvijas starptautisko sadarbību, kas vērsta uz miera nodrošināšanu un aizsardzību.

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

(16) Sabiedriskie elektroniskie plašsaziņas līdzekļi ar to rīcībā esošajiem finanšu līdzekļiem rīkojas lietderīgi un nodrošina šo līdzekļu objektīvu, efektīvu un pārredzamu izlietojumu.

(17) Sabiedriskie elektroniskie plašsaziņas līdzekļi sadarbojas ar Latvijā reģistrētiem un strādājošiem neatkarīgajiem producentiem, kas rada augstvērtīgu saturu, nodrošinot viedokļu daudzveidības un neatkarīgas radošās un žurnālistikas vides attīstību.

Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu padome (turpmāk – Padome), konsultējoties ar sabiedriskajiem elektroniskajiem plašsaziņas līdzekļiem, izstrādā un apstiprina sabiedrisko pasūtījumu, vada sabiedriskā pasūtījuma gada plāna izstrādes procesu un sagatavo priekšlikumus gadskārtējā valsts budžeta likuma projektam par sabiedriskā pasūtījuma izpildei nepieciešamajiem finanšu līdzekļiem, kā arī lemj par piešķirto līdzekļu sadalījumu atbilstoši apstiprinātajam sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu sabiedriskajam pasūtījumam.

SEPLPL paredz, ka, izstrādājot sabiedrisko pasūtījumu, Padome nosaka sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu nefinanšu mērķu sasniegšanu un darbības efektivitāti raksturojušus rezultatīvos rādītājus, kā arī prognozē ārējos un iekšējos faktorus, kas var ietekmēt sabiedriskos elektroniskos plašsaziņas līdzekļus, un piedāvā šiem faktoriem atbilstošas vispārējas sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu attīstības stratēģijas. Padomes uzdevumus ir arī formulēt sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu funkcijas un atbildību kopējā masu informācijas līdzekļu darbības vidē un valsts informatīvajā telpā. Padome izstrādā kvalitātes vadības sistēmu un nosaka tās mērķi un rezultatīvos rādītājus.

Tā kā saskaņā ar SEPLPL ar sabiedrisko pasūtījumu tiek īstenota sabiedriskā elektroniskā plašsaziņas līdzekļa vidēja termiņa darbības stratēģija, sabiedriskā elektroniskā plašsaziņas līdzekļa nefinanšu mērķi un darbības efektivitātes rādītāji tiek noteikti šajā stratēģijā. Sabiedriskā pasūtījuma un tā gada plāna īstenošana ir nesaraujami saistīta ar sabiedriskā elektroniskā plašsaziņas līdzekļa vidēja termiņa darbības stratēģiju. Konkrētus pārvaldības uzdevumus sabiedriskā pasūtījuma īstenošanai Padome nosaka ik gadu valdes mērķos un uzdevumos, attiecīgi uzraugot un vērtējot to izpildi Publiskas personas kapitāla daļu un kapitālsabiedrību pārvaldības likumā noteiktajā kārtībā. Padomes izstrādātā satura kvalitātes vadības sistēma ir daļa no Sabiedriskā pasūtījuma izstrādes, uzskaites un izpildes uzraudzības kārtības nolikuma (turpmāk – Nolikums).

Sabiedriskā pasūtījuma un gada plāna izstrādes procesu Padome vada, sekojot tās apstiprinātā Nolikuma noteiktajai kārtībai un iekļaujoties noteiktajos termiņos. Nolikums izstrādāts, pamatojoties uz SEPLPL un citiem normatīvajiem aktiem, un aptver visas sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu – valsts sabiedrības ar ierobežotu atbildību “Latvijas Radio” (turpmāk – Latvijas Radio vai LR) un valsts sabiedrības ar ierobežotu atbildību “Latvijas Televīzija” (turpmāk – Latvijas Televīzija vai LTV) – darbības satura veidošanā, vadībā, izplatīšanā, pieejamības nodrošināšanā, arhivēšanā, kā arī tehnoloģiju nodrošināšanā un infrastruktūras uzturēšanā.

Reizi trijos gados Padome izstrādā sabiedriskā pasūtījuma plāna sagatavošanas vadlīnijas, tajās atbilstoši sabiedriskā labuma mērķiem nosakot galvenos sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu mērķus un uzdevumus.

Vadlīnijas tiek izstrādātas, pamatojoties uz SEPLPL un citiem normatīvajiem aktiem, mediju politikas un attīstības plānošanas dokumentiem, pētījumiem, sabiedriskā labuma vērtēšanas rezultātiem un sabiedrības viedokļa noskaidrošanu, pēc iespējas iesaistot dažādas sabiedrības grupas, apkopojot Padomes rīcībā esošo informāciju par auditorijas sūdzībām un ieteikumiem un ņemot vērā sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu ombuda sniegto informāciju.

Sabiedrības dažādu grupu viedokļu noskaidrošanai Padome vismaz reizi gadā organizē konsultācijas ar dažādu nozaru un organizāciju pārstāvjiem, lai izvērtētu sabiedriskā pasūtījuma izpildes rezultātus un saņemtu ieteikumus sabiedriskā pasūtījuma plāna izstrādei. Likumā noteiktā sabiedrības iesaiste sabiedriskā pasūtījuma vērtēšanā un izstrādē tiek nodrošināta arī ar Latvijas sabiedrisko mediju sabiedriskā labuma izvērtēšanas metodoloģijā (turpmāk – metodoloģija vai Sabiedriskā labuma izvērtēšanas metodoloģija) balstītiem pētījumiem.

Trīs gadu vadlīnijas, pēc vajadzības un mainoties iekšējiem vai ārējiem faktoriem, var tik pārskatītas un pilnveidotas katru gadu līdz ar sabiedriskā pasūtījuma gada plāna izstrādi nākamajam gadam. Padome, konsultējoties ar sabiedriskajiem elektroniskajiem plašsaziņas līdzekļiem, izstrādā vai pārskata trīs gadu vadlīnijas un un apstiprina sabiedriskā pasūtījuma plāna uzdevumus nākamajam gadam Nolikumā noteiktajos termiņos.

Saskaņā ar SEPLPL sabiedriskā pasūtījuma gada plānam jāietver vispārīgs sabiedriskā elektroniskā plašsaziņas līdzekļa programmu un pakalpojumu satura apraksts, kā arī sabiedriskajam elektroniskajam plašsaziņas līdzeklim Padomes izvirzītie uzdevumi, kas veicami noteiktā apmērā un kvalitātē. Plānā nosaka sabiedriskā elektroniskā plašsaziņas līdzekļa īstermiņa mērķus, uzdevumus, rezultatīvos rādītājus un budžetu.

Saskaņā ar likumu sabiedriskā pasūtījuma gada plānā ietver kopsavilkumu par sabiedriskā elektroniskā plašsaziņas līdzekļa uzdevumiem un tā darbības izmaiņām kārtējā gadā, balstoties uz vidēja termiņa darbības stratēģijā noteiktajiem attīstības mērķiem; informāciju par galvenajiem sabiedriskā elektroniskā plašsaziņas līdzekļa programmu un pakalpojumu izplatīšanas veidiem; auditorijas uzticēšanās prognozes un attiecīgo rādītāju sasniegšanas plānus; sasniedzamajā auditorijā ietilpstošu specifisko (sociālo, kultūrvēsturisko, etnisko, mazaizsargāto un citu) grupu un to uzvedības tendenču raksturojumu, ar tām saistīto risku vērtējumu un stratēģiskās attīstības piedāvājumu; uzdevumus jaunas auditorijas piesaistei; uzdevumus nacionālas un starptautiskas nozīmes notikumu atspoguļošanai; sabiedriskā pasūtījuma gada plāna īstenošanas finanšu aprēķinu; plānotos uzdevumus un turpmāko triju gadu periodam nepieciešamo finansējumu.

Padome papildus minētajai informācijai var noteikt arī citu sabiedriskā pasūtījuma gada plānā norādāmo informāciju, ciktāl netiek ietekmēta sabiedriskā elektroniskā plašsaziņas līdzekļa redakcionālā neatkarība.

**II. Situācijas raksturojums un faktoru analīze**

Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu sabiedriskā pasūtījuma vadlīnijas 2023.-2025. gadam un uzdevumi 2023. gada plāna sagatavošanai (turpmāk – Vadlīnijas vai Sabiedriskā pasūtījuma vadlīnijas 2023.-2025. gadam) tiek izstrādātas līdz ar iepriekšējo vadlīniju četru gadu posma noslēgumu. Iepriekšējā perioda vadlīnijas 2019.-2021. gadam izstrādāja Nacionālā elektronisko plašsaziņas līdzekļu padome (turpmāk – NEPLP), kas līdz 2021. gada 4. augustam veica sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu kapitāla daļu turētāja un augstākās lēmējinstitūcijas funkcijas.

2021. gada 1. janvārī stājoties spēkā SEPLPL un 2021. gada 4. augustā darbu sākot Padomei, 2022. gada sabiedriskā pasūtījuma plāna izstrādes gaitā iepriekšējā perioda vadlīnijas tika pagarinātas par gadu. 2019.-2022. gada vadlīniju perioda noslēgumā paredzēts veikt visaptverošu sabiedriskā labuma izvērtēšanu saskaņā ar Padomes apstiprinātu metodoloģiju. Nākamā visaptverošā izvērtēšana notiks vadlīniju 2023.-2025. gadam darbības noslēgumā.

Sabiedriskā pasūtījuma sabiedriskā labuma mērķu sasniegšana regulāri tiek vērtēta, izmantojot Padomes apstiprinātu Sabiedriskā labuma izvērtēšanas metodoloģiju. Izvērtēšanas rezultāti tiek publiskoti Padomes un sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu tīmekļa vietnēs un tiek ņemti vērā, veidojot nākamo periodu sabiedrisko pasūtījumu un nosakot sabiedriskā labuma mērķus un rezultatīvos rādītājus.

Sabiedriskā labuma radīšanas izvērtējums tiek veikts, balstoties uz sešiem noteiktajiem sabiedriskā labuma mērķiem, tos iedalot šādās kategorijās: (1) sabiedrība, (2) demokrātija, (3) kultūra, (4) zināšanas, (5) radošums, (6) sadarbība, kā arī četriem pamata caurvijas rādītājiem – sasniedzamība, kvalitāte, ietekme, ieguldīto līdzekļu atdeve.

Sabiedriskie elektroniskie plašsaziņas līdzekļi saskaņā ar šo metodoloģiju katru gadu veic Latvijas iedzīvotāju socioloģisko aptauju. Savukārt visaptverošu sabiedriskā labuma izvērtēšanu Padome īsteno vismaz reizi trīs gados, veicot kvalitatīvu un kvantitatīvu datu ieguvi un analīzi saskaņā ar izstrādāto metodoloģiju. Iegūto datu analīzi veic neatkarīgs eksperts.

Sabiedriskā pasūtījuma vadlīnijas 2023.-2025. gadam tiek izstrādātas situācijā, kad, pildot SEPLPL pārejas noteikumu 6. un 8. punktu, Padome 2022. gada 7. februārī ir iesniegusi Saeimas Cilvēktiesību un sabiedrisko lietu komisijai Koncepciju par apvienota sabiedriskā elektroniskā plašsaziņas līdzekļa izveidošanu un darbību un Koncepciju par sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu finansēšanas modeļa maiņu. Abas koncepcijas ir sabiedrisko mediju pārvaldības reformas, kas uzsākta ar SEPLPL pieņemšanu, noslēdzošais posms.

Padomes izstrādātās un Saeimā iesniegtās koncepcijas uzskatāmas arī par sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu vispārējas attīstības stratēģijām pārskatāmā nākotnē, neatkarīgi no ārējo un iekšējo faktoru izmaiņām, kas neapšaubāmi var ietekmēt ikgadējos sabiedriskā pasūtījuma plānus. Šo koncepciju īstenošana ir definēta arī kā ilgtermiņa mērķis Padomes darbības stratēģijā 2022.-2025. gadam.

Koncepcijās Padome saskaņā ar tai SEPLPL deleģēto uzdevumu ir formulējusi sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu funkcijas un atbildību kopējā masu informācijas līdzekļu darbības vidē un valsts informatīvajā telpā.

Reformas noslēdzošā posma mērķis ir izveidot vienotu sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekli, kam ir nodrošināts neatkarīgs un prognozējams, Eiropas vidējam līmenim atbilstošs finansējums, lai augstā profesionālā kvalitātē un ar atbildīgumu sabiedrības priekšā īstenotu SEPLPL definētos sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu darbības pamatprincipus un mērķus.

Koncepcija par apvienota sabiedriskā elektroniskā plašsaziņas līdzekļa izveidošanu un darbību piedāvā tādu divu sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu apvienošanas modeli, kas, Padomes ieskatā, vislabāk nodrošinās satura daudzveidību un viedokļu dažādību, izcilību un augstu satura kvalitāti, darbības nepārtrauktību, labus pārvaldības principus, kā arī esošās sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu auditorijas īpatsvara saglabāšanu un jaunas auditorijas piesaistīšanu apstākļos, ko raksturo mediju vides fragmentācija, mediju patēriņa ieradumu būtiskas izmaiņas un auditorijas migrācija uz dažādām digitālajām platformām.

Apvienojot sabiedriskos elektroniskos plašsaziņas līdzekļus un nodrošinot tiem atbilstošu finansējumu, tiks sasniegts būtisks sabiedriskais labums un dots impulss Latvijas mediju telpas attīstībai, kā arī tiks stiprināta demokrātija un veicināta labklājība. Īstenojot vienotu sabiedrisko pasūtījumu un vienotu digitālo un attīstības stratēģiju, tiks labāk nodrošināta lineārā satura pielāgošana digitālo platformu vajadzībām, būtiski palielinot auditorijas sasniedzamību. Vairāk resursu būs iespējams novirzīt jauniešu, pusaudžu un bērnu satura attīstībai un vienotas informatīvas telpas stiprināšanai, ar kvalitatīvu saturu sasniedzot plašāku mazākumtautību auditoriju, kā arī tiks nodrošināta ziņu un informatīvi analītiskā satura daudzveidības saglabāšana atbilstoši sabiedriskā elektroniskā plašsaziņas līdzekļa misijai.

Līdz ar resursu koncentrāciju vienota sabiedriskā elektroniskā plašsaziņas līdzekļa attīstībai tiktu vienkāršota līdz šim juridiski formalizētā satura apmaiņa darījumu ietvaros starp Latvijas Televīziju un Latvijas Radio, kā arī būtu labāk plānojama un īstenojama tehnoloģiskā attīstība, tajā skaitā lietotājiem ērta kopīga satura arhīva attīstība un kopīga integrētā satura uzskaites sistēma.

SEPLPL 3. pantā definēto sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu darbības pamatprincipu pilnvērtīgu īstenošanu, ar sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu radīto saturu pa dažādiem izplatības kanāliem sasniedzot maksimāli iespējamo auditoriju Latvijā un diasporā, Padomes ieskatā, vislabāk varētu veikt apvienots sabiedriskais elektroniskais plašsaziņas līdzeklis, kam nodrošināts neatkarīgs, atbilstošs un prognozējams finansējums Eiropas vidējam finansējuma līmenim līdzvērtīgā apjomā.

Apvienotā sabiedriskā elektroniskā plašsaziņas līdzekļa stratēģiskam mērķim ir jābūt ne vien pēc iespējas saglabāt esošo auditoriju īpatsvaru lineārajās un digitālajās platformās, taču arī būtiski to pieaudzēt, izplatot saražoto saturu digitālajā vidē, tajā skaitā īpaši piesaistot jaunāka gadagājuma cilvēkus, kuri mediju saturu arvien vairāk patērē tikai digitālajās platformās.

Pretējā gadījumā sabiedriskie elektronisko plašsaziņas līdzekļi riskē neizmantot visas iespējas gan esošā auditorijas īpatsvara saglabāšanai, gan jaunas auditorijas sasniegšanai, it īpaši jaunākās paaudzes, ar citiem mediju lietošanas paradumiem, vidū. Ja sabiedriskie elektroniskie plašsaziņas līdzekļi zaudē esošo auditoriju, tai pārceļoties uz citām satura izplatīšanas platformām digitālajā vidē, kā arī netiek pietiekami sasniegta bērnu, pusaudžu un jauniešu auditorija, tas rada ilgtermiņa riskus valsts demokrātiskajai iekārtai, informatīvajai telpai un nacionālās kultūras un identitātes kopšanai un saglabāšanai.

Ar skaidru stratēģisku mērķi būt par vadošo, kvalitatīvāko un atbildīgāko mediju lineārajā apraidē un digitālajā vidē apvienotajam sabiedriskajam elektroniskajam plašsaziņas līdzeklim ir sabiedrības priekšā jābūt atbildīgam arī par finansējuma godprātīgu un caurskatāmu izlietojumu, nodrošinot pēc augstākajiem profesionālajiem radošajiem, tehniskajiem un ētiskajiem standartiem veidotu saturu. Digitālajai attīstībai un stratēģijai ir jābūt virzošajai apvienotā medija darbībā, vienlaikus nezaudējot audiovizuālā un audiālā satura kvalitāti, kādu to Latvijas Televīzija un Latvijas Radio jau nodrošina lineārajā apraidē.

Ilgtermiņā apvienota sabiedriska elektroniskā plašsaziņas līdzekļa izveidei un darbībai ir jānodrošina satura daudzveidība, viedokļu dažādība, izcila kvalitāte, plašs auditorijas aptvērums, satura izplatības platformu dažādošana, demokrātiskās iekārtas, nacionālās kultūras un informatīvās telpas stiprināšana, efektīva valsts budžeta līdzekļu izmantošana un atbildīgums sabiedrības priekšā.

Ņemot vērā gan esošo tiesisko regulējumu, gan likumdevēja gribu, pieņemot īpašu sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu darbības un pārvaldības likumu, gan divu uzņēmumu darbības specifiku, Padomes ieskatā, optimāls datums juridiskai divu uzņēmumu apvienošanai ir 2024. gada janvāris. Apvienošanas juridiskajam un administratīvo pārmaiņu procesam pilnībā jābeidzas ne vēlāk kā 2028. gada beigās līdz ar apvienotā uzņēmuma valdes piecu gadu termiņa beigām.

Savukārt Koncepcijā par sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu finansēšanas modeļa maiņu Padome piedāvā sabiedrisko mediju finansēšanas modeļu alternatīvas, izvērtējot tās pēc sekojošiem kritērijiem – neatkarīgs no politiskās un cita veida ietekmes; godīgs, caurspīdīgs un atbildīgs; kvalitatīvs un daudzveidīgs saturs; ilgtermiņa attīstības vīzija un iesaiste radošo industriju attīstībā.

Koncepcijā ir pamatots, kādēļ šobrīd Latvijā pastāvošais sabiedrisko mediju finansēšanas modelis neatbilst nevienam no šiem kritērijiem. Tas nenodrošina neatkarību no politiskās ietekmes, kas ir fundamentāls priekšnosacījums to darbībai, kā arī nedod iespēju plānot ilgtermiņa attīstības pasākumus, kas ietver arī saistību veidošanu ar sadarbības partneriem.

Esošajā budžeta plānošanas ciklā sabiedriskajiem medijiem ir grūtības efektīvi plānot mediju saturu, ņemot vērā to, ka informācija par plānoto dotācijas apmēru tiek saņemta gada beigās, bet gala lēmums tikai pēc valsts budžeta apstiprināšanas. Saskaņā ar Eiropas Raidorganizāciju apvienības (EBU) datiem Latvijas sabiedrisko mediju finansējuma apjoms 2020. gadā bija trešais zemākais Eiropas Savienībā. 2020.gadā vidējais sabiedrisko mediju finansējuma līmenis Eiropā bija 0,16 % no IKP, savukārt Latvijas sabiedrisko mediju finansējums sasniedza tikai 0,10 % no IKP.

Saskaņā ar provizoriskiem aprēķiniem, lai 2027. gadā sasniegtu vidējo Eiropas sabiedrisko mediju finansēšanas līmeni – 0,16 % no IKP –, Latvijas sabiedrisko mediju budžetam būtu jāpieaug līdz 54,8 miljoniem eiro. Lai to izdarītu, sākot ar 2023. gadu, LR un LTV kopējais budžets būtu jāpalielina par 3,43 miljoniem eiro vidēji katru gadu piecu gadu periodā.

Koncepcijā tālākai izvērtēšanai aprakstīti trīs iespējami modeļi:

1. Finansējumu veido fiksēta valsts budžeta daļa – finansējuma apmērs tiek noteikts atbilstoši fiksētam procentam no kopējā plānotā budžeta apmēra nākamajam gadam;

2. Finansējums, kas sasaistīts ar nodokļu ieņēmumiem – līdzīgi kā Lietuvas gadījumā, kur finansējuma apmēru veido noteikts apjoms no iepriekšējā gada nodokļu ieņēmumiem;

3. Sabiedrisko mediju nodoklis – līdzīgi kā Somijas gadījumā (no 2022. gada tiek ieviests arī Dānijā), kur sabiedrisko mediju nodoklis ir progresīvs un tiek piemērots gan iedzīvotājiem, gan uzņēmumiem.

Izvērtējot modeļus pēc iepriekš minētajiem kritērijiem, Padome par piemērotāko sabiedrisko mediju finansējuma modeli uzskata sasaisti ar noteiktu nodokļu (IIN un akcīzes nodokļi) ieņēmumiem. Modelis paredz novirzīt sabiedrisko mediju finansēšanai 1,3 % no IIN kopbudžeta ieņēmumiem un 2,12 % no akcīzes nodokļu kopbudžeta ieņēmumiem, sākot ar 2027. gadu.

EBU dati skaidri apliecina korelāciju starp sabiedrisko mediju finansējumu un to pakalpojumu kvalitāti un auditorijas sasniedzamību. Tādēļ jauna Latvijas sabiedrisko mediju finansēšanas modeļa ieviešanas mērķis ir nodrošināt LR un LTV iespējas īstenot SEPLPL definētos sabiedrisko mediju darbības pamatprincipus, jo starptautiskā pieredze apliecina, ka pietiekami finansēti sabiedriskie mediji – veido kvalitatīvu saturu, kam iedzīvotāji vairāk uzticas krīzes situācijās; veicina iedzīvotāju uzticību demokrātijai un mazina korupcijas riskus; lielu savu programmas daļu velta ziņu un aktuālo norišu raidījumiem; veido vairāk saturu bērniem un jauniešiem, mazākumtautībām un cilvēkiem ar īpašām vajadzībām; veicina ekonomiku, jo sabiedrisko mediju finansējums atbalsta vietējās radošās industrijas; rada un saglabā nacionālās kultūras vērtības.

Minētie aspekti uzsver sabiedrisko mediju īpašo lomu strādāt visu sabiedrības grupu interesēs, atspoguļot visu nozaru aktualitātes, stiprināt demokrātisku valsts iekārtu un veicināt iedzīvotāju labklājību. Tas ir iemesls, kādēļ sabiedriskajiem medijiem to universālo uzdevumu dēļ ir nepieciešams īpašs, no citām specifiskām jomām atšķirīgs finansēšanas modelis. Modelim ir jābūt institucionāli nostiprinātam, lai tas nodrošinātu sabiedrisko mediju neatkarību no politisko vai citu ietekmes grupu spiediena, vienlaikus tam ir jābūt atbilstošam valstī pastāvošajiem normatīvajiem aktiem un institucionālajai iekārtai, kā arī solidāram ar sabiedrības iespējām tos finansēt.

Auditorijas pētījumi apliecina, ka Latvijas sabiedriskie mediji šobrīd nepietiekami uzrunā gados jaunu auditoriju, tādēļ finansēšanas modeļa maiņas viens no galvenajiem mērķiem ir palielināt investīcijas bērniem un jauniešiem paredzēta satura veidošanā. Ieguldījumi nepieciešami arī citām auditorijas grupām domāta digitālā satura attīstībā, jo arvien vairāk cilvēku medijus patērē interneta vidē, savukārt mūsdienīgi satura formāti prasa investēt jauno tehnoloģiju izmantošanā.

Šie aspekti ir kļuvuši vēl jo svarīgāki, ņemot vērā, ka sabiedriskajiem medijiem ir jābūt vadošajam instrumentam Latvijas informatīvās telpas stiprināšanā, pretojoties pēdējos gados pieaugušajai dezinformācijas plūsmai. Jauna finansēšanas modeļa ieviešana ļaus prognozējami un plānveidīgi atjaunot sabiedrisko mediju tehnoloģisko nodrošinājumu un cita veida infrastruktūru, veidot papildu oriģinālsaturu, pilnveidot žurnālistu profesionālās prasmes, aktīvāk iesaistīties citu radošo industriju darbā, kā arī veicinātu skaidrāku sabiedriskā pasūtījuma plānošanu un nostiprinātu pārskatāmu atskaitīšanos par izlietoto finansējumu un sasniegtajiem rezultātiem.

Abu koncepciju turpmākā īstenošanas gaita atkarīga no Saeimas atbildīgās komisijas rīcības un lēmumiem, kas lielā mērā noteiks sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu attīstības iespējas un sabiedriskā pasūtījuma izpildi Vadlīniju darbības periodā. Būtisks iekšējais faktors, kas ietekmē sabiedriskā pasūtījuma un sabiedriskā labuma mērķu izpildi, ir sabiedriskajiem elektroniskajiem plašsaziņas līdzekļiem pieejamais finansējums, par kura apmēru skaidrība ir tikai pēc valsts budžeta apstiprināšanas Saeimā. Tāpēc sabiedriskais pasūtījums 2023.-2025. gadam izstrādāts, ņemot par pamatu izstrādes brīdī prognozējamo finansējumu Latvijas Radio un Latvijas Televīzijai.

Gaidot turpmākos lēmumus, Padome lēmusi uzdot Latvijas Radio un Latvijas Televīzijai par gadu pagarināt to esošo vidēja termiņa darbības stratēģiju līdz 2022. gadam darbības termiņu, iekļaujot 2023. gadu.

Laikā pēc koncepciju iesniegšanas Saeimā, 2022. gada 24. februārī Krievijai sākot bruņotu un neprovocētu agresiju pret Ukrainu, būtiski ir mainījušies ģeopolitiskie apstākļi reģionā, Eiropā un pasaulē kopumā, liekot pārvērtēt drošības situāciju valstī un likumdevēja un izpildvaras līmenī pieņemot lēmumus, kas stiprina valsts ārējo un iekšējo drošību, kā arī saliedē sabiedrību uz valsts valodas pamata.

Reaģējot uz notikumiem Ukrainā, sabiedriskie elektroniskie plašsaziņas līdzekļi ir ne vien radījuši un turpina radīt papildu saturu saistībā ar šiem notikumiem, bet, saņemot papildu finansējumu 2022. gada ietvaros, apņēmušies arī stiprināt informatīvi analītiskā satura kapacitāti, kā arī veido papildu saturu, lai nodrošinātu kvalitatīvas informācijas pieejamību mazākumtautībām un kara bēgļiem no Ukrainas. Tāpat sabiedriskie elektroniskie plašsaziņas līdzekļi apzina tehniskās un infrastruktūras vajadzības, ņemot vērā drošības situācijas izmaiņas reģionā.

Plānojot sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu darbību vidējā un ilgākā termiņā, Padomes ieskatā, nepieciešams īpaši ņemt vērā situācijas attīstību Ukrainā, šo notikumu ietekmi uz Latvijas sabiedrības saliedētību, kā arī nepieciešamību stiprināt latvisko un Eiropas kultūrtelpu, Latvijas Republikas Satversmē definētās vērtības.

Padome norāda, ka īpaša uzmanība veltāma mazākumtautību integrācijai latviešu valodas un latviskās kultūras vidē, bērnu un jauniešu auditorijas sasniegšanai, kā arī satura pieejamības dažādām sabiedrības grupām, tajā skaitā cilvēkiem ar invaliditāti, palielināšanai, ņemot vērā nepieciešamību stiprināt sabiedriskos elektroniskos plašsaziņas līdzekļus kā galvenos uzticamas un pārbaudītas informācijas avotus ne tikai ikdienā, bet arī iespējamās krīzes situācijās.

Ņemot vērā vairākos pētījumos uzrādīto tendenci, ka Latvijā ievērojama daļa sabiedrības kā primāro uzticamas informācijas avotu izmanto sociālos medijus un digitālajā vidē pieejamo informāciju, informatīvās telpas stiprināšanas nolūkos sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu uzdevums ir pēc iespējas ar savu saturu sasniegt arī šo sabiedrības daļu, turpinot palielināt digitālā satura veidošanai pieejamos resursus.

Kopumā situāciju un mediju patēriņa attīstības tendences raksturo patlaban jaunākais NEPLP pētījums, kas veikts 2021. gadā. “Latvijas sabiedrisko mediju lietotāju loks sabiedrībā sasniedz 80 %, un pēdējo triju gadu laikā tas nav mainījies. Tomēr katra konkrētā sabiedriskā medija lietotāju skaits ir pieaudzis, sasniedzot augstākos rādītājus pēdējo triju gadu laikā,” secināts NEPLP un “Latvijas Fakti” 2021. gada pētījumā par Latvijas iedzīvotāju medijpratību un mediju satura lietošanas paradumiem.

Skatot pētījuma rezultātus, redzams, ka Latvijas sabiedrisko televīziju skatās vairāk nekā divas trešdaļas (71 %; +3 % salīdzinājumā ar 2020. gadu) Latvijas iedzīvotāju, vairākums aptaujāto (54 %) to dara vismaz reizi nedēļā. Katru vai gandrīz katru dienu LTV lieto 37 % pētījuma dalībnieku. “Pēc visiem šiem rādītājiem LTV apsteidz pat interneta portālu delfi.lv, ko atvērtajā jautājumā iedzīvotāji visbiežāk nosauca kā iecienītāko mediju. LTV1 trīs biežāk lietoto mediju vidū ierindoja 13 % Latvijas iedzīvotāju (4. vieta aiz Delfi, Facebook un TV3), LTV7 – 5 % respondentu,” teikts pētījumā.

Turpat secināts, ka Latvijas Radio klausās 63 % (+9 % salīdzinājumā ar 2020. gadu) aptaujāto Latvijas iedzīvotāju, vismaz reizi nedēļā to dara 46 %, katru vai gandrīz katru dienu – 31 % respondentu. Kā vienu no trim biežāk lietotajiem medijiem Latvijas Radio1 nosauca 5 %, LR2 – 4 % respondentu.

2021. gada NEPLP pētījums rāda, ka būtiski pieaudzis Latvijas sabiedrisko mediju vienotā portāla LSM.lv lietotāju skaits, 2021. gadā sasniedzot 45 % (+17 % salīdzinājumā ar 2020. gadu) no visiem pētījuma dalībniekiem. Vismaz reizi nedēļā LSM.lv lieto 25 %, katru vai gandrīz katru dienu – 11 % aptaujas dalībnieku. “Kā vienu no trim biežāk lietotajiem medijiem LSM.lv nosauca 5 % aptaujāto. Nenoliedzami, LSM.lv konkurētspēja un popularitāte pieaug, tomēr pēc iepriekš minētajiem rādītājiem LSM.lv aizvien vēl zaudē tādiem interneta ziņu portāliem kā delfi.lv, tvnet.lv, apollo.lv,” teikts pētījumā.

Taču vienlaikus ar salīdzinoši stabilajām sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu pozīcijām tradicionālajās platformās minētais pētījums arī uzrāda skaidru un nenovēršamu mediju patēriņa ieradumu maiņu. Saskaņā ar NEPLP pētījuma rezultātiem sabiedrībā pakāpeniski mainās mediju veidu (televīzija, radio, prese, internets) izvēle. Ja 2018.–2020. gadā populārākais informācijas resurss bija televīzija, tad 2021. gada rezultātos to apsteidza internets – interneta ziņu portāli un sociālie mediji (kā piemēram, “Youtube”, “Facebook”, “Twitter” u.tml.). “Mediju patēriņa ieradumu maiņu par labu interneta medijiem, iespējams, sekmēja Covid-19 pandēmija/krīze,” secināts pētījumā.

Saskaņā ar pētījuma rezultātiem divas trešdaļas (65 %) Latvijas iedzīvotāju mediju saturu izvēlas lietot galvenokārt interneta vidē. Katrs trešais (32 %) aptaujas dalībnieks mediju saturu galvenokārt lieto tradicionāli, izmantojot televīziju, radio, presi. “Visbūtiskāk abas auditorijas atšķiras vecuma grupās – jo gados jaunāki ir respondenti, jo biežāk mediju saturs tiek lietots interneta vidē (jauniešu vidū 91 % aptaujāto mediju saturu izvēlas lietot galvenokārt interneta vidē), jo gados vecāki ir respondenti, jo biežāk tiek lietoti tradicionālie mediji kā televīzija, radio, prese, senioru (65 un vairāk gadi) vidū 76 % aptaujāto priekšroku dod tradicionālajiem medijiem kā TV, radio, prese,” secināts pētījumā.

NEPLP pētījums gan neuzrāda, kādu tieši saturu cilvēki patērē sociālajos medijos, taču, ņemot vērā, ka plašākas auditorijas sasniegšanai gan sabiedriskie elektroniskie plašsaziņas līdzekļi, gan komercmediji savu saturu izplata arī dažādās digitālajās platformās, tajā skaitā sociālajos medijos, var secināt, ka ar šo kanālu starpniecību līdz lietotājiem nonāk gan sabiedrisko, gan komercmediju saturs, tā lietotājiem bieži pat neapzinoties, kas ir satura sākotnējais radītājs.

Saskaņā ar aptaujas rezultātiem sabiedrības uzticēšanās reitinga līderis ir Latvijas Radio (uzticas 55 %, neuzticas 14 % Latvijas iedzīvotāju; uzticēšanās reitings 41 punkts). Otrajā vietā ierindojās Latvijas Televīzija (uzticas 58 %, neuzticas 20 % respondentu; uzticēšanās reitings 38 punkti), trešajā – TV3 (uzticas 50 %, neuzticas 12 % respondentu; uzticēšanās reitings 37 punkti). Latvijas sabiedrisko mediju vienotais portāls LSM.lv uzrādīja ceturto augstāko rezultātu (uzticas 38 %, neuzticas 13 % respondentu; uzticēšanās reitings 25 punkti), aiz tā seko portāls delfi.lv un Re:TV (abiem uzticēšanās reitings 24 punkti).

“Latvijas sabiedrisko mediju rezultāti uz konkurentu fona izskatās tiešām labi, ierindojoties uzticamāko mediju saraksta galvgalī. Tāda pati aina vērojama arī pētījuma mērķa grupā – respondentu vidū līdz 30 gadu vecumam. Mazākumtautību pārstāvju grupā uzticēšanās līderis ir portāls rus.delfi.lv, otrajā vietā ierindojās Latvijas Radio. Kaut neliels Latvijas sabiedrisko mediju reitinga kritums vērojams mediju lietotāju auditorijās, tomēr pētījuma rezultāti nedod pamatu apgalvot, ka Latvijas sabiedriskie mediji zaudētu savas tirgus pozīcijas vai tās piedāvājums kļūtu patērētājiem mazāk pievilcīgs. Ir kritusies vispārējā uzticēšanās gan Latvijas, gan ārvalstu medijiem. Valdošā sabiedrības daļa (tā domā 60 % aptaujāto Latvijas iedzīvotāju) vairāk uzticas sabiedrisko mediju (LTV, LR, LSM.LV) sniegtajai informācijai nekā komerciālajiem medijiem,” teikts NEPLP 2021. gada pētījumā.

2022. gadā Sabiedriskā labuma izvērtēšanas metodoloģijas īstenošanas ietvaros veiktās iedzīvotāju aptaujas rezultāti liecina, ka sabiedrisko mediju kopējā sasniedzamība – 82% – ir līdzvērtīga NEPLP 2021. gada aptaujā uzrādītajai un nav mazinājusies. Iedzīvotāju aptaujas rezultāti arī rāda, ka kopumā nav mazinājusies uzticība sabiedriskajiem medijiem un to ietekme.

Atbilstoši metodoloģijai veiktās iedzīvotāju aptaujas rezultāti arī liecina, ka, salīdzinot 2021. gadā un 2022. gadā veikto aptauju rezultātus, uzticēšanās sabiedriskajiem medijiem saglabājusies noturīga. 2021. gadā sabiedriskajiem medijiem kopā uzticējās 39 %, LTV 42 %, LR 44 %, LSM 32 %, bet 2022. gadā attiecīgi – kopā sabiedriskajiem medijiem 41 %, LTV 43 %, LR 44 %, LSM 35 % aptaujāto. Analizējot mērķgrupu uzticēšanos sabiedriskajiem elektroniskajiem plašsaziņas līdzekļiem kopumā, secināms, ka šajā jautājumā sabiedrībā ir polarizācija – latviešu vidū uzticas 56 %, krievvalodīgo vidū tikai 21 % aptaujāto, citu tautību pārstāvji – 34 %. Savukārt dažādās vecuma grupās uzticēšanas līmenis būtiski augstāks ir vecāko iedzīvotāju vidū (vecumā virs 65 gadiem), kur vairāk nekā 53 % aptaujāto pauž uzticību sabiedriskajiem medijiem, kamēr vecuma grupās zem 65 gadiem šādu iedzīvotāju īpatsvars nepārsniedz 47 %.

2022. gadā aptaujātie pauduši arī savu viedokli par uzticēšanos komercmedijiem, un attiecīgi kopumā komercmedijiem uzticas 40 %, komerctelevīzijām 37 %, komercradio 46 %, ziņu portāliem 37 %. Salīdzinot šos rādītājus, secināms, ka uzticēšanās sabiedriskajiem medijiem ir līdzvērtīga komercmedijiem. Vienlaikus 2022. gada aptaujā 51 % atzinuši, ka sabiedriskajiem medijiem ir svarīga loma Latvijas valsts attīstībā, 54 % to apgalvo par LTV, 56 % par LR, 40 % par LSM.lv.

Augstu novērtēts, ka sabiedriskie elektroniskie plašsaziņas līdzekļi uzlabo satura lietotāju zināšanas par nacionālo kultūru un vietējam tradīcijām – to atzinuši 64 % LTV, LR un LSM lietotāju. 48 % atzīst, ka saturs motivē viņus kritiski domāt un spriest par apkārt notiekošo, bet 41 %, ka sabiedriskie mediji palīdz atpazīt viltus ziņas un dezinformāciju. Savukārt 51 % atzīst, ka sabiedriskie mediji palīdz saprast kopsakarības starp dažādiem notikumiem.

47 % piekrīt, ka sabiedriskie elektroniskie plašsaziņas līdzekļi atspoguļo jaunumus objektīvi un neitrāli, nepaužot personisko attieksmi. 54 % norāda, ka sabiedriskie mediji sniedz noderīgu informāciju par citās valstīs uzkrātām zināšanām un pieredzi. 62 % atzīst, ka sabiedriskie mediji ataino dažādus viedokļus, arī tos, kuri atšķiras no viņu, bet 65 % uzskata, ka saturā ir iekļauti viedokļi, kas ataino arī viņu uzskatus. Mazākumtautību vidū šis rādītājs ir zemāks, un tam, ka viņu viedoklis ir pārstāvēts, piekrīt 44 % sabiedrisko mediju lietotāju. 52 % atzīst, ka sabiedriskie mediji stiprina piederības sajūtu Latvijai. Vienlaikus tikai 26 % no sabiedrisko mediju lietotājiem piekrīt, ka saturs iedvesmojis viņus uzdrīkstēties darīt, būt uzņēmīgiem.

Savukārt 2022. gada jūlijā publiskotā Eirobarometra “Mediju un ziņu aptauja 2022”, kas veikta 2022. gada aprīlī un maijā, liecina, ka Latvijas sabiedrība visvairāk uzticas sabiedriskajai televīzijai un radiostacijām, tostarp to saturam tiešsaistē, – 51 % (vidēji Eiropas Savienībā 49 %), drukātajai presei (piemēram, laikrakstiem vai žurnāliem), tostarp to saturam tiešsaistē, uzticas 21 % (vidēji ES 39 %), privātajiem televīzijas kanāliem un radiostacijām, tostarp to saturam tiešsaistē, uzticas 15 % (vidēji ES 27 %), cilvēkiem, grupām vai draugiem, kuriem seko sociālajos medijos vai ziņojumapmaiņas platformās uzticas 20 % (vidēji ES 14 %), citām tiešsaistes ziņu platformām, tostarp blogiem un raidierakstiem, uzticas 12 % (vidēji ES 11 %), “YouTube” vai citām video platformām uzticas 19 % (vidēji ES 10 %), sociālo mediju kanālos, piemēram, “YouTube”, “Instagram” vai “TikTok”, populārām personām uzticas 12  % (vidēji ES 5 %).

Saskaņā ar šo pašu aptauju Latvijā populārākais ziņu avots ir televīzija, ko izmanto 51 % (vidēji ES 75 %), seko tiešsaistes ziņu platformas – 45 % (vidēji ES 43 %), sociālo mediju platformas un blogi – 41 % (vidēji ES 26 %), radio – 28 % (vidēji ES 39 %), drukātā (rakstveida) prese – 9 % (vidēji ES 21 %).

Sadalot galvenos ziņu avotus pa vecuma grupām, Latvijā vecuma grupā 15-24 59 % izmanto tiešsaistes ziņu platformas, grupā 25-39 52 % lieto sociālo mediju platformas un blogus, grupā 40-54 51 % izmanto televīziju, grupā 55+ 62 % kā galveno ziņu avotu lieto televīziju.

Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu attīstību Eiropā un auditorijas izmaiņas regulāri analizē EBU. 2022. gadā publiskoti pētījumi par lineāro un digitālo mediju patēriņu 2021. gadā. Vidēji nedēļā televīziju Eiropā skatās ievērojams skaits cilvēku – 82 %, pie televizoru ekrāniem vidēji pavadot 3,36 stundas, kas ir tikai par minūti mazāk nekā 2016. gadā. Vienlaikus jauniešu vidū televīzijas skatīšanās ilgums turpina sarukt, nedēļā sasniedzot 59 % auditorijas ar vidējo skatīšanos laiku 1,31 stunda.

Latvijā vidējais televīzijas skatīšanās laiks atpaliek no vidējā EBU dalībvalstīs, kas ir 2,52 stundas. Jauniešu vidū Latvijā tās ir 45 minūtes.  Saskaņā ar EBU datiem Latvijas Televīzijas nedēļā sasniegtā auditorija ir  – 37,3 %, kas atpaliek no vidējā  EBU rādītāja – 60,4 %.  Saskaņā ar *Kantar Latvia* datiem LTV1 2021. gadā bija skatītākais konsolidētās televīzijas kanāls Latvijā ar skatīšanās laika daļu 11,4 %, savukārt LTV7 bija ceturtais skatītākais kanāls – 3,8 %.

Saskaņā ar EBU datiem kopš 2008. gada lineārā radio lietošana sarūk, tomēr katru nedēļu joprojām tiek sasniegta ievērojama auditorijas daļa – 84 %.  Saskaņā ar pētījumu vidēji dienā radio klausās 2,22 stundas, kas ir par 15 minūtēm mazāk nekā 2016. gadā.  Jaunieši radio vidēji dienā klausās 1,22 stundu. Kā liecina EBU dati, Latvijā radio klausīšanās ir populāra. Latvija ieņem pirmo vietu starp EBU dalībvalstīm ar vidējo klausīšanas laiku nedaudz virs 4 stundām, bet jauniešu vidū – 3,2 stundas.

Arī Latvijas Radio sniegums, salīdzinot ar citiem sabiedriskajiem radio, ir vērtējams atzīstami – vidēji nedēļā sasniegti nedaudz vairāk nekā puse iedzīvotāju – 50,4 %, kamēr EBU vidēji – 43,7 %. Saskaņā ar *Kantar Latvia* datiem 2021. gadā LR bija pārliecinoši lielākā tirgus daļa starp visiem radio – 37,9 %, bet LR2 bija populārākā radiostacija, savukārt LR1 trešā populārākā.

EBU ikgadējais sabiedrisko mediju pētījums liecina, ka viens no izaicinājumiem Latvijas sabiedriskajiem medijiem ir audzēt auditorijas sasniedzamību dažādās digitālajās platformās. Saskaņā ar EBU datiem LTV, kuras struktūrvienība ir LSM.lv, vidēji nedēļa caur dažādiem digitālajiem kanāliem sasniedz 23,5 % Latvijas iedzīvotāju.

**III. Stratēģiskie mērķi un uzdevumi**

Sabiedriskā pasūtījuma stratēģiskie mērķi balstās Satversmē, SEPLPL, kā arī attīstības plānošanas dokumentos, nozares, Padomes un sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu darbības stratēģijās.

Tajā skaitā arī Latvijas Ilgtspējīgas attīstības stratēģijā līdz 2030. gadam (Latvija 2030) un tajā ietvertajā vīzijā, ka: “2030.  gadā Latvija būs plaukstoša aktīvu un atbildīgu pilsoņu valsts. Ikviens varēs justies drošs un piederīgs Latvijai, šeit katrs varēs īstenot savus mērķus. Nācijas stiprums sakņosies mantotajās, iepazītajās un jaunradītajās kultūras un garīgajās vērtībās, latviešu valodas bagātībā un citu valodu zināšanās. Tas vienos sabiedrību jaunu, daudzveidīgu un neatkārtojamu vērtību radīšanai ekonomikā, zinātnē un kultūrā, kuras novērtēs, pazīs un cienīs arī ārpus Latvijas. Rīga būs nozīmīgs kultūras, tūrisma un biznesa centrs Eiropā. Reģionālās attīstības veicināšanai tiks radīti priekšnosacījumi visu reģionu ekonomiskā potenciāla attīstībai un sociālekonomisko atšķirību mazināšanai, paaugstinot iekšējo un ārējo konkurētspēju, kā arī nodrošinot teritoriju specifikai atbilstošus risinājumus apdzīvojuma un kvalitatīvas dzīves vides attīstībai, vidējā termiņā panākot reģionālā IKP starpības samazinājumu. Latvija – mūsu mājas – zaļa un sakopta, radoša un ērti sasniedzama vieta pasaules telpā, par kuras ilgtspējīgu attīstību mēs esam atbildīgi nākamo paaudžu priekšā.”

Vadlīnijas balstās arī Nacionālajā attīstības plānā 2021.–2027. gadam (NAP 2027), kas ir galvenais valsts vidēja termiņa attīstības plānošanas dokuments. “2027. gadā mēs redzam fundamentālas pārmaiņas un izaugsmi četros virzienos. Vienlīdzīgas tiesības aptver visu Latvijas iedzīvotāju pamattiesību īstenošanu caur valsts sniegtajiem pakalpojumiem. Dzīves kvalitāte raksturo vispārējo labklājības un ikviena Latvijas iedzīvotāja iespēju pieaugumu. Zināšanu sabiedrība ir kopīgs virziens pārmaiņām izglītībā un zinātnē, pilsoniskajā apziņā, mediju telpā un tautsaimniecībā. Atbildīga Latvija ir atbilde klimata un demogrāfisko tendenču apdraudējumam šodien un tālākā nākotnē,” tādus prioritāros attīstības virzienus definē NAP 2027.

Plāna rīcības virzienā “Saliedētība” definēti attiecīgi mērķi: “Pieaug piederības sajūta Latvijas sabiedrībai, latviskai un eiropeiskai kultūrtelpai. Saziņa un sadarbība starp dažādām iedzīvotāju grupām manāmi palielinājusies, mazinot spriedzi un nepamatotus aizspriedumus. Cilvēki gādā viens par otru, aktīvi veido un piedalās sabiedriskajās aktivitātēs, kā arī saredz sabiedrības daudzveidību kā vērtīgu resursu un spēju savstarpēji saprasties un cienīt vienam otru. Iedzīvotāji vairāk lieto latviešu valodu, gūst izpratni par sabiedrību demokrātiskā Latvijas informatīvajā telpā un vērtē informācijas kvalitāti. Tādējādi palielinās gatavība sniegt atbalstu līdzcilvēkiem un vairojas sabiedriskais labums.”

Turpat arī definēts, ka “viens no galvenajiem riskiem saliedētībai ir manipulācijas risks: ļaujoties stereotipu varai, nav tālu līdz diskriminācijai. Plašsaziņas līdzekļi, politiskā retorika atsevišķās valstīs var radīt plaisas sabiedrībā. Tāpēc ir stiprināma informatīvā telpa, novēršama dezinformācija un uzlabojama medijpratība, līdzdarbība politikas veidošanā, komunikācijas prasmes starp dažādām grupām un kultūrām. Informatīvajā telpā, tostarp medijos, radītais saturs palīdz noturēt demokrātiju un nostiprināt pilsoniskās vērtības. Arī kvalitatīva mediju satura pieejamība valsts valodā, pietiekama un kvalitatīva informācija par sabiedrībā notiekošo stiprina mūs kā sabiedrību un demokrātisku valsti”.

NAP 2027 arī paredz, ka: “Viens no saliedētas sabiedrības pamatiem ir plaša latviešu valodas lietošana. Saliedēta sabiedrība aktīvi piedāvā valodas apguves un prasmju pilnveides iespējas tiem, kas to vēlas, un valodas pratēji brīvprātīgi un aktīvi atbalsta valodas apguvējus, atbalstošā veidā sarunājoties ar tiem latviski. Tāpat jāstiprina latviešu valodas dinamiska bagātināšana visās jomās.”

Uz sabiedriskajiem elektroniskajiem plašsaziņas līdzekļiem tieši attiecas divi rīcības virziena “Saliedētība” uzdevumi – latviešu valodas lietojuma palielināšana ikdienas saziņā, tostarp digitālajā un sabiedrisko mediju vidē, paplašinot valodas apguves pieejamību un uzlabojot kvalitāti, kā arī sabiedrisko mediju patstāvības nodrošināšana, tehnoloģiju, infrastruktūras un satura modernizēšana; atbalsta pasākumi nacionālās informatīvās telpas daudzveidības (plurālisma) nodrošināšanai, kvalitatīva mediju satura ražošanai un satura pieejamības nodrošināšanai tā lietotājiem reģionos, pierobežā un cilvēkiem ar funkcionālajiem traucējumiem. Otrā uzdevuma indikators ir iedzīvotāju skaits, kuri var uztvert sabiedrisko mediju raidījumus, iedzīvotāju īpatsvars, kuri skatās, klausās un uzticas sabiedrisko mediju sniegtajai informācijai.

Atsevišķa sadaļa sabiedrisko mediju attīstīšanai veltīta arī 2019. gadā apstiprinātajā Nacionālās drošības koncepcijā, kurā teikts: ”Latvijas sabiedriskie mediji ir daļa no nacionālās drošības sistēmas, jo tiem ir būtiska loma saliedētas sabiedrības veidošanā. Sabiedrisko mediju attīstību ierobežo un to iziešanu no reklāmas tirgus kavē ierobežotais valsts finansējums, kas ir jāpalielina. Ieguldot līdzekļus sabiedriskajos medijos, ir jāattīsta to interneta platformas un jāpilnveido to kvalitāte, tādā veidā konkurējot ar komercmedijiem. Sabiedriskajiem medijiem ir jāuzrunā dažādas mērķauditorijas un tiem ir jābūt pieejamiem visā Latvijas teritorijā. Viena no Latvijas sabiedrisko mediju specifiskajām mērķauditorijām ir Latvijas mazākumtautības. Šai mērķa auditorijai ir jārada un jāpiedāvā kvalitatīva un saprotama alternatīva Krievijas informatīvo telpu pārstāvošajiem informācijas avotiem, nodrošinot izvēles iespējas. Sabiedriskajiem medijiem ir jāatspoguļo arī informācija par norisēm Latvijas reģionos. Tādā veidā tiktu veicināta Rīgas un citu pilsētu iedzīvotāju informētība par reģionu aktualitātēm, vairojot reģionu pievilcību un sekmējot to attīstību. Vienlaikus tiktu demonstrēts, ka Rīgā arī ir interese par reģionu iedzīvotāju problēmām, mazinot reģionu iedzīvotāju atstumtības sajūtu.”

Joprojām spēkā esošajās Mediju politikas pamatnostādnēs 2016.–2020. gadam ir norādīts, ka “tieši globalizācijas apstākļos vietējie mediji ir kļuvuši par izšķiroši svarīgiem nacionālās un reģionālās identitātes balstiem. Palielinoties daudzveidībai un izvēles iespējām mediju tirgū, tostarp, privāto mediju un pārrobežu mediju piedāvātajam saturam un pieejamībai, sabiedriskajiem medijiem ir īpaši jāraugās, lai sabiedrisko raidorganizāciju piedāvātais saturs atbilstu gan nacionālas valsts, gan sabiedriskā labuma idejai”.

No Mediju politikas pamatnostādnēm arī izriet, ka sabiedriskajiem medijiem ir jāattīstās “interneta vidē, kas ļautu piesaistīt lielāku jauniešu auditoriju, un tādējādi kalpot par neatkarīgas, kvalitatīvas un daudzveidīgas mediju vides balstiem un pilsoniskās apziņas veidotājiem”.

2021. gada vidū spēkā stājies jauns likums – Latviešu vēsturisko zemju likums, un tā 4. panta 9. daļa nosaka, ka “valsts veicina latgaliešu valodas kā latviešu valodas paveida un lībiešu valodas lietošanu informatīvajā telpā, it sevišķi sabiedriskajos elektroniskajos plašsaziņas līdzekļos”. Kopējais likuma mērķis ir veicināt latviešu vēsturisko zemju iedzīvotāju kopējo apziņu, identitāti un piederību Latvijai un garantēt latviešu vēsturisko zemju kultūrvēsturiskās vides un kultūrtelpu saglabāšanu un ilgtspējīgu attīstību.

Latgaliešu un lībiešu valodu saglabāšanas pienākums izriet arī no Valsts valodas likuma 3. un 4. panta, kuros attiecīgi noteikts, ka “valsts nodrošina latgaliešu rakstu valodas kā vēsturiska latviešu valodas paveida saglabāšanu, aizsardzību un attīstību” un “valsts nodrošina lībiešu valodas kā pirmiedzīvotāju (autohtonu) valodas saglabāšanu, aizsardzību un attīstību”.

Saliedētas un pilsoniski aktīvas sabiedrības attīstības pamatnostādnes 2021.-2027. gadam definē, ka “saliedētas sabiedrības politikas virsmērķis ir nacionāla, solidāra, atvērta un pilsoniski aktīva sabiedrība, kuras pastāvēšanas pamats ir Satversmē noteiktās demokrātiskās vērtības un cilvēktiesības, latviešu valoda un latviskā kultūrtelpa”. Šo pamatnostādņu virsmērķa sasniegšanas vispārīgais princips ir iekļaujoša līdzdalība, kas ikvienam nodrošina iespējas iesaistīties valsts pārvaldībā un nodrošina plašu sabiedrības pārstāvniecību visā tās daudzveidībā, ir pamats zināšanu un prasmju apguvei, lai stiprinātu nacionālo identitāti, latviešu valodu, sociālo uzticēšanos, iedzīvotāju solidaritāti un sadarbību.

Plāns personu ar invaliditāti vienlīdzīgu iespēju veicināšanai 2021.-2023.  gadam paredz konkrētus uzdevumus sabiedriskajiem medijiem. Tajā skaitā palielināt Latvijas Televīzijas raidījumu un filmu subtitrēšanas un surdotulkošanas apjomu lineārajā apraidē, kā arī attīstīt satura surdotulkojums vai subtitru apjomu multimediālā vidē, tostarp LSM.lv, Replay.lv, sociālajos medijos; nodrošināt satura personām ar invaliditāti un par personām ar invaliditāti uzskaiti, kā arī atspoguļot personu ar invaliditāti tiesības un intereses sabiedriskajos medijos.

Plāns paredz arī Latvijas Radio nodrošināt daudzveidīgu kultūras programmas piekļūstamību, attīstot Radioteātra darbību, attīstīt dažādu žanru darbu ierakstu nodrošināšanu pēc iespējas plašākam auditorijas lokam, palielināt satura projektu pieejamību raidieraksta formā, attīstīt multimediālā satura titrēšanu sociālajiem medijiem.

No Elektronisko plašsaziņas līdzekļu nozares attīstības stratēģijas 2018.–2022. gadam, kas ir spēkā vadlīniju izstrādes laikā un ir saistoša arī sabiedriskajiem elektroniskajiem plašsaziņas līdzekļiem kā ievērojamai daļai no šīs nozares, izriet, ka “nozares politikas pamatmērķis ir nodrošināt vārda un uzskatu paušanas brīvību, kultūras, sociālās atmiņas saglabāšanu, attīstību un dokumentēšanu, sabiedriski nozīmīgas informācijas vispārēju pieejamību, netraucētas brīvas, demokrātiskas diskusijas uzturēšanu un attīstību, radot katram Latvijas iedzīvotājam iespēju patstāvīgi veidot viedokli par valstī un pasaulē notiekošajiem procesiem, sekmējot medijpratību un pilsonisko līdzdalību ar tiem saistītu lēmumu izstrādāšanā, kā arī nodrošinot nacionālās kultūras un viedokļu daudzveidības saglabāšanu”.

No nozares stratēģijā definētajiem trim nozares prioritārajiem virzieniem un tiem atbilstošiem mērķiem uz sabiedriskajiem elektroniskajiem plašsaziņas līdzekļiem tieši attiecas 1., 2. un 3. prioritārais virziens un atbilstoši mērķi:

1. Prioritārais virziens "Daudzveidīgs, kvalitatīvs nacionālais mediju saturs Latvijas iedzīvotājam un latviešiem pasaulē", kura stratēģiskais mērķis ir apmierināt iedzīvotāju vajadzības un intereses pēc nacionāli un reģionāli nozīmīgas informācijas par sabiedrību, valsti, aktuāliem notikumiem un norisēm, izglītības, kultūras un izklaides.

2. Prioritārais virziens "Dinamiski, uz attīstību un inovācijām vērsti mediji", kura stratēģiskais mērķis ir tehnoloģiski mūsdienīga, Latvijas apstākļiem piemērota mediju satura ražošana. Modernizācijas pasākumu rezultātā nedrīkst veidoties atsevišķu sociālu grupu informatīvā atstumtība un nepamatotas atšķirības starp reģioniem vai arī pārmērīga tirgus varas koncentrācija, kas nelabvēlīgi ietekmē konkurenci un mediju plurālismu.

3. Prioritārais virziens "Atbildīgi mediji, zinoša, iesaistīta un ieinteresēta auditorija", kura stratēģiskais mērķis ir nodrošināt nacionālo mediju ilgtspējīgu auditorijas bāzi, stiprinot atgriezenisko saiti, veidot indivīdos prasmes un ieradumus izmantot redakcionāli un sociāli atbildīgu saturu, kas atspoguļo sabiedriski nozīmīgas tēmas, sniedz kvalitatīvas izglītības un izklaides iespējas. Auditorijas prasmes kritiski uztvert un izvērtēt mediju saturu un mērķus ir svarīgs pamats indivīda un visas sabiedrības drošumspējas stiprināšanā.

Vienlaikus nozares stratēģijā, kas tapusi vēl laikā pirms Padomes izveidošanas un funkciju pārņemšanas no NEPLP, kā NEPLP viens no prioritārajiem virzieniem ar atbilstošiem mērķiem definēts:

1. Prioritārais virziens "Vienotā sabiedriskā medija attīstība/iziešana no reklāmas tirgus".

Nozares stratēģijā minēts, ka “prioritārā virziena "Vienotā sabiedriskā medija attīstība/iziešana no reklāmas tirgus" ietvaros veicināsim sabiedrisko mediju iziešanu no reklāmas tirgus un atbilstoša finansējuma piešķiršanu šīm mērķim; izstrādāsim vienota sabiedriskā medija modeli un tā attīstību digitālajā vidē”.

Tāpat paredzēts, ka “šā virziena ietvaros attīstīsim vienota sabiedriskā medija modeli un darbību digitālajā vidē, atbilstoši sabiedriskā pasūtījuma plānam. Nostiprināsim kvalitātes vadību sabiedriskā pasūtījuma ietvaros; veicināsim sabiedrisko mediju iziešanu no reklāmas tirgus”.

Attiecīgi definēti arī uzdevumi:

1.1. Attīstīt vienota sabiedriskā medija modeli saskaņā ar Nacionālo attīstības plānu, koncentrējot resursus sabiedriskā medija attīstībai un uzturēšanai;

1.2. Sekmēt sabiedriskā medija darbību digitālajā vidē, t.sk. digitālās ziņu satura platformas attīstību uz LSM.lv bāzes;

1.3. Radīt priekšnoteikumus sabiedrisko mediju iziešanai no reklāmas tirgus, ņemot vērā finanšu un budžeta kompensējošo pasākumu pieejamību.

Laikā, kad Padome pārņēma sabiedrisko elektronisko plašsaziņas pārvaldības un uzraudzības funkcijas no NEPLP, uzdevums par iziešanu no reklāmas tirgus bija jau izpildīts 2021. gada sākumā.

Uz sabiedriskajiem elektroniskajiem plašsaziņas līdzekļiem daļēji attiecas arī NEPLP kā padomes darbības virzieni:

3. Prioritārais virziens "Tehnoloģiskā attīstība un sabiedrības vajadzību nodrošināšana", kura stratēģiskais mērķis ir tehnoloģiski mūsdienīgas, Latvijas apstākļiem piemērotas piegādes infrastruktūras nodrošināšana, kas atbilst auditorijas mainīgajām vajadzībām, respektējot paaudžu, reģionu un sociālo grupu intereses un ekonomiskās iespējas.

4. Prioritārais virziens "Medijpratības un mediju ētikas attīstība", kas paredz izstrādāt elektronisko plašsaziņas līdzekļu ombuda iespējamo darbības modeli, veicināt satura pieejamību personām ar īpašajām vajadzībām un integratīvu iesaisti, tai skaitā veicinot finansējuma palielināšanu.

Vadoties no likumdevēja dotajiem uzdevumiem, kā arī citiem SEPLPL definētajiem mērķiem un uzdevumiem un no citiem attīstības plānošanas sistēmas dokumentiem, elektronisko plašsaziņas līdzekļu nozari un mediju jomu regulējošiem normatīvajiem aktiem izrietošajiem mērķiem un uzdevumiem, Padomes ilgtermiņa mērķis ir spēcīga, atbilstoši finansēta apvienota sabiedriska elektroniskā plašsaziņas līdzekļa izveide un darbība sabiedriskā labuma radīšanā, nodrošinot satura daudzveidību, viedokļu dažādību, izcilu kvalitāti, plašu auditorijas aptvērumu, satura izplatības platformu dažādošanu, kā arī demokrātiskās iekārtas, nacionālās kultūras un informatīvās telpas stiprināšanu, efektīvu valsts budžeta līdzekļu izmantošanu un atbildīgumu sabiedrības priekšā. Tas definēts Padomes darbības stratēģijā 2022.-2025. gadam.

Vienlaikus stratēģijā noteiktas arī četras prioritātes un no tām izrietoši mērķi un sasniedzamie rezultāti. Prioritātes ir sekojošas:

1. Prioritāte “Efektīva un atbildīga sabiedriskā pasūtījuma finansējuma uzraudzība” – lai nodrošinātu efektīvu un atbildīgu sabiedrības līdzekļu izlietojumu, prioritāte ir sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu programmu un pakalpojumu atbilstības sabiedrības interesēm, sabiedriskajam pasūtījumam un finanšu līdzekļu izlietojuma atbilstības apstiprinātajam budžetam uzraudzība.

2. Prioritāte “Kvalitātes vadība un sabiedriskā labuma novērtēšana” – lai nodrošinātu sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu darbības atbilstību SEPLPL noteiktajiem sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu darbības pamatprincipiem, prioritāte ir kvalitātes vadības sistēmas izveide un īstenošana, sabiedriskā labuma izvērtēšanas metodoloģijas ieviešana un īstenošana, sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu ombuda darbības nodrošināšana.

3. Prioritāte “Satura, tehnoloģiju un infrastruktūras modernizēšana” – lai nodrošinātu sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu patstāvību, tehnoloģiju, infrastruktūras un satura modernizēšanu, prioritāte ir divu esošo sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu apvienošana un finansēšanas modelis, kas nodrošina neatkarīgu, prognozējumu un atbilstošu finansējumu Eiropas vidējam finansējuma līmenim līdzvērtīgā apjomā.

4. Prioritāte “Motivēta un profesionāla SEPLP darbinieku komanda, kas strādā sabiedrības labā” – lai nodrošinātu efektīvu valsts kapitāldaļu pārvaldību sabiedriskajos elektroniskajos plašsaziņas līdzekļos, valsts budžeta dotācijas izlietojuma atbilstības uzraudzību, sabiedriskā pasūtījuma izstrādi un kvalitatīvu izpildi, prioritāte ir SEPLP darbinieku profesionalitāte un izaugsme, nodrošinot SEPLP definēto mērķu un prioritāšu īstenošanu.

Latvijas Radio vidēja termiņa darbības stratēģijā 2019.-2022. gadam izvirzīts viens galvenais nefinanšu stratēģiskais mērķis, kas ir arī kopējais Latvijas Radio stratēģiskais mērķis, un tam pakārtoti nefinanšu mērķi. Stratēģiskais mērķis ir veidot plašu satura piedāvājumu lineārajā apraidē un multimediāli, nodrošinot telpu jēgpilnai viedokļu apmaiņai, veicinot sabiedrībai būtisku jautājumu risināšanu, piederības izjūtā Latvijai balstītas pilsoniskas sabiedrības veidošanos, radot un saglabājot Latvijas kultūrvēsturiskās vērtības nākamajām paaudzēm. Kā nefinanšu mērķi definēti – LR tirgus daļa (AQH share, %), LR klausītāju skaits (Reach), LR Sociālo tīklu sasniegtā auditorija. Latvijas Radio finanšu mērķi – finanšu stabilitāte un investīciju attīstība – tiek vērtēti pēc sekojošiem rādītājiem: saistības pret pašu kapitālu, EBITDA rentabilitāte, kopējais likviditātes rādītājs, ieguldījumi investīcijās.

Latvijas Televīzijas vidēja termiņa darbības stratēģijā 2020.-2022. gadam definēti nefinanšu mērķi un rezultatīvie rādītāji – nodrošināt daudzveidīga satura radīšanu un pieejamību multimediju platformās, palielinot auditorijas sasniedzamību; noturēt auditorijas laika daļu lineārajā TV; nodrošināt profesionālu un efektīvu pārvaldību; infrastruktūras un tehnoloģiskā attīstība; veidot uzticamu, kvalitatīvu, daudzveidīgu, plašām sabiedrības interesēm atbilstošu saturu dažādās platformās; satura kvalitātes vērtēšanas sistēma, LTV zīmola kā uzticamākā, neatkarīgākā medija stiprināšana.

Latvijas Televīzijas finanšu mērķi – nodrošināt stabilu, efektīvu uz attīstību vērstu kapitālsabiedrības darbību – tiek vērtēti pēc sekojošiem rādītājiem: peļņa pirms procentu, nodokļu un nolietojuma izmaksām EBITDA rentabilitāte; kopējais likviditātes rādītājs; saistības pret pašu kapitālu; ieguldījumi investīcijās.

**IV. Sabiedriskā labuma mērķi un uzdevumi**

Sabiedriskā labuma izvērtēšanas metodoloģijas, kas balstīta OKR (Objectives and Key Results) pieejā, mērķis ir radīt vienotu instrumentu, lai Padome, Latvijas Televīzija un Latvijas Radio regulāri izvērtētu sabiedrisko pasūtījumu, un, balstoties uz iegūtajiem datiem un rezultātiem, stratēģiski plānotu satura attīstību. Šādā metodoloģijā balstīts pētījums vienlaikus ļauj īstenot gan sabiedrības iesaisti sabiedriskā pasūtījuma veidošanā, gan nodrošina sabiedrisko mediju atskaitīšanos par paveikto. Pētījuma rezultāti ir publiski pieejama informācija.

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

Metodoloģija atbilst EBU definētajiem sabiedrisko mediju darbības pamatprincipiem: nodrošināt satura kvalitāti; nodrošināt viedokļu un uzskatu daudzveidību; sekmēt satura pieejamību; veicināt satura oriģinalitāti, radošumu; sekmēt mediju un informācijas pratību.

Sabiedriskā pasūtījuma radītā sabiedriskā labuma radīšanas izvērtējums tiek veikts, balstoties uz sešiem noteiktajiem sabiedriskā labuma mērķiem, tos iedalot šādās kategorijās: (1) sabiedrība, (2) demokrātija, (3) kultūra, (4) zināšanas, (5) radošums, (6) sadarbība, kā arī četriem pamata caurvijas rādītājiem – sasniedzamība, kvalitāte, ietekme, ieguldīto līdzekļu atdeve.

**SABIEDRĪBA** – mērķis paredz nodrošināt daudzpusīgu Latvijas sabiedrības pašizziņu, pārstāvot iedzīvotāju daudzveidību, veidojot savstarpējo izpratni starp dažādajām sabiedrības grupām un meklējot kopīgo.

**DEMOKRĀTIJA** – mērķis paredz veidot sabiedrības izpratni par sabiedrībai nozīmīgiem lēmumiem, sekmēt pierādījumos balstītu lēmumu pieņemšanu, informēt sabiedrību par sociālpolitiskajām aktualitātēm, veicināt politisko atbildīgumu, veicināt medijpratību un vairot izpratni par mediju lomu demokrātijā.

**KULTŪRA** – mērķis paredz radīt saturu, kas bagātina un veido Latvijas kultūrtelpu, stiprināt Latvijas nacionālo identitāti, sekmēt kultūras jaunradi, apzināt kultūras mantojumu, to padziļināti izzinot un rodot pielietojumu šodienā.

**ZINĀŠANAS** – mērķis paredz nodrošināt skaidrojošu saturu, kas sabiedrībā veicinātu tiesību pratību (zināšanas par tiesībām un pienākumiem), finanšu pratību, izpratni par mūžizglītības lomu, savstarpējo attiecību veidošanu ģimenē un ar bērniem, fizisko un mentālo veselību un citām tēmām, kas ļautu iedzīvotājiem uzlabot savu ikdienas dzīves kvalitāti.

**RADOŠUMS** – mērķis paredz sekmēt sabiedrības radošumu un uzņēmību visās dzīves jomās, tajā skaitā veicinot starpnozaru un paaudžu sadarbību, kā arī uzņēmumu un pētniecisko organizāciju, zinātnisko institūtu sadarbību.

**SADARBĪBA** – mērķis paredz radīt sabiedrisko labumu Latvijas iedzīvotājiem un piederīgajiem, veidojot kvalitatīvu saturu un pakalpojumus sadarbībā ar nevalstiskā, publiskā un privātā sektora organizācijām, kā arī ar auditorijām.

Katram sabiedriskā labuma mērķim ir pakārtoti konkrēti no tā izrietoši uzdevumi, kuru izpilde tiek mērīta ikgadējā iedzīvotāju aptaujā. Tā nodrošina sabiedrisko mediju atskaitīšanos par paveikto un iesaista sabiedrību sabiedriskā pasūtījuma veidošanā, jo, balstoties uz iegūtajiem datiem un rezultātiem, Latvijas Televīzijai un Latvijas Radio ļauj stratēģiski plānot satura attīstību.

Jaunākā iedzīvotāju aptauja ir īstenota saskaņā ar Latvijas sabiedrisko mediju sabiedriskā labuma izvērtēšanas metodoloģiju, kas apstiprināta ar Padomes 2022. gada 4. aprīļa lēmumu Nr. 17/1-1. Pētījumu īstenojis neatkarīgs eksperts, Latvijas Universitātes Filozofijas un socioloģijas institūta vadošais pētnieks Andris Saulītis (Dr.sc.soc.). Dati ievākti laikā no 2022. gada 30. maija līdz 25. jūnijam tiešsaistē (CAWI metode) ar “Norstat Latvija AS” slēgto interneta paneli, kopumā aptaujājot 3,565 respondentus.

**Sasniedzamie rādītāji trīs gadu periodā**

Ņemot vērā iedzīvotāju aptaujas rezultātā noteiktās sabiedriskā labuma indikatoru vērtības (26.09.2022. redakcija), Padome Latvijas Radio un Latvijas Televīzijai nosaka sekojošas sabiedriskā labuma mērķu vērtības, kas sasniedzamas triju gadu periodā. Mērķa vērtības noteiktas, ņemot vērā statistiskās kļūdas robežas, par atskaites punktu ņemot 2022. gada pētījuma datus un izvērtējot katra medija specifisko situāciju.

Padome apzinās, ka mērķu izpilde ir cieši saistīta ar to, vai tiks realizēts SEPLPL un sabiedrisko mediju apvienošanas un finansēšanas koncepcijās definētais mērķis nodrošināt plānveidīgu un prognozējamu sabiedrisko mediju attīstību. Tāpēc mērķa vērtības Padome var pārskatīt kopā ar nākamā gada sabiedriskā pasūtījuma plānu, ņemot vērā iedzīvotāju aptaujas datu padziļinātu analīzi un iekšējo un ārējo faktoru ietekmi uz sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu darbu.

**Sabiedrība**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Gads | Kopā | LTV | LR | LSM |
| 2022 | 58 % | 57 % | 59 % | 58 % |
| 2023 | 58 %-61 % | 57 %-60 % | 59 %-62 % | 58 %-61 % |
| 2024 | 58 %-61 % | 57 %-60 % | 59 %-62 % | 58 %-61 % |
| 2025 | 61 % | 60 % | 62 % | 61 % |

**Demokrātija**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Gads | Kopā | LTV | LR | LSM |
| 2022 | 49 % | 46 % | 50 % | 51 % |
| 2023 | 49 %-53 % | 46 %-52 % | 50 %-53 % | 51 %-53 % |
| 2024 | 49 %-53 % | 46 %-52 % | 50 %-53 % | 51 %-53 % |
| 2025 | 53 % | 52 % | 53 % | 53 % |

Līdz 2023. gadam netiek noteiktas mērķa vērtības 2025. gadam sabiedriskā labuma mērķiem “Kultūra”, “Zināšanas”, “Radošums”, jo plānots precizēt šo mērķa vērtību aprēķinu metodoloģiju. Šīs mērķa vērtības tiks noteiktas, veidojot 2024. gada sabiedriskā pasūtījuma gada plānu.

Caurvijas rādītājiem “Sasniedzamība”, “Kvalitāte”, “Ietekme” tiek noteikti sekojoši sasniedzamie rādītāji trīs gadu periodā:

**Sasniedzamība**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Gads | Kopā | LTV | LR | LSM |
| 2022 | 82 % | 55 % | 48 % | 43 % |
| 2023 | 82 % | 55 %-57 % | 48 %-49 % | 43 %-49 % |
| 2024 | 82 % | 55 %-57 % | 48 %-49 % | 43 %-49 % |
| 2025 | 82 % | 57 % | 49 % | 49 % |

**Kvalitāte**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Gads | Kopā | LTV | LR | LSM |
| 2022 | 46 % | 47 % | 42 % | 48 % |
| 2023 | 46 %-51 % | 47 %-51 % | 42 %-50 % | 48 %-51 % |
| 2024 | 46 %-51 % | 47 %-51 % | 42 %-50 % | 48 %-51 % |
| 2025 | 51 % | 51 % | 50 % | 51 % |

**Ietekme**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Gads | Kopā | LTV | LR | LSM |
| 2022 | 41 % | 43 % | 44 % | 35 % |
| 2023 | 41 %-45 % | 43 %-46 % | 44 %-46 % | 35 %-42 % |
| 2024 | 41 %-45 % | 43 %-46 % | 44 %-46 % | 35 %-42 % |
| 2025 | 45 % | 46 % | 46 % | 42 % |

Lai sekotu līdzi 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 desmit specifiskus rādītājus un to mērķa vērtības.

Padomes ieskatā, ir būtiski 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.

Līdzīgi kā ar sabiedriskā labuma mērķa vērtībām arī šos rādītājus un mērķa vērtības Padome var pārskatīt kopā ar nākamā gada sabiedriskā pasūtījuma plānu, ņemot vērā iedzīvotāju aptaujas datu padziļinātu analīzi un iekšējo un ārējo faktoru ietekmi uz sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu darbu.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **[Satura veidotājs] piedāvā man vērtīgu un saistošu saturu par a) politikas un ekonomikas ziņām; b) kultūru; c) dzīves stilu, ģimeni, mājsaimniecību (starp tiem, kurus interesē žanrs).** | | | | |
| Gads | Kopā | LTV | LR | LSM |
| 2022 | 44 % | 50 % | 37 % | 45 % |
| 2023 | 44 %-48 % | 50 %-52 % | 37 %-45 % | 45 %-48 % |
| 2024 | 44 %-48 % | 50 %-52 % | 37 %-45 % | 45 %-48 % |
| 2025 | 48 % | 52 % | 45 % | 48 % |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Cik lielā mērā Jūs uzticaties [Satura veidotājam] kopumā?** | | | | | |
| Gads | Mērķgrupa | Kopā | LTV | LR | LSM |
| 2022 | Kopā | 45 % | 42 % | 50 % | 44 % |
|  | Jaunieši (15-24) | 45 % | 39 % | 48 % | 49 % |
|  | Mazākumtautības | 23 % | 23 % | 19 % | 25 % |
| 2023 | Kopā | 45 %-50 % | 42 %-47 % | 50 %-52 % | 44 %-49 % |
|  | Jaunieši (15-24) | 45 %-50 % | 39 %-44 % | 48 %-50 % | 49 %-51 % |
|  | Mazākumtautības | 23 %-28 % | 23 %-28 % | 19 %-24 % | 25 %-30 % |
| 2024 | Kopā | 45 %-50 % | 42 %-47 % | 50 %-52 % | 44 %-49 % |
|  | Jaunieši (15-24) | 45 %-50 % | 39 %-44 % | 48 %-50 % | 49 %-51 % |
|  | Mazākumtautības | 23 %-28 % | 23 %-28 % | 19 %-24 % | 25 %-30 % |
| 2025 | Kopā | 50 % | 47 % | 52 % | 49 % |
|  | Jaunieši (15-24) | 50 % | 44 % | 50 % | 51 % |
|  | Mazākumtautības | 28 % | 28 % | 24 % | 30 % |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **[Satura veidotājam] ir svarīga loma Latvijas valsts attīstībā.** | | | | |
| Gads | Kopā | LTV | LR | LSM |
| 2022 | 51 % | 54 % | 56 % | 40 % |
| 2023 | 51 %-53 % | 54 % | 56 % | 40 %-45 % |
| 2024 | 51 %-53 % | 54 % | 56 % | 40 %-45 % |
| 2025 | 53 % | 54 % | 56 % | 45 % |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **[Satura veidotājs] veidotie ziņu un aktuālās informācijas raidījumos pārstāv visas sabiedrības intereses.** | | | | |
| Gads | Kopā | LTV | LR | LSM |
| 2022 | 42 % | 40 % | 43 % | 44 % |
| 2023 | 42 %-45 % | 40 %-44 % | 43 %-45 % | 44 %-45 % |
| 2024 | 42 %-45 % | 40 %-44 % | 43 %-45 % | 44 %-45 % |
| 2025 | 45 % | 44 % | 45 % | 45 % |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **[Satura veidotājs] ziņu un aktuālās informācijas raidījumos ataino dažādus viedokļus, arī tos, kuri atšķiras no mana.** | | | | |
| Gads | Kopā | LTV | LR | LSM |
| 2022 | 61 % | 59 % | 62 % | 63 % |
| 2023 | 61 %-63 % | 59 %-63 % | 62 %-63 % | 63 % |
| 2024 | 61 %-63 % | 59 %-63 % | 62 %-63 % | 63 % |
| 2025 | 63 % | 63 % | 63 % | 63 % |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **[Satura veidotājs] stiprina manu piederības sajūtu Latvijai.** | | | | |
| Gads | Kopā | LTV | LR | LSM |
| 2022 | 52 % | 54 % | 58 % | 43 % |
| 2023 | 52 %-54 % | 54 %-56 % | 58 % | 43 %-47 % |
| 2024 | 52 %-54 % | 54 %-56 % | 58 % | 43 %-47 % |
| 2025 | 54 % | 56 % | 58 % | 47 % |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **[Satura veidotājs] piedāvā man vērtīgu un saistošu saturu par kultūru.** | | | | |
| Gads | Kopā | LTV | LR | LSM |
| 2022 | 46 % | 45 % | 43 % | 52 % |
| 2023 | 46 %-50 % | 45 %-49 % | 43 %-48 % | 52 % |
| 2024 | 46 %-50 % | 45 %-49 % | 43 %-48 % | 52 % |
| 2025 | 50 % | 49 % | 48 % | 52 % |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Sasniedzamība specifiskās mērķa grupās** | | | | | |
| Gads | Mērķgrupa | Kopā | LTV | LR | LSM |
|  | Jaunieši (15-24) | 85 % | 60 % | 45 % | 45 % |
|  | Mazākumtautības | 69 % | 29 % | 29 % | 32 % |
| 2023 | Jaunieši (15-24) | 85 % | 60 % | 45 %-51 % | 45 %-48 % |
|  | Mazākumtautības | 69 % | 29 %-33 % | 29 %-33 % | 32 %-35 % |
| 2024 | Jaunieši (15-24) | 85 % | 60 % | 45 %-51 % | 45 %-48 % |
|  | Mazākumtautības | 69 % | 29 %-33 % | 29 %-33 % | 32 %-35 % |
| 2025 | Jaunieši | 85 % | 60 % | 51 % | 48 % |
|  | Mazākumtautības | 69 % | 33 % | 33 % | 35 % |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **[Satura veidotājs] atspoguļo jaunumus objektīvi un neitrāli, nepaužot personisko attieksmi.** | | | | |
| Gads | Kopā | LTV | LR | LSM |
| 2022 | 47 % | 43 % | 49 % | 51 % |
| 2023 | 47 %-50 % | 43 %-48 % | 49 %-50 % | 51 %-52 % |
| 2024 | 47 %-50 % | 43 %-48 % | 49 %-50 % | 51 %-52 % |
| 2025 | 50 % | 48 % | 50 % | 52 % |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **[Satura veidotājs] motivē kritiski domāt un spriest par man apkārt notiekošo.** | | | | |
| Gads | Kopā | LTV | LR | LSM |
| 2022 | 48 % | 46 % | 48 % | 52 % |
| 2023 | 48 %-52 % | 46 %-50 % | 48 %-51 % | 52 %-53 % |
| 2024 | 48 %-52 % | 46 %-50 % | 48 %-51 % | 52 %-53 % |
| 2025 | 52 % | 50 % | 51 % | 53 % |

Sabiedriskā pasūtījuma plānā atbilstoši paraugam par katru no iepriekš minētajiem rādītājiem jānorāda vadlīnijās minētās sabiedriskā labuma mērķa un specifisko rādītāju vērtības un sasniedzamais rezultāts:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Gads | Kopā/mērķgrupa | LTV | LR | LSM |
| 2022 (fakts) |  |  |  |  |
| 2023 (mērķis) |  |  |  |  |

Sabiedriskā pasūtījuma plāna atskaitē atbilstoši paraugam jānorāda vadlīnijās minētās sabiedriskā labuma mērķa un specifisko rādītāju vērtības un sasniegtais rezultāts, kas atspoguļots atskaites sagatavošanas brīdī jaunākajā sabiedriskā labuma izvērtējuma iedzīvotāju aptaujā:

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Gads | Kopā/mērķgrupa | LTV | LR | LSM |
| 2022 (fakts) |  |  |  |  |
| 2023 (mērķis) |  |  |  |  |
| 2023 (fakts) |  |  |  |  |

**V. Uzdevumi plāna sagatavošanai un jaunas auditorijas sasniegšanai**

Ievērojot augstākminētajās vadlīniju sadaļās definētos stratēģiskos mērķus un uzdevumus, sabiedriskā labuma mērķus un uzdevumus, sabiedriskā pasūtījuma konceptuālo un tiesisko pamatu, kā arī Padomes veikto situācijas raksturojumu, ārējo un iekšējo faktoru analīzi, Padome sabiedriskajiem elektroniskajiem plašsaziņas līdzekļiem nosaka sekojošus uzdevumus jaunas auditorijas sasniegšanai un sabiedriskā pasūtījuma plāna sagatavošanai 2023. gadam. Sabiedriskajiem elektroniskajiem plašsaziņas līdzekļiem jāiesniedz plāns šo uzdevumu īstenošanai Nolikumā noteiktajā kārtībā un termiņos.

**1. Sabiedrība**

1.1. Nodrošināt valstiski nozīmīgu un starptautiskas nozīmes notikumu atspoguļošanu.

1.2. Nodrošināt līdzsvarotu Latvijas reģionos dzīvojošo iedzīvotāju un notikumu reprezentāciju.

1.3. Nodrošināt saturu bērniem, izmantojot šīs auditorijas sasniegšanai piemērotākās platformas lineārajā un digitālajā vidē.

1.4. Nodrošināt saturu pusaudžiem, izmantojot šīs auditorijas sasniegšanai piemērotākās platformas lineārajā un digitālajā vidē.

1.5. Nodrošināt saturu jauniešiem, izmantojot šīs auditorijas sasniegšanai piemērotākās platformas lineārajā un digitālajā vidē.

1.6. Nodrošināt saturu par diasporu un satura pieejamību diasporai, iesaistot diasporas pārstāvjus satura veidošanā.

1.7. Saturā reprezentēt sabiedrības daudzveidību, tajā skaitā mazākumtautības, dzimumu līdztiesību, personas ar invaliditāti un citas mazākuma grupas, kā arī reliģiskās grupas.

1.8. Nodrošināt saturu par Latvijas sabiedrības vēsturisko attīstību un nākotnes attīstības vīzijām, kultūrtelpu savdabīgumu un daudzveidību.

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

1.10. Nodrošināt saturu mazākumtautību valodās, lai veicinātu visu Latvijas iedzīvotāju piederības sajūtu Latvijai.

**2. Demokrātija**

2.1. Nodrošināt daudzpusīgu, redakcionāli neatkarīgu, kvalitatīvu un neitrālu ziņu saturu.

2.2. 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.

2.3. 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.

2.4. Nodrošināt saturu par medijpratību un mediju, tajā skaitā sabiedrisko mediju, nozīmi demokrātiskā sabiedrībā.

2.5. Nodrošināt saturu, kas veicina iedzīvotāju izpratni par sabiedrības līdzdalības lomu demokrātiskas valsts pastāvēšanā.

**3. Kultūra**

3.1. Nodrošināt saturu, kas ataino Latvijas kultūru, sekmē tās pieejamību, rada klātesamības sajūtu un veicina sabiedrības interesi par nacionālās kultūras daudzveidību un tradīcijām.

3.2. Nodrošināt kultūras notikumu ierakstu veikšanu, īstenojot sabiedriskā elektroniskā plašsaziņas līdzekļa kā kultūras mantojuma dokumentētāja un arhivētāja funkciju.

3.3. Nodrošināt saturu par pasaules un Eiropas daudzveidīgo kultūrtelpu.

3.4. Veicināt latviešu valodas lietošanu un attīstību.

3.5. Nodrošināt saturu par latgaliešu, lībiešu un Latvijas mazākumtautību vēsturi un ikdienu, tajā skaitā veicinot latgaliešu rakstu valodas lietošanu un lībiešu valodas kā pirmiedzīvotāju valodas saglabāšanu.

3.6. Nodrošināt 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.

**4. Zināšanas**

4.1. Nodrošināt izglītojošu saturu, kas sekmē dzīves kvalitātes uzlabošanos.

4.2. Nodrošināt saturu par pasaules pieredzi, zinātni un tehnoloģijām sabiedrībai aktuālākajās tematikās.

4.3. Nodrošināt saturu, kas veicina tiesību pratību, finanšu pratību, izpratni par mūžizglītības lomu.

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

4.5. Nodrošināt saturu, kas veicina jaunu cilvēku potenciāla atklāšanu un identitātes veidošanu.

**5. Radošums**

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

5.2. Nodrošināt saturu par uzņēmējdarbības pieredzi Latvijā.

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

**6. Sadarbība**

6.1. Nodrošināt sadarbību starp Latvijas Radio, Latvijas Televīziju un LSM.lv struktūrvienībām satura veidošanā, attīstīt multimediāla satura veidošanu.

6.2. Nodrošināt sadarbību ar Latvijas reģionālajiem medijiem un diasporas medijiem satura veidošanā.

6.3. Nodrošināt sadarbību ar neatkarīgajiem producentiem, ārštata autoriem, nevalstiskā un privātā sektora organizācijām, lai radītu iedzīvotājiem vajadzīgu saturu un pakalpojumus. LTV programmās ne mazāk kā 10 % no oriģinālsatura paredzēt Latvijas neatkarīgo producentu veidotam oriģinālsaturam.

6.4. Nodrošināt sadarbību ar komerciālajiem un nekomerciālajiem elektroniskajiem plašsaziņas līdzekļiem, kā arī citiem masu informācijas līdzekļiem, respektējot to nozīmi demokrātiska plurālisma nodrošināšanā Latvijas informatīvajā telpā.

**VI. Sabiedriskā pasūtījuma izpildes novērtējums un rezultatīvie rādītāji**

Sabiedriskā pasūtījuma gada plāna izpildes novērtējums noteikts, pamatojoties uz SEPLPL 9. panta 3. daļā noteikto, ka ar sabiedrisko pasūtījumu tiek īstenots sabiedriskā elektroniskā plašsaziņas līdzekļa vispārējais mērķis un vidēja termiņa darbības stratēģija, kā arī sabiedriskā pasūtījuma gada plāns.

Tādējādi sabiedriska pasūtījuma gada plāna izpilde tiek vērtēta pēc sabiedriskā elektroniskā plašsaziņas līdzekļa vidēja termiņa darbības stratēģijā noteikto nefinanšu un finanšu mērķu izpildes konkrētajā gadā. Par šo mērķu izpildi Padome sniedz savu vērtējumu, ko iekļauj pārskatā par sabiedriskā pasūtījuma gada plāna izpildi un finanšu darbību iepriekšējā gadā un ko katru gadu saskaņā ar SEPLPL iesniedz Saeimas Cilvēktiesību un sabiedrisko lietu komisijai.

Sabiedriskā pasūtījuma gada plāna izpilde tiek vērtēta arī pēc rezultatīvajiem rādītājiem, kas izriet no ikgadējas iedzīvotāju aptaujas, kas kopš 2021. gada tiek veikta saskaņā ar Sabiedriskā labuma izvērtēšanas metodoloģiju.

Vismaz reizi trīs gados Padome īsteno visaptverošu sabiedriskā labuma izvērtēšanu, veicot kvalitatīvu un kvantitatīvu datu ieguvi un analīzi saskaņā ar sabiedriskā labuma izvērtēšanas metodoloģiju, datu analīzi uzticot neatkarīgam ekspertam. Pirmo visaptverošo sabiedriskā labuma izvērtēšanu paredzēts veikt 2019.-2022. gada vadlīniju perioda noslēgumā, nākamā visaptverošā izvērtēšana notiks vadlīniju 2023.-2025. gadam darbības noslēgumā.

Tā kā sabiedriskais pasūtījums aptver visas elektronisko plašsaziņas līdzekļu darbības, sabiedriskā pasūtījuma izpilde tiek arī regulāri vērtēta gada laikā, Padomei izskatot sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu saimnieciskās darbības pārskatus un apstiprinot gada pārskatu, kā arī saskaņā ar Nolikumu iesniegtās atskaites par finansējuma un valsts budžeta dotācijas izlietojumu.

Saskaņā ar SEPLPL un valsts budžeta procesu regulējošiem normatīvajiem aktiem sabiedriskajiem elektroniskajiem plašsaziņas līdzekļiem 46. resora “Sabiedriskie elektroniskie plašsaziņas līdzekļi” ietvaros tiek noteikts sekojošs raidstundu skaita apjoms, kas nodrošināms sabiedriskā pasūtījuma īstenošanā:

**VSIA “Latvijas Radio” darbības rezultāti un to rezultatīvie rādītāji no 2023. gada līdz 2025. gadam**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | 2023. gads | 2024. gads | 2025. gads |
| Kanālā LR1 raidstundas (skaits) | 8808 | 8832 | 8808 |
| Kanālā LR2 raidstundas (skaits) | 8760 | 8784 | 8760 |
| Kanālā LR3 raidstundas (skaits) | 8760 | 8784 | 8760 |
| Kanālā LR4 raidstundas (skaits) | 8760 | 8784 | 8760 |
| Kanālā LR5 raidstundas (skaits) | 8760 | 8784 | 8760 |
| Kanālā LR6 raidstundas (skaits) | 235 | 235 | 235 |

**VSIA “Latvijas Televīzija” darbības rezultāti un to rezultatīvie rādītāji no 2023. gada līdz 2025. gadam**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | 2023. gads | 2024. gads | 2025. gads |
| Kanālā LTV1 raidstundas (skaits) | 8760 | 8784 | 8760 |
| Kanālā LTV7 raidstundas (skaits) | 8760 | 8784 | 8760 |

**VII. Paredzamais valsts budžeta finansējums**

Vadlīniju izstrādes laikā paredzamais valsts budžeta finansējums sabiedriskā pasūtījuma īstenošanai Latvijas Radio trīs gadu periodam:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 2023. gads | 2024. gads | 2025. gads |
| EUR 12 530 272 | EUR 12 325 922 | EUR 12 325 922 |

Vadlīniju izstrādes laikā paredzamais valsts budžeta finansējums sabiedriskā pasūtījuma īstenošanai Latvijas Televīzijai trīs gadu periodam:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 2023. gads | 2024. gads | 2025.gads |
| EUR 25 012 422 | EUR 25 183 922 | EUR 24 494 222 |

**VIII. Izmantotie avoti**

**Likumi**

[Latvijas Republikas Satversme (likumi.lv)](https://likumi.lv/ta/id/57980-latvijas-republikas-satversme)

[Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu un to pārvaldības likums (likumi.lv)](https://likumi.lv/ta/id/319096-sabiedrisko-elektronisko-plassazinas-lidzeklu-un-to-parvaldibas-likums)

[Elektronisko plašsaziņas līdzekļu likums (likumi.lv)](https://likumi.lv/ta/id/214039-elektronisko-plassazinas-lidzeklu-likums)

[Publiskas personas kapitāla daļu un kapitālsabiedrību pārvaldības likums (likumi.lv)](https://likumi.lv/ta/id/269907-publiskas-personas-kapitala-dalu-un-kapitalsabiedribu-parvaldibas-likums)

[Komercdarbības atbalsta kontroles likums (likumi.lv)](https://likumi.lv/ta/id/267199-komercdarbibas-atbalsta-kontroles-likums)

[Latviešu vēsturisko zemju likums (likumi.lv)](https://likumi.lv/ta/id/324253-latviesu-vesturisko-zemju-likums)

[Valsts valodas likums (likumi.lv)](https://likumi.lv/ta/id/14740-valsts-valodas-likums)

[Komisijas paziņojums par valsts atbalsta noteikumu piemērošanu sabiedriskajai apraideiDokuments attiecas uz EEZ (europa.eu)](https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2009:257:0001:0014:LV:PDF)

[Noteikumi par Latvijas sabiedrībai īpaši svarīgiem notikumiem, kas atspoguļojami audiovizuālajos elektroniskajos plašsaziņas līdzekļos (likumi.lv)](https://likumi.lv/ta/id/225272-noteikumi-par-latvijas-sabiedribai-ipasi-svarigiem-notikumiem-kas-atspogulojami-audiovizualajos-elektroniskajos-plassazinas-lidzeklos)

[Kritiskās infrastruktūras, tajā skaitā Eiropas kritiskās infrastruktūras, apzināšanas, drošības pasākumu un darbības nepārtrauktības plānošanas un īstenošanas kārtība (likumi.lv)](https://likumi.lv/ta/id/324689-kritiskas-infrastrukturas-taja-skaita-eiropas-kritiskas-infrastrukturas-apzinasanas-drosibas-pasakumu-un-darbibas-nepartrauktibas-planosanas-un-istenosanas-kartiba)

[EUR-Lex - 32012D0021 - EN - EUR-Lex (europa.eu)](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/LV/ALL/?uri=CELEX%3A32012D0021)

**Plānošanas dokumenti**

[Latvijas nacionālais attīstības plāns 2021.–2027. gadam (Apstiprināts ar 2020. gada 2. jūlija Latvijas Republikas Saeimas lēmumu) | POLSIS (mk.gov.lv)](http://polsis.mk.gov.lv/documents/6945)

[Latvijas ilgtspējīgas attīstības stratēģija 2030.gadam | POLSIS (mk.gov.lv)](http://polsis.mk.gov.lv/documents/3323)

[Par Elektronisko plašsaziņas līdzekļu nozares attīstības nacionālās stratēģijas 2018.–2022.gadam apstiprināšanu (likumi.lv)](https://likumi.lv/ta/id/298336-par-elektronisko-plassazinas-lidzeklu-nozares-attistibas-nacionalas-strategijas-20182022gadam-apstiprinasanu)

[Par Latvijas mediju politikas pamatnostādnēm 2016.–2020. gadam (likumi.lv)](https://likumi.lv/ta/id/286455-par-latvijas-mediju-politikas-pamatnostadnem-2016-2020-gadam)

[Par Nacionālās drošības koncepcijas apstiprināšanu (likumi.lv)](https://likumi.lv/ta/id/309647-par-nacionalas-drosibas-koncepcijas-apstiprinasanu)

[Par Saliedētas un pilsoniski aktīvas sabiedrības attīstības pamatnostādnēm 2021.–2027. gadam (likumi.lv)](https://likumi.lv/ta/id/320841-par-saliedetas-un-pilsoniski-aktivas-sabiedribas-attistibas-pamatnostadnem-2021-2027-gadam)

[Par Plānu personu ar invaliditāti vienlīdzīgu iespēju veicināšanai 2021.–2023. gadam (likumi.lv)](https://likumi.lv/ta/id/325492-par-planu-personu-ar-invaliditati-vienlidzigu-iespeju-veicinasanai-20212023-gadam)

[Par Valsts aizsardzības koncepcijas apstiprināšanu (likumi.lv)](https://likumi.lv/ta/id/317591-par-valsts-aizsardzibas-koncepcijas-apstiprinasanu)

[LRstrategija2019-2022\_LR\_27032019.pdf (lsm.lv)](https://latvijasradio.lsm.lv/public/assets/userfiles/LRstrategija2019-2022_LR_27032019.pdf)

[Ilgtspējīga attīstība / LTV.LV (lsm.lv)](https://ltv.lsm.lv/lv/ilgtspejiga-attistiba)

**Padomes dokumenti**

[Darbības stratēģija | Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu padome (seplp.lv)](https://www.seplp.lv/lv/darbibas-strategija)

[Vienota sabiedriskā medija koncepcija | Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu padome (seplp.lv)](https://www.seplp.lv/lv/vienota-sabiedriska-medija-koncepcija)

[Nozari regulējošie lēmumi | Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu padome (seplp.lv)](https://www.seplp.lv/lv/par-mums/nozari-regulejosie-lemumi)

[Atzinumi | Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu padome (seplp.lv)](https://www.seplp.lv/lv/atzinumi)

**Citi**

[Vai sabiedriskā pasūtījuma plānošana un īstenošana ir organizēta mērķtiecīgi? | Valsts Kontrole (lrvk.gov.lv)](https://www.lrvk.gov.lv/lv/revizijas/revizijas/noslegtas-revizijas/vai-sabiedriska-pasutijuma-planosana-un-istenosana-ir-organizeta-merktiecigi)

[Empowering Society (ebu.ch)](https://www.ebu.ch/files/live/sites/ebu/files/Publications/EBU-Empowering-Society_EN.pdf)

[KORPORATĪVĀS PĀRVALDĪBAS KODEKSS (tm.gov.lv)](https://www.tm.gov.lv/sites/tm/files/media_file/korporativas-parvaldibas-kodekss_0.pdf)

[Result details (coe.int)](https://search.coe.int/cm/pages/result_details.aspx?objectid=0900001680a5ddd0)

[Recommendation CM/Rec(2007)3 of the Committee of Ministers to member states on the remit of public service media in the information society - Committee of Ministers: selection and most recent Adopted Texts (coe.int)](https://www.coe.int/en/web/freedom-expression/committee-of-ministers-adopted-texts/-/asset_publisher/aDXmrol0vvsU/content/recommendation-cm-rec-2007-3-of-the-committee-of-ministers-to-member-states-on-the-remit-of-public-service-media-in-the-information-society)

[Projekts\_Rezolucijai\_2022\_LVS\_APSTIRINATS.docx (live.com)](https://view.officeapps.live.com/op/view.aspx?src=https%3A%2F%2Flatgolyskongress.lv%2Fwp-content%2Fuploads%2F2022%2F05%2FProjekts_Rezolucijai_2022_LVS_APSTIRINATS.docx&wdOrigin=BROWSELINK)

[2022. gada ziņojums par tiesiskumu. Komisija sniedz konkrētus ieteikumus dalībvalstīm (europa.eu)](https://latvia.representation.ec.europa.eu/jaunumi/2022-gada-zinojums-par-tiesiskumu-komisija-sniedz-konkretus-ieteikumus-dalibvalstim-2022-07-13_lv)

**Pētījumi**

[Latvijas iedzīvotāju aptauja par aktuāliem sociālpolitiskajiem jautājumiem (Latvijas iedzīvotāju internetaptauja, 2022. gada maijs) | Pētījumu un publikāciju datu bāze (mk.gov.lv)](http://petijumi.mk.gov.lv/node/4066)

[Pētījums par sabiedrības attieksmi pret karu Ukrainā (marts) | Pētījumu un publikāciju datu bāze (mk.gov.lv)](http://petijumi.mk.gov.lv/node/4062)

[Pētījums par sabiedrības attieksmi pret Covid-19 (Latvijas iedzīvotāju internetaptauja, 2021. gada decembris) | Pētījumu un publikāciju datu bāze (mk.gov.lv)](http://petijumi.mk.gov.lv/node/3878)

[Pētījumi | Nacionālās elektronisko plašsaziņas līdzekļu padome (neplp.lv)](https://www.neplp.lv/lv/petijumi)

[Baltic Center for Media Excellence (bcme.eu)](https://www.bcme.eu/en/our-work/research/baltic-media-reaserch)

[Latvija – joprojām zemas uzticēšanās sabiedrība; iedzīvotāji vēlētos plašākas iesaistes iespējas – Providus](https://providus.lv/raksti/latvija-joprojam-zemas-uzticesanas-sabiedriba-iedzivotaji-veletos-plasakas-iesaistes-iespejas/)

[European Social Survey | European Social Survey (ESS)](https://www.europeansocialsurvey.org/)

[Pētījumi | Centrālā vēlēšanu komisija (cvk.lv)](https://www.cvk.lv/lv/par-cvk/petijumi)

[Media & News Survey 2022 - July 2022 - - Eurobarometer survey (europa.eu)](https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2832)

[Standard Eurobarometer 96 - Winter 2021-2022 - April 2022 - - Eurobarometer survey (europa.eu)](https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2553)

[KANTAR Latvia](https://www.kantar.lv/)

[Microsoft Word - 1\_Ieva Beitika\_Promocijas darbs\_22Okt2015\_FINAL.docx (lu.lv)](https://www.szf.lu.lv/fileadmin/user_upload/szf_faili/Petnieciba/promocijas_darbi/Ieva_Beitika__promocijas_darbs.pdf)

[PROVIDUS\_Pecvelesanu\_aptauja\_LV.pdf](https://providus.lv/article_files/3517/original/PROVIDUS_Pecvelesanu_aptauja_LV.pdf?1544773641)

[DSPC\_GribaAizstavetValsti\_0.pdf (naa.mil.lv)](https://www.naa.mil.lv/sites/naa/files/document/DSPC_GribaAizstavetValsti_0.pdf)

[PETIJUMS\_PATRIOTISMS.pdf (naa.mil.lv)](https://www.naa.mil.lv/sites/naa/files/document/PETIJUMS_PATRIOTISMS.pdf)

https://www.facebook.com/SabiedriskoMedijuOmbuds/videos/659975115548702