Apstiprināts ar

Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu padomes

2024. gada 20. decembra lēmumu Nr. 65 /1-1

**Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu sabiedriskā pasūtījuma vadlīnijas 2023.-2025. gadam un uzdevumi plāna sagatavošanai 2025. 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 2025. gada 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 raksturojošus 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), valsts sabiedrības ar ierobežotu atbildību “Latvijas Televīzija” (turpmāk – Latvijas Televīzija vai LTV), valsts sabiedrības ar ierobežotu atbildību “Latvijas Sabiedriskais medijs” (turpmāk – Latvijas Sabiedriskais medijs) – 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.

Ar tādu mērķi kopš 2022. gada nogales darbojas Padomes izveidots Sabiedriski konsultatīvais forums (turpmāk – SKF), kurā deleģēti pārstāvji no Latgales kongresa, Latvijas Universitātes Lībiešu institūta, I.Kozakēvičas Latvijas Nacionālo kultūras biedrību asociācijas, Latvijas Darba devēju konfederācijas, Latvijas Tirdzniecības un rūpniecības kameras, Latvijas Brīvo arodbiedrību savienības, Latvijas Sporta federāciju padomes, Latvijas Radošo savienību padomes, Rektoru padomes, Latvijas Izglītības vadītāju asociācijas, Latvijas Cilvēku ar īpašām vajadzībām sadarbības organizācijas SUSTENTO, Pilsoniskā alianses, Latvijas Jaunatnes padomes, Latvijas Vecāku organizācijas Mammamuntetiem.lv, Latvijas Universitātes Filozofijas un socioloģijas institūta, Rīgas Stradiņa universitātes Komunikācijas fakultātes, biedrības “Par latviešu valodu”.

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 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) tika 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 bija paredzēts veikt visaptverošu sabiedriskā labuma izvērtēšanu saskaņā ar Padomes apstiprinātu metodoloģiju, un tas arī tika izdarīts 2023. gadā. 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 caurviju rādītājiem – sasniedzamība, kvalitāte, ietekme, ieguldīto līdzekļu atdeve.

Sabiedriskie elektroniskie plašsaziņas līdzekļi (kopš 2023. gada Padome) 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.

Sākotnēji sabiedriskā pasūtījuma vadlīnijas 2023.-2025. gadam tika izstrādātas situācijā, kad, pildot SEPLPL pārejas noteikumu 6. un 8. punktu, Padome 2022. gada 7. februārī bija 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.

**Sabiedrisko mediju attīstības stratēģija**

**Situācija vadlīniju izstrādes laikā 2022. gadā**

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.

Koncepcijā kā apvienošanas stratēģiskais mērķis definēts: “Sabiedrisko mediju digitālā attīstība un satura izplatība digitālajā vidē, ar demokrātiskai sabiedrībai svarīgu un daudzveidīgu saturu sasniedzot lietotājus platformās un vidē, kur tie arvien vairāk uzturas un meklē informāciju digitālās transformācijas procesu iespaidā.”

 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, koncepcijā sākotnēji tika definēts, ka 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.

2022. gada nogalē un 2023. gada laikā sadarbībā ar Saeimas Cilvēktiesību un sabiedrisko lietu komisiju turpinoties koncepciju īstenošanas procesam, juridiskais apvienošanas datums plānots 2025. gada sākumā.

Savukārt Koncepcijā par sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu finansēšanas modeļa maiņu Padome sākotnēji piedāvāja 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.

Koncepcijā tālākai izvērtēšanai tika aprakstīti trīs iespējamie 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 uzskatīja sasaisti ar noteiktu nodokļu (IIN un akcīzes nodokļi) ieņēmumiem. Modelis paredzēja 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 galīgo 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.

**Situācija vadlīniju atjaunošanas laikā 2023. gadā**

2022. gada nogalē un 2023. gada laikā turpinoties koncepciju īstenošanas procesam, Saeimas Cilvēktiesību un sabiedrisko lietu komisija 2023. gada 27. jūnijā nolēma (izraksts no protokola): “Saeimas Cilvēktiesību un sabiedrisko lietu komisija konceptuāli atbalstīja lēmumu par sabiedrisko mediju finansēšanas modeļa principu maiņu un tālāko virzību likumdošanas procesā, tai skaitā uzdot Kultūras ministrijai kā par mediju nozari atbildīgajai ministrijai virzīt vajadzīgos tiesību aktu projektus apstiprināšanai Ministru kabinetā un Saeimā. Saeimas Cilvēktiesību un sabiedrisko lietu komisija konceptuāli lēma par to, ka sabiedriskā medija finansējumam turpmākajos gados ir jāpieaug. Komisija nolēma, ka sabiedriskā medija kopējā budžeta pieaugums ir jāpanāk, pieņemot Sabiedriskā elektroniskā plašsaziņas līdzekļa attīstības plānu trijiem gadiem ar pieaugošu finansējumu. Sabiedriskā medija kopējais finansējums nosakāms ne mazāks par 0,12 % no iekšzemes kopprodukta (IKP) piecu gadu periodā. Atbilstoši Padomes apstiprinātajam sabiedrisko mediju pārvaldības reformu grafikam, Saeimas Cilvēktiesību un sabiedrisko lietu komisija nolemj no 2023. gada septembra turpināt likumdošanas procesu saistībā ar jaunā finanšu modeļa ieviešanu un sabiedriskā medija apvienošanu, kas atbilst Padomes plānam izveidot apvienota sabiedriskā medija uzņēmumu 2025. gada janvārī.”

Pēc Saeimas Cilvēktiesību un sabiedrisko lietu komisijas 27. jūnija lēmuma, konceptuāli atbalstot lēmumu par sabiedrisko mediju finansēšanas modeļa principu maiņu un risinājumu, ka sabiedrisko mediju kopējā budžeta pieaugums ir jāpanāk, pieņemot attīstības plānu trim gadiem, un kopējais finansējums nosakāms ne mazāk kā 0,12 % no iekšzemes kopprodukta piecu gadu periodā, atbilstoši komisijas lemtajam Padome sadarbībā ar par nozari atbildīgo Kultūras ministriju sagatavojusi attiecīgu attīstības plānu un nepieciešamos likuma grozījumus, lai Ministru kabinets un Saeima varētu pieņemt nepieciešamos lēmumus.

Saeimas Cilvēktiesību un sabiedrisko lietu komisija 12. septembra sēdē ar balsojumu precizēja 27. jūnija sēdē lemto, nolemjot, ka “Sabiedriskā medija kopējā budžeta pieaugums ir jāpanāk, pieņemot Sabiedriskā elektroniskā plašsaziņas līdzekļa Attīstības plānu (“Latvijas sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu attīstības plāns 2024.-2026. gadam”) trijiem gadiem ar pieaugošu finansējumu. Sabiedriskā medija kopējais finansējums nosakāms ne mazāks par 0,12 % no IKP”.

Komisija akcentēja, ka sabiedrisko mediju apvienošana veicama līdz ar skaidru sabiedrisko mediju attīstības plānu un vidēja termiņa budžeta plānu. Komisijas sēdē tika rosināts likumprojektā “Par valsts budžetu 2024. gadam un budžeta ietvaru 2024., 2025. un 2026. gadam” ierakstīt Sabiedrisko mediju Attīstības plānā trim turpmākajiem gadiem paredzētās absolūtās summas. Attiecīgi 2024. gadā 55 193 601 *euro,* 2025. gadā 63 235 564 *euro* un 2026. gadā 72 037 370 *euro.* Komisija aicināja Finanšu ministriju un Saeimas Budžeta un finanšu (nodokļu) komisiju, apspriežot un sagatavojot 2024. gada valsts budžetu un vidēja termiņa valsts budžetu, izvērtējot valsts finansiālās iespējas, atbalstīt iepriekšminēto absolūto summu iekļaušanu valsts budžeta likumos.

Gaidot turpmākos lēmumus, Padome lēma uzdot Latvijas Radio un Latvijas Televīzijai par gadu pagarināt to esošo vidēja termiņa darbības stratēģiju līdz 2022. gadam darbības termiņu, iekļaujot 2023. gadu, kā arī vēl pēc gada pagarināt to darbības termiņu līdz 2024. gadam.

**Situācija vadlīniju atjaunošanas laikā 2024. gadā**

2023. gada pavasarī pēc Saeimas Cilvēktiesību un sabiedrisko lietu komisijas uzdevuma izveidotās un padomes vadītās darba grupas vienota Latvijas sabiedriskā medija finansēšanas modeļa maiņas izstrādei ziņojumā un apvienošanas koncepcijas aktualizācijas dokumentā padome definēja turpmākos soļus, ja politisku atbalstu negūst neviens no ziņojumā aprakstītajiem modeļa variantiem.

Ņemot vērā, ka vislielāko atbalstu darba grupā guva priekšlikums piesaistīt sabiedrisko mediju budžetu noteiktam procentam no IKP, padome aicināja Saeimas Cilvēktiesību un sabiedrisko lietu komisiju atbalstīt šāda modeļa tālāku virzību un turpināt diskusiju par praktiskajiem soļiem šāda modeļa ieviešanā.

Vienlaikus ziņojumā bija arī teikts, ka «ja lēmumu pieņēmēji neatbalsta nevienu no ziņojumā aprakstītajiem variantiem, svarīgi ir turpināt sarunu par citām iespējām nodrošināt sabiedriskajiem medijiem neatkarīgu, prognozējamu un atbilstošu finansējumu un neatstāt šo jautājumu vispār bez jebkāda risinājuma. Tādā gadījumā nebūs iespējama nedz mediju apvienošana, kas koncentrētu resursus vienuviet un ilgtermiņā nodrošinātu to efektīvāku izlietojumu, nedz tāda attīstība, kas nodrošinātu sabiedrisko mediju darbību un attīstību atbilstoši digitālās transformācijas procesiem».

2023. gada 27. jūnijā Saeimas Cilvēktiesību un sabiedrisko lietu komisija konceptuāli atbalstīja lēmumu par sabiedrisko mediju finansēšanas modeļa principu maiņu un tālāko virzību likumdošanas procesā, tai skaitā uzdot Kultūras ministrijai kā par mediju nozari atbildīgajai ministrijai virzīt vajadzīgos tiesību aktu projektus apstiprināšanai Ministru kabinetā un Saeimā.

Komisija konceptuāli lēma par to, ka sabiedriskā medija finansējumam turpmākajos gados ir jāpieaug un ka sabiedriskā medija kopējā budžeta pieaugums ir jāpanāk, pieņemot Sabiedriskā elektroniskā plašsaziņas līdzekļa attīstības plānu trijiem gadiem ar pieaugošu finansējumu. Sabiedriskā medija kopējais finansējums nosakāms ne mazāks par 0,12 % no IKP piecu gadu periodā, bija teikts komisijas lēmumā.

2023. gada 12. septembrī Saeimas Cilvēktiesību un sabiedrisko lietu komisija nolēma, ka sabiedriskā medija kopējā budžeta pieaugums ir jāpanāk, pieņemot sabiedriskā elektroniskā plašsaziņas līdzekļa attīstības plānu trijiem gadiem ar pieaugošu finansējumu. Sabiedriskā medija kopējais finansējums nosakāms ne mazāks par 0,12 % no IKP.  Komisija akcentēja, ka sabiedrisko mediju apvienošana veicama līdz ar skaidru sabiedrisko mediju attīstības plānu un vidēja termiņa budžeta plānu.

Komisijas sēdē tika rosināts likumprojektā “Par valsts budžetu 2024. gadam un budžeta ietvaru 2024., 2025. un 2026. gadam” ierakstīt Sabiedrisko mediju Attīstības plānā trim turpmākajiem gadiem paredzētās absolūtās summas. Attiecīgi 2024. gadā 55 193 601 *euro* (0,12%)*,* 2025. gadā 63 235 564 *euro* (0,13%) un 2026. gadā 72 037 370 *euro* (0,14%). Tādējādi Komisija aicināja Finanšu ministriju un Saeimas Budžeta un finanšu (nodokļu) komisiju, apspriežot un sagatavojot 2024. gada valsts budžetu un vidēja termiņa valsts budžetu, izvērtējot valsts finansiālās iespējas, atbalstīt iepriekšminēto absolūto summu iekļaušanu valsts budžeta likumos.

2023. gada 15. septembrī apstiprinātās Evikas Siliņas valdības deklarācijas I daļā “Droša Latvija” 6. punkts paredz – “paplašināsim mediju stratēģisko lomu drošības veicināšanā, tajā skaitā virzoties uz izsvērtu un ekonomiski pamatotu sabiedrisko mediju apvienošanu”, un 2023. gada 26. septembrī Ministru Kabinets, lemjot par informatīvā ziņojuma “Par priekšlikumiem valsts budžeta prioritārajiem pasākumiem 2024. gadam un budžeta ietvaram 2024.–2026. gadam” apstiprināšanu, ir atbalstījis prioritāro pasākumu “Sabiedriskā pasūtījuma nodrošināšana un attīstība sabiedriskajos medijos” un rezervējis līdzekļus 74. resorā “Gadskārtējā valsts budžeta izpildes procesā pārdalāmais finansējums”.

Pēc šī lēmuma Padome aicināja turpināt darbu pie vienota sabiedriskā medija izveides, lai tas sāktu strādāt 2025. gada janvārī, un uzskatīja, ka virzība uz šī mērķa sasniegšanu ir jāturpina pēc tam, kad Ministru kabinets ir atbalstījis būtisku finansējuma pieaugumu sabiedrisko mediju darbībai nākamajos trīs gados.

Saeima 2024. gada 18. janvārī galīgajā lasījumā pieņēma grozījumus SEPLPL, kas nepieciešami apvienota sabiedriskā medija izveidošanai 2025. gadā. 2023. gada  9. decembrī Saeima pieņēma likumu “Par valsts budžetu 2024. gadam un budžeta ietvaru 2024., 2025. un 2026. gadam”, kurā sabiedriskajiem medijiem paredzēts vēsturiski lielākais budžeta pieaugums nākamo trīs gadu laikā, kā arī finansējums saistībā ar apvienošanas procesu. Tādējādi kopējais sabiedriskajiem medijiem pieejamais finansējums 2024. gadā ir 47,81 miljoni *euro* jeb 0,11% no prognozētā IKP, 2025. gadā – 70,11 miljoni *euro* (0,16% no IKP), 2026. gadā 61,41 miljoni *euro* (0,13% no IKP)[[1]](#footnote-1).

Papildu līdzekļus paredzēts izmantot ar sabiedriskā pasūtījuma izpildi saistīto izmaksu kāpuma kompensācijai, sabiedrisko mediju darbinieku atalgojuma tuvināšanai tirgus mediānai un darbinieku apmācībai, sabiedriskā pasūtījuma satura attīstības prioritāšu īstenošanai un kvalitātes pilnveidošanai, tehnoloģiju un infrastruktūras pamatdarbības nodrošināšanai un atjaunošanai.

Šajos līdzekļos ietilpst arī resursi reformas īstenošanai, lai izveidotu apvienoto sabiedrisko mediju, 74. resorā rezervētas summas – 2025. gadā 8 521 544 *euro*, 2026. gadā 6 879 144 *euro.*

2024. gada 20. decembrī Padome, apstiprinot šo dokumentu, sagatavojusi sabiedriskā pasūtījuma gada plānu 2025. gadam, kur kopējie attīstībai plānotie ieņēmumi paredzēti 68,49 miljoni *euro* (neiekļaujot Padomes budžetā rezervētos līdzekļus sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu apvienošanas procesa sagatavošanai un īstenošanai 83 025 *euro*)(0,15% no IKP)[[2]](#footnote-2)apmērā, iekļaujot 74. resorā rezervētās summas atbilstoši plānotajām faktiskajām izmaksām. 2026. gadā budžeta apmērs nav mainījies un ir plānots 61,41 miljoni *euro* (0,13% no IKP)[[3]](#footnote-3).

**Sabiedrisko mediju auditorija**

**Situācija vadlīniju izstrādes laikā 2022. gadā**

Vadlīniju trīs gadu posmam sākotnējā sagatavošanas brīdī kopumā situāciju un mediju patēriņa attīstības tendences raksturoja tobrīd 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. 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.

**Situācija vadlīniju atjaunošanas laikā 2023. gadā**

Vadlīniju 2023.-2025. gadam atjaunošanas brīdī 2023. gada rudenī tās papildinātas ar jaunāko pieejamo informāciju.

“2022. gada skatītākais televīzijas kanāls Latvijā bija LTV1, kura vērošanai veltīti 12,3% no kopējā TV skatīšanās laika. Otrs skatītākais TV kanāls bija TV3, kura skatīšanās laika daļa bija 10,7%. Savukārt trešais skatītākais TV kanāls bija LTV7, kura vērošanai veltīti 3,8% no kopējā TV skatīšanās laika,” tā liecina pētījumu kompānijas “Kantar” dati.

2023. gada martā publicētie “Kantar” dati par radio satura lietošanu rāda, ka “pēdējo sešu mēnešu laikā radio vismaz reizi dienā klausījušies 63,8% jeb 971 tūkstotis Latvijas iedzīvotāju  vecumā no 16 līdz 74 gadiem. Savukārt šajā laikā kopumā nedēļā vidēji radio klausījās 84,4% jeb 1 miljons 284 tūkstoši Latvijas iedzīvotāju šajā vecuma grupā. 2022. gada rudens un 2023. gada ziemas pētījuma periodā viens radio klausītājs vidēji dienā radio klausīšanai veltījis 4 stundas un 10 minūtes. Lielākā klausīšanās laika daļa ir radio stacijai “Latvijas Radio 2’’ – 19% no kopējā radio klausīšanās laika. Otrajā vietā ierindojas “Radio Skonto” ar 12,5% lielu klausīšanās laika daļu un trešajā vietā – radio stacija ‘’Latvijas Radio 1” ar 8,5% lielu klausīšanās laika daļu”.

2022. gadā, kas iezīmējās ar ievērojamām ģeopolitiskajām pārmaiņām, sabiedrisko mediju īpašo nozīmi apstiprina arī interneta auditorijas pētījumu firmas “Gemius Latvia” secinājums par pagājušo gadu: ”Kara sākums Ukrainā iezīmēja auditorijas pieaugumus februārī un martā vairākām topa ziņu vietnēm. Janvāri iesākot piektajā pozīcijā, bet gadu noslēdzot septītajā, savu lielāko auditoriju gada griezumā sabiedrisko mediju ziņu portāls **LSM.lv** sasniedza februārī – 731 000 lasītāju no visām ierīcēm kopā, kad pakāpās uz ceturto vietu topā, taču piecus mēnešus pērn portāls bija sestais apmeklētākais.”

Jaunākais NEPLP un “Latvijas Fakti” pētījums par Latvijas iedzīvotāju mediju satura lietošanas ieradumiem 2022. gadā liecina, ka līdzīgi kā 2021. gadā arī 2022. gadā sabiedrības populārāko informācijas avotu grozu veido: sociālie mediji (“Facebook”, “YouTube”), kurus vismaz reizi nedēļā izmanto divas trešdaļas Latvijas iedzīvotāju; Latvijas sabiedriskie mediji – Latvijas Televīzija (LTV), Latvijas Radio (LR) un portāls LSM.lv. Latvijas Televīziju un Latvijas Radio vismaz reizi nedēļā patērē katrs otrais iedzīvotājs; interneta portāli delfi.lv (arī rus.delfi.lv), tvnet.lv, apollo.lv. Portālu “Delfi” vismaz reizi nedēļā apmeklē katrs otrais pētījuma dalībnieks; komercmediji kā TV3, Rīga TV 24 un Radio SWH, kurus vismaz reizi nedēļā lieto 25% - 40% Latvijas iedzīvotāju.

“Latvijas sabiedrisko mediju lietotāju loks sabiedrībā sasniedz 84% un tas ir lielākais kopš 2019. gada (+4% salīdzinājumā ar 2021. gadu). Acīmredzot, tas noticis, pateicoties Latvijas sabiedrisko mediju vienotā portāla LSM.lv lietotāju skaita pieaugumam,” teikts šajā pētījumā.

Tur arī norādīts, ka Latvijas sabiedriskā televīzija ir populārākais Latvijas medijs (neskaitot sociālos medijus), un to skatās divas trešdaļas (68%; -3% salīdzinājumā ar 2021. gadu) Latvijas iedzīvotāju, katrs otrais (51%; -3% salīdzinājumā ar 2021. gadu) to dara vismaz reizi nedēļā. Katru vai gandrīz katru dienu LTV lieto 37% (-4% salīdzinājumā ar 2021. gadu) pētījuma dalībnieku.

Pēc visiem šiem rādītājiem LTV apsteidz pat interneta portālu delfi.lv, ko atvērtajā jautājumā iedzīvotāji tradicionāli visbiežāk nosauca kā iecienītāko mediju. LTV1 trīs biežāk lietoto mediju vidū ierindoja 12% Latvijas iedzīvotāju (-1% salīdzinājumā ar 2021. gadu; 3.vieta aiz “Delfi” un “Facebook”), LTV7 – 5% (rezultāts nav mainījies) respondentu.

Latvijas Radio klausās 63% aptaujāto Latvijas iedzīvotāju, vismaz reizi nedēļā to dara 46%, katru vai gandrīz katru dienu – 31% respondentu. Visās pozīcijās Latvijas Radio rezultāti 2022. gadā ir identiski 2021. gada rezultātiem. Spontāni kā vienu no trim biežāk lietotajiem medijiem Latvijas Radio 1 nosauca 3% (-2% salīdzinājumā ar 2021. gada) pētījuma dalībnieku.

Turpina pieaugt Latvijas sabiedrisko mediju vienotā portāla LSM.lv lietotāju skaits, 2022. gadā pirmo reizi pārsniedzot pusi (51%; +6% salīdzinājumā ar 2021. gadu) no visiem pētījuma dalībniekiem. Vismaz reizi nedēļā LSM.lv lieto 30% (+5% salīdzinājumā ar 2021. gadu), katru vai gandrīz katru dienu – 14% (+3% salīdzinājumā ar 2021. gadu) aptaujas dalībnieku. Kā vienu no trim biežāk lietotajiem medijiem, LSM.lv nosauca 6% (+1% salīdzinājumā ar 2021. gada aptaujāto). Portāla LSM.lv konkurētspēja un popularitāte pieaug, 2022. gadā Latvijas sabiedrisko mediju portāls pēc visiem rādītājiem apsteidza apollo.lv un sasniedzis tvnet.lv izmantošanas rādītājus, teikts NEPLP un “Latvijas Fakti” pētījumā.

NEPLP un “Latvijas Fakti” pētījums liecina, ka 2022. gadā visiem masu medijiem vērojams uzticēšanās reitinga kritums salīdzinājumā ar 2021. gada sabiedriskās domas pētījumu.

“Acīmredzot, krīzes situācijās (karš Ukrainā, *Covid-19* pandēmija) sabiedrībā mazinās uzticēšanās masu medijiem kā tādiem. Daudz notikumu, daudz interpretāciju, daudz lēmumu, pastāvīga neskaidrība, bažas par nākotni, tas viss raisa piesardzīgu attieksmi un bažas, ka masu mediji var tikt izmantoti sabiedriskās domas ietekmēšanai kādā noteiktā virzienā, manipulācijām. Jo īpaši straujš uzticēšanās kritums vērojams mazākumtautību pārstāvju vidū,” teikts pētījumā.

Līdzīgi kā 2021. gadā arī 2022. gadā Latvijas iedzīvotāji kopumā salīdzinoši vairāk uzticas vietējiem medijiem; sabiedriskajiem medijiem; tradicionālajiem medijiem kā televīzija un radio. “Tāpat kā iepriekš arī 2022. gadā sabiedrības uzticēšanās reitinga līderi ir sabiedriskā televīzija un radio, tie ir vienīgie masu mediji, kuru sniegtajam saturam uzticas vairāk par pusi aptaujāto Latvijas iedzīvotāju,” teikts pētījumā.

Latvijas Televīzijai pilnībā vai drīzāk uzticas 56% (-2% salīdzinājumā ar 2021. gadu), neuzticas 23% (+3% salīdzinājumā ar 2021. gadu), uzticēšanās reitings 33 punkti (-5 salīdzinājumā ar 2021. gadu). Latvijas Radio uzticas 53% (-2% salīdzinājumā ar 2021. gadu), neuzticas 20% (+6% salīdzinājumā ar 2021. gadu), uzticēšanās reitings 33 punkti (-8 salīdzinājumā ar 2021. gadu). Latvijas sabiedrisko mediju vienotais portāls LSM.lv uzrādīja ceturto augstāko rezultātu (uzticas 42% (+4% salīdzinājumā ar 2021. gadu), neuzticas 19% (+6% salīdzinājumā ar 2021. gadu) respondentu; uzticēšanās reitings 23 punkti (-2 salīdzinājumā ar 2021. gadu)).

**Situācija vadlīniju atjaunošanas laikā 2024. gadā**

Vadlīniju 2023.-2025. gadam atjaunošanas brīdī 2024. gada rudenī tās papildinātas ar jaunāko pieejamo informāciju. Jaunākais Nacionālā elektronisko plašsaziņas līdzekļu padomes un konsultāciju un tirgus izpētes uzņēmuma SIA “Civitta Latvija” “Pētījums par mediju un tehnoloģiju lietošanas paradumiem Latvijā un mediju vides attīstības tendencēm” veikts 2023. gada septembrī un oktobrī. Pētījuma veicēji norāda, ka 2023. gada aptauja no 2022. gada aptaujas atšķiras vismaz četru dažādu iemeslu dēļ, tādēļ dati nav pilnībā salīdzināmi.

Pētījumā secināts, ka sociālo mediju ietekme 2023. gadā ir vienādojusies ar TV ietekmi – abu mediju lietošanas biežums un to sasniegtās auditorijas apjoms ir līdzīgs. Tas ir noticis, samazinoties TV patēriņam, kamēr sociālo mediju patēriņš nemainījās. Interneta ziņu portālu lietošana ir samazinājusies, kļūstot vismazākā visu novērojumu vēsturē no 2019. gada. Radio lietošanas izplatība turpina lēnām, bet samazināties.

Audiovizuālo pakalpojumu pēc pieprasījuma izmantošana turpina pakāpeniski palielināties, 2023. gadā palielinoties pat par 20% salīdzinājumā ar iepriekšējo gadu. Vismazākais iedzīvotāju skaits izmanto audio straumēšanas pakalpojumus un to lietošanas izplatība vairs nepieaug. TV un audiovizuālo pakalpojumu pēc pieprasījuma nedēļas un dienas sasniegtā auditorija gada laikā ir pieaugusi, samazinoties interneta ziņu portālu un preses izdevumu sasniegtajai nedēļas un dienas auditorijai.

Papildus ir palielinājusies radio izmantošana katru dienu. Iespējams, šī tendence liecina par to, ka auditorija arvien aktīvāk patērē skaņas medijus, atsakoties no rakstītā satura. Jauniešu auditorijā dominē sociālie mediji. Nākamo populārāko mediju – interneta ziņu portālus lieto divas reizes mazāks šīs grupas īpatsvars – tikai 45%. Audio straumēšanas pakalpojumi, TV un audiovizuālie pakalpojumi ir vienlīdz izplatīti šajā grupā un katru no tiem lieto trešā daļa auditorijas.

Interneta ziņu portālu, preses izdevumu, radio un audio straumēšanas pakalpojumu izmantošanas izplatība ir samazinājusies. Preses izdevumu lietošanas izplatība šajā auditorijā piecu gadu laikā ir samazinājusies pat divas reizes. Jauniešu auditorijā ir izteikta tendence atteikties no viena maņas medijiem (burts vai skaņa), saglabājot tos, kuri izmanto vairāk kā vienu maņu. Mazākumtautību Latvijas iedzīvotāju vidū mediju lietošana sakrīt ar to, kāda tā ir visu iedzīvotāju vidū – nav neviena medija, kura lietošanas biežums vai izplatība būtiski atšķirtos. Mazākumtautību auditorijā ir būtiski palielinājusies TV un audiovizuālo pakalpojumu pēc pieprasījuma izmantošana.

Visā sabiedrībā kopumā, kā arī jauniešu un mazākumtautību auditorijās, ir samazinājusies visu TV kanālu sasniedzamība (atbilde “vispār skatās”). Savukārt nedēļas un dienas auditorijas sasniedzamība ir pieaugusi. Tāda dinamika liecina par to, ka, sašaurinoties katra TV kanāla kopējai auditorijai, tās skatīšanas biežums pieaug.

Jauniešu auditorijā dominē TV3 – to kā savu skatītāko TV nosauca 70% no jauniešiem, kuri vispār skatās TV. Noņemot spontāno atpazīstamību, kādu no LTV programmām skatās tikai par 13% mazāk jauniešu nekā TV3, un auditorija, kura kādu no LTV kanāliem skatās gandrīz katru dienu ir tikai par 8% mazāka nekā TV3 gadījumā. Tas nozīmē, ka sociālais tēls TV3 ir pieņemamāks jauniešu auditorijā, viņi vairāk ar to asociējas, tādēļ TV3 arī sauc kā pirmo. Izklaide un vispārīgās ziņas ir saturs, kas TV piesaista vislielāko skatītāju īpatsvaru neatkarīgi no auditorijas. Vēl kopumā liela sasniedzamība ir saturam par dabu, dzīvniekiem, analītiskajam saturam, vietējām ziņām.

Jauniešu auditorijā izklaidi TV skatās nozīmīgi lielāks īpatsvars nekā vidēji vai nekā to dara mazākumtautību pārstāvji Latvijā. Jauniešus nozīmīgi mazāk nekā vidēji piesaista tāds TV saturs kā ziņu raidījumi, analītiskais saturs, intervijas un saturs par dabu, dzīvniekiem. Mazākumtautību Latvijas iedzīvotāji TV neskatās nevienu saturu vairāk kā vidēji. Tomēr šajā auditorijā mazāks īpatsvars TV skatās informatīvi analītisko saturu un kultūras, izglītojošās informācijas saturu. Abas satura vienības ir drīzāk viedokli formējošas un ietekmējošas. Mazākumtautību iedzīvotāji šobrīd šādu saturu nepatērē vai patērē citā, savā kultūrvidē, tādējādi mazāk integrējoties Latvijas sabiedrībā.

Salīdzinot ar 2022. gadu, visā sabiedrībā un jauniešu auditorijā ir samazinājusies LR un “Radio SWH” programmu sasniedzamība (atbilde “vispār klausās”). Mazākumtautību auditorijas sasniedzamība (atbilde “vispār klausās”) ir palielinājusies visām radio stacijām, izņemot LR. Visās auditorijās gan “Radio SWH”, gan “Baltkom radio” nedēļas un dienas auditorijas sasniedzamība ir pieaugusi, kamēr LR tā ir kritusies mazāk nekā “klausās vispār” īpatsvars. LR vairs neklausās tie, kuri to iepriekšējā gadā klausījās retāk nekā reizi nedēļā. “Radio SWH” spēj sasniegt plašāku jauniešu auditoriju. Mazākumtautību auditorijā populārākās trīs radio stacijas ir “Radio SWH+”, kam seko LR4 un “Baltkom radio”. Mazākumtautību auditorijas klausīšanās biežums kādai no šīm programmām ir līdzīgs – atšķiras tikai šo staciju sasniegtā auditorija.

LR un “Radio SWH” ar vairākām programmām spēj sasniegt plašāku auditoriju. Izklaide un vispārīgās ziņas ir saturs, kas radio piesaista vislielāko klausītāju īpatsvaru neatkarīgi no auditorijas. Vēl kopumā liela sasniedzamība ir vietējām ziņām un analītiskajam saturam. Jauniešu auditorijā izklaidējošo saturu klausās nozīmīgi lielāks īpatsvars nekā vidēji vai nekā to dara mazākumtautību pārstāvji Latvijā. Jauniešus nozīmīgi mazāk nekā vidēji piesaista jebkāds cits radio saturs, izņemot kultūru un izglītojošo informāciju vai saturu par īpašumu, uzņēmējdarbību.

Jauniešu auditorijā ir augsta uzticamība arī LR ziņām un kopumā savu klausīto radio staciju ziņām uzticamība ir gan augstāka, gan līdzīgāka nekā auditorijā kopumā. Iespējams, jauniešu auditorija ir mazāk kritiska vai mazāk salīdzina dažādu avotu sniegto informāciju. Līdzīga aina ir mazākumtautību auditorijā – klausītās radiostacijas ziņām, analītiskajiem radījumiem visvairāk uzticas “Baltkom radio” klausītāji un uzticamība savu klausīto radio staciju ziņām ir līdzīgāka nekā auditorijā kopumā.

55% no interneta ziņu portālu apmeklētājiem nosauca delfi.lv kā savu apmeklēto interneta ziņu portālu. Vēl 37% nosauca tvnet.lv, 32% – apollo.lv, kam seko inbox.lv (29%), rus.delfi.lv (28%) un jauns.lv (26%). Lsm.lv sarakstā ir 7.-10. pozīcijā kopā ar rus.tvnet.lv un la.lv. Jauniešu vidū populārāko portālu saraksts ir līdzīgs – delfi.lv, tvnet.lv, apollo.lv, jauns.lv, inbox.lv. Mazākumtautību auditorijā izteikti biežāk nosauc rus.delfi.lv (67% no interneta ziņu apmeklētājiem šajā auditorijā). Rus.tvnet.lv ieņem otro vietu ar 45% minēšanas gadījumu. Neviens cits portāls netiek nosaukts vairāk nekā 30% gadījumu. Dienas auditorijas lieluma atšķirība starp rus.delfi.lv un rus.tvnet.lv ir vēl lielāka – rus.delfi.lv katru vai gandrīz katru dienu apmeklē 36% no mazākumtautību pārstāvjiem, kuri lieto interneta ziņu portālus, kamēr rus.tvnet.lv – praktiski divreiz mazāk – 19%. Sabiedrībā kopumā un jauniešu auditorijā ir samazinājusies katra interneta ziņu portāla kopējā sasniedzamība – samazinās viena iedzīvotāja vidēji apmeklēto portālu skaits.

Neatkarīgi no auditorijas, ir trīs sociālie mediji, kurus izmanto lielākais lietotāju īpatsvars – “WhatsApp”, “YouTube” un “Facebook”, kurus izmanto 81-89% sociālo mediju lietotāju. Nākamie divi populārākie sociālie mediji ir “TikTok” (52%) un “Instagram” (44%). Nevienu citu sociālo mediju nelieto vairāk kā 25% no visiem respondentiem, kuri izmanto vismaz vienu sociālo mediju.

Jauniešu auditorijā populārāko sociālo mediju saraksta secība ir tāda pati kā kopējā, tomēr atšķirība starp populārākajiem trim (“WhatsApp”, “Facebook”, “YouTube”) un nākamajiem diviem (“Instagram” un “TikTok”) ir mazāka kopējā auditorijā. Ne tikai lielāks jauniešu īpatsvars izmanto kādu no sociālajiem medijiem, bet viņi vidēji izmanto arī dažādākus sociālos medijus – vidēji 5.37 pret 4.3 kopējā auditorijā.

Mazākumtautību auditorijā, atšķirībā no kopējās un jauniešu auditorijas, “Telegram” ir populārāks par “Twitter” (“X”). Sasniegtā mazākumtautību auditorija ir samazinājusies trim populārākajiem sociālajiem medijiem, pieaugot visiem citiem. Pēc būtības mazākumtautību iedzīvotāji migrē uz Latvijā mazāk populāriem, vairāk nišas sociālajiem medijiem.

43% no visiem iedzīvotajiem, kuri izmanto pakalpojumus pēc pieprasījuma, izmanto “GO3”. Otrs populārākais pakalpojuma sniedzējs ir “Netflix”, ko izmanto 29%. Un vēl astoņus dažādus pakalpojumu sniedzējus izmanto 10-18%. Kopumā tirgus ir ļoti fragmentārs ar lielu spēlētāju skaitu, kur nav izteiktu līderu, kā tas ir, piemēram, sociālo mediju un interneta ziņu portālu gadījumā. Pakalpojumu pēc pieprasījuma izmantošanas biežums ir proporcionāli līdzīgs (aptuveni trešdaļa no lietotājiem to izmanto katru dienu). Izņēmums ir “Tet+” un “Disney+”, kur dienas lietošanas īpatsvars ir attiecīgi 46% un 45%. Pakalpojumus pēc pieprasījuma visvairāk un visbiežāk lietotāji izmanto TV. Tam seko viedtālrunis un dators, ko izmanto tāds pats lietotāju skaits, tikai to dara retāk.

Jauniešu auditorijā ir divi izteikti pakalpojumu sniedzēji, kurus izmanto vairāk nekā pārējos – “GO3” (54%) un “Netflix” (39%). Arī jauniešu auditorijā aptuveni trešdaļa no konkrētā pakalpojumu pēc pieprasījuma lietotājiem izmanto to katru dienu. Izņēmums ir “Tet+” un “LMT” viedtelevīzija, kur dienas lietošanas īpatsvars ir attiecīgi 51% un 43%. Iespējams, ka tieši TV raksturīgais saturs motivē jauniešus šos pakalpojumu sniedzējus izmantot biežāk, norāda pētījuma veicēji. Jauniešu auditorijā pakalpojumus pēc pieprasījuma patēriņam vienādi liels īpatsvars izmanto gan viedtālruni, gan TV, gan datoru. Tomēr atšķiras šo iekārtu izmantošanas biežums – 18 visbiežāk katru vai gandrīz katru dienu izmanto viedtālruni, tad TV un datoru katru dienu izmanto gandrīz divas reizes mazāk nekā viedtālrunī.

Mazākumtautību auditorijā “GO3” un “Netflix” izmanto praktiski vienāds īpatsvars – 36% un 35%. Trešais populārākais ir “Eurosport”, kam seko “Tet TV+”. “TV3Play” šajā auditorijā ir mazāk populārs nekā vidēji. Izklaide un vispārīgās ziņas ir saturs, kas pakalpojumos pēc pieprasījuma piesaista vislielāko lietotāju īpatsvaru neatkarīgi no auditorijas. Jauniešu auditorija, atšķirībā no kopējās un mazākumtautību auditorijas, biežāk izmanto pakalpojumus pēc pieprasījuma izklaides un sporta saturam. Vienlaikus nav kāda satura, ko viņi tur izmantotu mazāk par pārējām divām grupām. Var secināt, ka jaunieši pakalpojumos pēc pieprasījuma izmanto dažādāku saturu nekā vidēji – viņi ne tikai lieto vairāk pakalpojumu sniedzēju, bet arī vairāk dažādu satura vienību tajos, secina pētījuma veicēji.

Valodas izvēle atšķiras – gan kopumā, gan jaunieši biežāk izvēlas latviešu valodu, kamēr mazākumtautības iedzīvotāji izvēlas krievu valodu. Angļu valodā kā otrā ir jauniešu auditorijā, kamēr krievu valodu izvēlas tikpat daudz jauniešu kā vidēji. Tas nozīmē, ka jaunieši ne tikai izmanto vairāk pakalpojumu sniedzēju, dažādāku to piedāvāto saturu, dažādākas iekārtas, bet arī piekļūst saturam dažādākās valodās. Ja saturs ir pieejams dažādās valodās, tad vairākums sabiedrības un jauniešu dod priekšroku latviešu valodai. Ja vidēji otrā izvēle ir krievu valoda, tad jauniešiem otrā izvēle ir angļu valoda. Mazākumtautību vidū pirmā izvēle ir izteikti krievu valoda. Latviešu valodu izvēlētos tikai 14%.

Saskaņā ar Nacionālā elektronisko plašsaziņas līdzekļu padomes un konsultāciju un tirgus izpētes uzņēmuma SIA “Civitta Latvija” 2023. gada pētījumu sabiedrisko mediju kopējā sasniegtā auditorija ir augstāka vidēji nekā jauniešu vai mazākumtautību auditorijās. Salīdzinot ar 2022. gadu, kopējā sasniedzamība ir samazinājusies par 7 procentpunktiem, kas ir statistiski nozīmīga izmaiņa. Kritums ir vērojams visos mediju veidos, un īpaši liels tas ir lsm.lv. Pētījuma autori norāda, ka šāda rezultātu dinamika var būt vismaz trīs faktoru kopējās ietekmes rezultātā – ir mainīta jautājuma par lsm.lv atrašanās vieta – faktiski zīmols tika atrauts no tā iespējamajiem atpazīstamības “donoriem”; ir mainīta bāze – 2022. gadā jautājumu par lsm.lv uzdeva visiem, bet 2023. gadā tikai tiem, kuri teica, ka izmantoja interneta ziņu portālus; 2023. gadā samazinājās pārējo divu sabiedrisko mediju sasniegtā auditorija; 2023. gadā samazinājās interneta ziņu portālu kā mediju veida sasniegtā auditorija.

Salīdzinot ar 2022. gadu, visu TV kanālu sasniedzamība, kā arī nedēļas un dienas mazākumtautību auditorija ir samazinājusies. Īpaši liels auditorijas kritums ir LTV kanāliem, kur to sasniedzamība mazākumtautību vidū, kā arī nedēļas un dienas mazākumtautību auditorijās, ir samazinājusies vidēji trīs reizes, kamēr TV3 kritums ir 25-43% apmērā. Sabiedriskie mediji sasniedz jauniešu auditoriju nozīmīgi mazāk nekā mazākumtautību auditoriju. Vismazāk jaunieši tiek sasniegti tieši ar LTV programmām. Arī LR stacijas jauniešus sasniedz mazāk nekā kopējo vai mazākumtautību auditoriju. Lsm.lv vienādi sasniedz gan visu auditoriju, gan jauniešus, gan mazākumtautību auditoriju. Pētījuma autori secina, ka tikai lsm.lv piedāvā saturu un formu, kas ir svarīga un saistoša jauniešu auditorijai.

Konsolidētās TV skatītākais kanāls 2023. gadā bija LTV1, kuram veltīti 11,2% no kopējā TV skatīšanās laika. Otrs skatītākais TV kanāls bija TV3, kura skatīšanās laika daļa bija 10,4%. Savukārt trešais skatītākais kanāls ar laika daļu 3,8% bija LTV7, liecina 2024. gada janvārī publicētie “Kantar” dati. 2023. gada trīs skatītākie kanāli LTV1, TV3 un LTV7 saglabājuši savas pozīcijas un arī 2023. gadā ierindojušies tādā pat secībā, attiecīgi LTV1 pirmajā vietā, TV3 – otrajā un LTV7 – trešajā. Savukārt laiks, ko viens skatītājs pavadījis pie TV ekrāna 2023. gadā, salīdzinot ar 2022. gadu, samazinājies par 2 minūtēm. 2023. gadā viens skatītājs pie TV ekrāna pavadīja vidēji 4 stundas un 9 minūtes dienā. Visvairāk laika TV vērošanai veltīts decembrī – vidēji 4 stundas un 36 minūtes dienā, savukārt vismazāk maijā un septembrī, katrā no šiem mēnešiem vidēji 3 stundas un 49 minūtes dienā.

2024. gada ziemā un pavasarī radio ik dienu klausījušies vidēji 62,3% jeb 944 tūkstoši Latvijas iedzīvotāju, rāda 2024. gada jūnijā publicētie “Kantar” dati. Pēdējo sešu mēnešu laikā vismaz reizi dienā radio klausījušies 62,3% jeb 944 tūkstoši Latvijas iedzīvotāju vecumā no 16 līdz 74 gadiem. Savukārt šajā laikā kopumā nedēļā vidēji radio klausījās 83,8% jeb 1 miljons 270 tūkstoši Latvijas iedzīvotāju šajā vecuma grupā. 2024.gada ziemā un pavasarī viens radio klausītājs vidēji dienā radio klausīšanai veltījis 4 stundas un 2 minūtes.

Lielākā klausīšanās laika daļa ir radio stacijai “Latvijas Radio 2’’ – 19,7% no kopējā radio klausīšanās laika. Otrajā vietā ierindojas “Radio Skonto” ar 12,7% lielu klausīšanās laika daļu un trešajā vietā – radio stacija “Latvijas Radio 1” ar  8,3% lielu klausīšanās laika daļu.

2024.gada ziemas un pavasara laikā ikdienas visklausītākās radio stacijas ir ‘’Latvijas Radio 2”, kuru klausījās 12,9% jeb 196 tūkstotis Latvijas iedzīvotāju, “Radio Skonto’’, kuru klausījās 11,1% jeb 168 tūkstoši iedzīvotāju vecumā no 16 līdz 74 gadiem un “Latvijas Radio 1’’, kuru vismaz reizi dienā klausījās 7,5% jeb 113 tūkstoši Latvijas iedzīvotāju šajā vecuma grupā.

Pēdējo sešu mēnešu laikā radio staciju “Radio Skonto” vismaz reizi nedēļā klausījās 32,1% jeb 487 tūkstoši Latvijas iedzīvotāju vecumā no 16 līdz 74 gadiem, “Latvijas Radio 2” –  28,2% jeb 427 tūkstoši klausītāju, “Radio SWH” – 26,9% jeb 408 tūkstoši klausītāju šajā vecuma grupā.

“GemiusAudience” 2023. gada dati rāda, ka apmeklētāko interneta vietņu topā tas aizvadīts ļoti mainīgi. Apmeklējumā no visām ierīcēm – datoriem, viedtālruņiem un planšetdatoriem – kopā TOP 20 vietnes gada garumā aktīvi mainījušās pozīcijām. Teju visa gada garumā līdera pozīcijas noturējusi vietne inbox.lv – deviņus no divpadsmit gada mēnešiem tā ierindojusies topa 1. vietā. Līdera pozīcijas zaudēšana pērnā gada februārī un martā skaidrojama ar tehniskām problēmām lapas mobilās aplikācijas uzskaitē, attiecīgi topa datos netika iekļauti dati par mobilo aplikāciju. Lielāko auditoriju inbox.lv sasniedza pagājušā gada janvārī – 917 000 lietotāji (real users) no visām ierīcēm kopā, taču no aprīļa līdz pat gada beigām saglabāja stabilu auditoriju – vidēji aptuveni 850 000 lietotāju (real users) ik mēnesi.

Tikmēr septiņus no divpadsmit gada mēnešiem otrajā topa pozīcijā bija ziņu portāls delfi.lv, kas februārī, martā un jūlijā pakāpies uz topa līdera pozīciju, bet oktobrī un novembrī ieņēmis topa trešo vietu.  Gada lielāko auditoriju delfi.lv sasniedza 2023. gada janvārī – 883 000 lietotāji (real users), oktobrī sasniedzot gada griezumā mazāko apmeklējumu -  740 000 lietotāju no visām ierīcēm, kas skaidrojama ar tehnisku jautājumu risināšanu portālā, taču, gada pēdējos mēnešos vietnes auditorijai augot, delfi.lv gadu noslēdza ar 816 000 lietotājiem (real users).

Septiņus no pagājušā gada mēnešiem ieņemot trešo vietu apmeklētāko vietņu topā, februārī, oktobrī un novembrī ziņu vietne tvnet.lv pakāpās uz topa otro pozīciju, vienlaikus oktobrī uzrādot gada griezumā lielāko portāla auditoriju – 815 000 lietotāji (real users). Auditorijas pieauguma tendenci portāls uzrādīja jau kopš aprīļa, kad uzrādīja pērn mazāko apmeklējumu – 693 000 lietotāji (real users).

Teju visu gadu stabilu ceturto pozīciju topā noturējis sabiedrisko mediju ziņu portāls lsm.lv, gadu iesākot kā sestā apmeklētākā vietne ar gada griezumā mazāko auditoriju – 659 000 lietotāji (real users), bet turpmākos mēnešus uzrādot tendenci auditorijai pieaugt. Hokeja un Eirovīzijas mēnesī, maijā, portāls sasniedza rekordaugstu apmeklējumu – 787 000 lietotājus (real users), vienlaikus topā pakāpjoties uz 3. vietu, bet gadu noslēdza ar 709 000 lietotājiem no visām ierīcēm kopā. Tikmēr piektajā pozīcijā pērn visbiežāk ierindojās portāls jauns.lv, augstākos auditorijas rādītājus sasniedzot janvārī un martā – attiecīgi 757 000 un 741 000 lietotāji (real users), jūnijā auditorijai nokrītot līdz 618 000 lietotājiem, bet gadu noslēdzot ar 670 000 lietotājiem no visām ierīcēm. Gadu portāls iesāka topā trešajā pozīcijā, bet to noslēdza stabilā piektajā pozīcijā no augusta līdz pat decembrim.

2024. gada jūnijā Ministru kabineta veiktā aptauja “Latvijas iedzīvotāju attieksme pret sabiedrībā aktuāliem jautājumiem”, ko veicis uzņēmums “Rait”, liecina, ka katrs otrais aptaujas dalībnieks uzticas Latvijas sabiedriskajiem medijiem (53%) un komerciālajiem radio (50%). Šogad paaugstinājusies uzticība vairākiem informācijas avotiem – pilnībā vai drīzāk tiem uzticas gandrīz puse aptaujāto iedzīvotāju: komerciālajiem interneta ziņu portāliem (49%, 2023. gadā 44%); Latvijas valsts pārvaldes institūcijām (48%, 2023. gadā 40%); laikraksti žurnāli (drukāti vai internetā) – 47% šogad, salīdzinot ar 42% pērn; komerctelevīzijām pilnībā vai drīzāk uzticas 47% (2023. gadā 48%).

2024. gadā iedzīvotāji vairāk uzticējušies arī viedokļu līderiem/ekspertiem (44%, 2023. gadā 38%) un influenceriem (16%, 2023. gadā 6%). Sabiedrībā vērojams augstāks uzticības līmenis sociālajiem medijiem (37%, 2023. gadā 31%), no tiem TOP 3 uzticamākie atzīti “Youtube” (47%, 2023. gadā 32%), “Facebook” (38%, 2023. gadā 24%), “Instagram” (24%, 2023. gadā 14%). Paaugstinājies uzticēšanās arī “TikTok” (20%, salīdzinot ar 8% 2023. gadā) un “Twiter”/”X” 18% (11% 2023. gadā).

Vērtējot dažādu informācijas avotu izmantošanas biežumu, vairāk nekā puse aptaujāto norāda, ka katru dienu vai gandrīz katru dienu izmanto sociālos medijus (57%) un interneta ziņu portālus (52%), savukārt, televīziju un radio (44% un 41%). Vismazāk tiek izmantoti drukātie mediji – tikai 6% aptaujas dalībnieku tos izmanto katru vai gandrīz katru dienu. Par sociālajiem, ekonomiskajiem un politiskajiem notikumiem valstī iedzīvotāji visbiežāk informāciju iegūst no Latvijas Radio 2 (20%), Radio Skonto (19%), Latvijas Radio 1 ziņām un citām tematiskajām programmām (18%); būtiski, ka gandrīz katrs trešais (27%) neizmanto šādu informācijas iegūšanas veidu.

Populārākie televīzijas kanāli informācijas iegūšanai, ko izmanto vairāk nekā trešdaļa daļa iedzīvotāju ir LTV1 (39%) un TV3 (37%). Vēl 29% aptaujas dalībnieku informāciju iegūst no LTV7. Vienlaikus 33% neizmanto televīzijas kanālus informācijas iegūšanai par sociālajiem, ekonomiskajiem vai politiskajiem notikumiem Latvijā.

Šajā aptaujā “TOP3” interneta ziņu portāli informācijai par sociālajiem, ekonomiskajiem un politiskajiem notikumiem Latvijā ir delfi.lv (48%), tvnet.lv (37%), apollo.lv (28%). Nedaudz retāk izmanto rus.delfi.lv (24%) un lsm.lv (24%), bet 14% aptaujas dalībnieku neizmanto interneta ziņu portālus šādas informācijas iegūšanai. Sociālo mediju vidū par sociālajiem, ekonomiskajiem un politiskajiem notikumiem Latvijā visbiežāk informāciju meklē “Facebook” (61%) un “Youtube” (37%). Aptuveni katrs piektais aptaujas dalībnieks izmanto “Tik Tok” (21%) un “Instagram” (19%), bet vēl 20% neizmanto sociālos medijus šādas informācijas iegūšanai.

**III Stratēģiskie mērķi un uzdevumi**

**Plānošanas dokumenti un likumi**

 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.”

2023. gada 28. septembrī Saeimas apstiprinātajā dokumentā “Nacionālās drošības koncepcija 2023” par sabiedriskajiem medijiem ietvertas sekojošas lietas: “[..]Latvijas informatīvās telpas drošība ir būtisks aspekts Latvijas nacionālās drošības nodrošināšanai. Spēcīgas un aizsargātas informatīvās telpas pamatā ir stipri vietējie Latvijas mediji un kvalitatīvs vietējais saturs latviešu valodā. Jānodrošina, ka visa Latvijas sabiedrība atrodas vienotā informatīvajā telpā, patērē vienotu saturu, tādējādi tiek pārtraukta sabiedrības šķelšana un veicināta tās saliedēšanās uz valsts valodas pamata. Turpmākā valsts informatīvās telpas aizsardzības un attīstības politika fundamentāli balstāma uz latviešu valodas un Satversmes vērtību bāzes. Veidojama tāda mediju politika un tiesiskā vide, kas atbalsta saturu valsts valodā.”

Vadlīniju izstrādes un atjaunošanas brīdī 2023. gadā 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”.

Vadlīniju pieņemšanas laikā 2024. gadā aktuālajās Latvijas mediju politikas pamatnostādnēs 2024.-2027. gadam definēti četri Mediju politikas rīcības virzieni:

1.Stipra Latvijas mediju vide un informatīvā telpa, kur sabiedriskais medijs uzrunā visdažādākās sabiedrības grupas ar kvalitatīvu informatīvo, izglītojošo un izklaidējošo saturu. Mediji ir finansiāli neatkarīgi un spēj nodrošināt savu pamatdarbību.

2.Droša mediju vide, kur mediji ir izstrādājuši darbības nepārtrauktības plānus, un krīzes situācijā spēj nodrošināt Latvijas sabiedrību ar aktuālo informāciju. Iedzīvotājiem ir prasmes, zināšanas un izpratne efektīvi un droši izmantot medijus, iedzīvotājiem ir pieaugušas medijpratības prasmes.

3.Neatkarīga mediju vide, kur mediji Latvijā ir brīvi, neatkarīgi, nepastāv pašcenzūra. Iedzīvotājiem ir viegli un tieši pieejama informācija par mediju īpašniekiem.

4.Kvalitatīva mediju vide, kur mediji nodrošina saturu atbilstoši augstvērtīgiem žurnālistikas profesionālajiem kvalitātes, atbildīguma un ētikas standartiem. Veicināta žurnālistu un mediju profesionāļu mūžizglītība, žurnālistikas kvalitātes kāpums un profesionālo standartu paaugstināšana. Iedzīvotājiem ir pieejams kvalitatīvs saturs.

Pirmā rīcības virziena pamatojumā par sabiedriskajiem medijiem teikts: “[..]Latvijas informatīvās telpas stiprināšanai ir nepieciešams vienots spēcīgs un neatkarīgs Latvijas sabiedriskais medijs, kas vienlaikus sasniedz un uzrunā visdažādākās sabiedrības grupas ar kvalitatīvu informatīvo, izglītojošo un izklaidējošo saturu. Sabiedriskajiem medijiem jānodrošina finansēšanas modelis, kas nodrošina finansējuma izaugsmes prognozējamību, adekvāts finansējuma apjoms, kā arī caurskatāms finansējuma piešķiršanas un izlietošanas process. Vidējā termiņā sabiedrisko mediju finansējuma apjomam ir jātuvojas Eiropas vidējam sabiedrisko mediju finansējuma apjomam. Vienlaikus pilnveidojamas ir sabiedriskā medija, komerciālo mediju un infrastruktūras nodrošinātāju sadarbības spējas krīžu un valsts apdraudējuma situācijās. [..]

[..]Tāpat īpaši izceļams ir mediju vides un informatīvās telpas stiprināšanas jautājums Latvijas austrumu pierobežā, palielinot tur mediju pieejamību, samazinot nelegālā satura patēriņu, izvēršot medijpratības aktivitātes un palielinot sabiedrisko mediju klātbūtni. [..]

[..]Tāpat nozīmīgi ir mediju saturā vairāk uzrunāt Latvijā dzīvojošās mazākumtautības latviešu valodā, lai sekmētu mazākumtautību piedalīšanos diskusijās par sabiedriski nozīmīgiem jautājumiem un veicinātu viņu piederības sajūtu Latvijai, atspoguļotu sabiedrības daudzveidību, iekļaujošas sabiedrības veidošanos un veicinātu vienotas, nevis divkopienu, sabiedrības pastāvēšanu. Tas attiecas gan uz sabiedriskajiem, gan komerciālajiem medijiem. Sabiedriskajos medijos jāveido jauna pieeja satura veidošanai mazākumtautību auditorijām, mazinot krievu valodas dominanci mazākumtautību valodu vidū. Kopējā mediju ekosistēmā attīstāmas tādas iniciatīvas kā raidījumu veidošana latviešu valodas apgūšanas veicināšanai, vairot mūzikas latviešu valodā īpatsvaru radio programmās, satura latviešu valodā pakāpenisku iekļaušanu pamatā mazākumtautību valodās esošajos medijos un vairāk iesaistīt mazākumtautību satura veidotājus satura radīšanā latviešu valodā. Mediju saturā jāveicina arī latgaliešu valodas kā latviešu valodas paveida un lībiešu valodas lietošana. [..]”

Trešā virziena pamatojumā norādīts, ka: “Sabiedriskie mediji ieņem būtisku vietu mediju tirgū, ņemot vērā to sabiedrisko pakalpojumu misiju. Sabiedriskie mediji ir svarīgs un uzticams informācijas avots lielai daļai iedzīvotāju, tāpēc būtiski ir nodrošināt sabiedrisko mediju redakcionālo neatkarību un paredzamu attīstību. Viens no risinājumiem ir panākt sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu finansēšanas modeli, kas nodrošinās neatkarīgāku, atbilstošu un prognozējamāku sabiedrisko plašsaziņas līdzekļu finansējumu un piecu gadu laikā sasniegs Eiropas vidējam finansējuma līmenim līdzvērtīgu apjomu. Tāpat ir nepieciešams pieņemt lēmumu par vienota sabiedriskā medija ēkas risinājumu.”

Projektā paredzēti rezultatīvie rādītāji: sabiedrisko mediju sasniedzamība nedēļā (kopā) – saskaņā ar sabiedriskā labuma testu jāsasniedz 80% 2027. gadā, sabiedriskie mediji piedāvā kvalitatīvu saturu (kopā) – saskaņā ar sabiedriskā labuma testu jāsasniedz 55% 2027. gadā (1. rīcības virziens); saskaņā ar sabiedriskā labuma testu 2027. gadā uzticēšanās līmenim sabiedriskajiem medijiem jāsasniedz 55% (4. rīcības virziens).

1.Rīcības virzienā paredzēts uzdevums – līdz 2025. gadam nodrošināt sabiedrisko mediju attīstību, tuvinot finansējuma apjomu Eiropas vidējam, padarot finansēšanas modeli neatkarīgāku un caurskatāmāku, kā arī veicināt dažādu sabiedrības grupu sasniedzamību. 2.Rīcības virzienā paredzēts uzdevums – līdz 2027. gadam sagatavot medijus darbībai krīzes situācijās, veicinot mediju darbības nepārtrauktības plānu izstrādi. 2.Rīcības virzienā paredzēts uzdevums – līdz 2027. gadam uzlabot sabiedrības medijpratību, īstenojot koordinētu un stratēģisku pieeju. 3.Rīcības virzienā paredzēts uzdevums – līdz 2026. gadam mainīt sabiedriskā medija finansēšanas modeli, nodrošinot finansējuma izaugsmes prognozējamību. 4.Rīcības virzienā paredzēts uzdevums – izzināt mediju vidi Latvijā, regulāri veicot pētījumus, lai izdarītu datos balstītus lēmumus.

Latvijas Republikas Satversmes preambula nosaka, ka “Latvijas identitāti Eiropas kultūrtelpā kopš senlaikiem veido latviešu un lībiešu tradīcijas, latviskā dzīvesziņa, latviešu valoda, vispārcilvēciskās un kristīgās vērtības. Uzticība Latvijai, latviešu valoda kā vienīgā valsts valoda, brīvība, vienlīdzība, solidaritāte, taisnīgums, godīgums, darba tikums un ģimene ir saliedētas sabiedrības pamats. Ikviens rūpējas par sevi, saviem tuviniekiem un sabiedrības kopējo labumu, izturoties atbildīgi pret citiem, nākamajām paaudzēm, vidi un dabu”.

2021. gada vidū spēkā stājies jauns likums – Latviešu vēsturisko zemju likums, kura priekšvārdā teikts, ka “latviešu vēsturiskajās zemēs uz kuršu, latgaļu, sēļu un zemgaļu sentautu, kā arī seno pirmiedzīvotāju — lībiešu — kultūras un valodas bāzes veidojusies latviešu nācija”, 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”.

Apvienoto nāciju organizācijas (ANO) Pirmiedzīvotāju tiesību deklarācijas (UNDRIP) 15. pants nosaka: “1. Pirmiedzīvotājiem ir tiesības uz cieņu un savu kultūru, tradīciju, vēstures un vēlmju daudzveidību, kas tiek atbilstoši atspoguļota izglītībā un publiskajā informācijā. 2. Valstis, apspriežoties un sadarbojoties ar attiecīgajiem pirmiedzīvotājiem, veic efektīvus pasākumus, lai apkarotu aizspriedumus un izskaustu diskrimināciju un lai veicinātu iecietību, sapratni un labas attiecības starp pirmiedzīvotājiem un citām sabiedrības grupām.”

Savukārt 16. pants tieši attiecas uz plašsaziņas līdzekļiem: “1. Pirmiedzīvotājiem ir tiesības veidot pašiem savus plašsaziņas līdzekļus savās valodās un bez diskriminācijas piekļūt arī visu veidu plašsaziņas līdzekļiem, kas nav īpaši veltīti attiecīgajiem pirmiedzīvotājiem. 2. Valstis veic efektīvus pasākumus, lai nodrošinātu, ka valsts īpašumā esošie plašsaziņas līdzekļi pienācīgi atspoguļo pirmiedzīvotāju kultūras daudzveidību. Valstīm jāmudina privātie plašsaziņas līdzekļi atbilstoši atspoguļot pirmiedzīvotāju kultūras daudzveidību, nodrošinot pilnīgu vārda brīvību.”

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.

Valsts valodas politikas pamatnostādnēs 2021.-2027. gadam norādīts, ka “valsts valodas politikas un pamatnostādņu īstenošanā aktīvāk jāiesaistās sabiedriskajiem medijiem” un ka “Latvijas sabiedriskiem medijiem jāsekmē valsts valodas prestižs, ikdienā piedāvājot izglītojošu saturu par latviešu valodas praksi un valsts valodas lomu”.

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.

Ministru kabineta 2024. gada 21. maijā apstiprinātā plānošanas dokumenta “Plāns personu ar invaliditāti vienlīdzīgu iespēju veicināšanai 2024.–2027. gadam” 4. rīcības virziens “Vides, informācijas un pakalpojumu piekļūstamības veicināšana” sabiedriskajiem medijiem paredz divus uzdevumus. Uzdevums Nr. 4.17 paredz, ka līdz 2027. gada otrajam pusgadam tiks palielināts LTV raidījumu (filmu) subtitrēšanas un surdotulkošanas apjoms lineārajā apraidē, kā arī attīstīts satura subtitru apjoms vai surdotulkojums multimediālā vidē, sasniedzot pārraidītā raidapjoma apmēru LTV programmās un pakalpojumos no kopējām raidstundām – 34%, no tām: ar subtitriem – 26,5 %; ar surdotulkojumu – 7,5 %. Uzdevums Nr. 4.18 paredz, ka līdz 2027. gada otrajam pusgadam tiks nodrošināta pieejas iespēja cilvēkiem ar funkcionāliem traucējumiem Latvijas Radio saturam mājaslapā, izveidojot kritiskās infrastruktūras prasībām atbilstošu Latvijas Radio mājaslapu cilvēkiem ar funkcionāliem traucējumiem.

Dziesmu un deju svētku likuma 7. panta devītā daļa paredz, ka “Dziesmu un deju svētku atspoguļošanu un popularizēšanu nodrošina sabiedriskie elektroniskie plašsaziņas līdzekļi. Dziesmu un deju svētku norises gadā sabiedriskajiem elektroniskajiem plašsaziņas līdzekļiem sabiedriskā pasūtījuma ietvaros valsts budžetā paredz nepieciešamo papildu finansējumu”.

2024. gada 20. jūnijā Saeima pieņēma Nacionālās kiberdrošības likumu (turpmāk – NKDL), kura mērķis ir stiprināt kiberdrošību Latvijā un ieviest pārskatītās Eiropas Savienības Tīklu un informācijas sistēmu drošības direktīvas prasības vienādi augsta kiberdrošības līmeņa panākšanai visā Eiropas Savienībā.

 Likums stāsies spēkā 2024. gada 1. septembrī un tas attiecas uz būtisko un svarīgo pakalpojumu sniedzējiem, kā arī informācijas un komunikācijas tehnoloģiju kritisko infrastruktūru, un tajā ir noteikti kritēriji, pēc kuriem tiek definēta publiskā un privātā sektora organizācijas piederība kādai no minētajām grupām. Likuma 20. pants uzskaita būtisko pakalpojumu sniedzējus šī likuma izpratnē un šā panta 7. punktā ir noteikts, ka sabiedriskie elektroniskie plašsaziņas līdzekļi ir uzskatāmi par būtisko pakalpojumu sniedzējiem.

 NKDL noteic, ka publiskā un privātā sektora organizācijām, uz kurām likums attiecas, līdz 2025. gada 1. aprīlim būs jānosaka savs statuss un jāreģistrējas, kā arī līdz 2025. gada 1. oktobrim jāieceļ kiberdrošības pārvaldnieks un jāiesniedz pirmais pašvērtējuma ziņojums. Citas prasības ietver minimālo kiberdrošības prasību ievērošanu, ziņošanu par incidentiem un atklātajām ievainojamībām, kā arī risku pārvaldības un darbības nepārtrauktības plāna izstrādi.

 NKDL paredz noteikt minimālās kiberdrošības prasības būtisko un svarīgo pakalpojumu sniedzējiem un informācijas un komunikācijas tehnoloģiju kritiskajai infrastruktūrai, prasības centralizētai aizsardzībai pret pakalpojumatteices kiberuzbrukumiem, kā arī drošības prasības datu centriem.

Priekšvēlēšanu aģitācijas likuma 10. panta “Līdzdalība priekšvēlēšanu raidījumos elektronisko plašsaziņas līdzekļu televīzijas programmās sabiedriskā pasūtījuma ietvaros” pirmā daļa paredz, ka “Saeimas, Eiropas Parlamenta vai pašvaldību vēlēšanu gadā Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu padome sabiedriskā pasūtījuma ietvaros papildus valsts nodrošinātajam bezmaksas raidlaikam plāno finansējumu priekšvēlēšanu raidījumu veidošanai sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu televīzijas programmās”. Šī panta trešā daļa paredz, ka “vēlēšanām pieteikto deputātu kandidātu sarakstiem ir tiesības vismaz vienreiz piedalīties priekšvēlēšanu raidījumos elektronisko plašsaziņas līdzekļu televīzijas programmās sabiedriskā pasūtījuma ietvaros. Elektroniskais plašsaziņas līdzeklis nosaka priekšvēlēšanu raidījumu norises kārtību, ietverot deputātu kandidātu līdzdalības kritērijus, un šo kārtību savlaicīgi publisko”.

No Elektronisko plašsaziņas līdzekļu nozares attīstības stratēģijas 2018.–2022. gadam, kas bija 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.

2023. gada sākumā apstiprinātajā Elektronisko plašsaziņas līdzekļu nozares attīstības nacionālajā stratēģijā 2023.–2027. gadam definēta sekojoša nozares vīzija – “droša, inovatīva un daudzveidīga Latvijas informatīvā telpa demokrātiskā, latviskā vidē un vienotā Eiropā”, kā arī stratēģijas virsmērķis – ”aizsargāt Latvijas informatīvo telpu, stiprinot vietējo saturu valsts valodā un nodrošinot drošu vidi elektronisko plašsaziņas līdzekļu attīstībai, kvalitatīva satura veidošanai un pieejamībai”.

Uz sabiedriskajiem elektroniskajiem plašsaziņas līdzekļiem nozares stratēģijā 2023.–2027. gadam tieši attiecas mērķis B – “daudzveidīga Latvijas elektronisko mediju vide, kas spēj pielāgoties tehnoloģiskās attīstības izaicinājumiem digitālajā vidē”, kā arī uzdevums [B-1-11] – “jāizveido vienots sabiedriskais medijs saskaņā ar Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu un to pārvaldības likumā noteikto, nodrošinot sabiedriskajam medijam neatkarīgu, atbilstošu un prognozējamu finansējumu”.

Ministru kabinetā 2023. gada 24. janvārī tika apstiprināts **“Konceptuālais ziņojums par valsts stratēģisko komunikāciju un informatīvās telpas drošību 2023.–2027. gadam”** jeb koncepcija, kuras vīzija ir veicināt informatīvās telpas drošību, tostarp ar stratēģisko komunikāciju, panākot, ka valsts pārvalde un sabiedrība ir noturīga pret ārējiem un iekšējiem iejaukšanās riskiem demokrātiskos procesos un informatīvajā telpā, kā arī spēj efektīvi līdzdarboties, lai pārvarētu krīzes un apdraudējumus.

Šī dokumenta sadaļā “7.3. Mediju vides stiprināšana un pilnveidošana” teikts: “Valsts interesēs ir atbalstīt sabiedriskos medijus, tostarp veicinot iedzīvotāju uzticību tiem, kā arī nodrošinot tos ar finansējumu, kas vidējā termiņā tuvotos ES vidējam dalībvalstu sabiedrisko mediju finansēšanas līmenim. Sabiedriskie mediji turpinās pildīt kritiski svarīgu lomu iedzīvotāju informēšanā un apziņošanā krīzes un valsts apdraudējuma gadījumā.”

2024. gada 13. martā Eiropas Parlaments pieņēma jaunu tiesību aktu, kas aizsargās Eiropas Savienības žurnālistus un medijus no politiskas vai ekonomiskas iejaukšanās. Saskaņā ar to dalībvalstīm būs jāaizsargā mediju neatkarība, turklāt būs aizliegta visu veidu iejaukšanās redakcionālos lēmumos. Valsts iestādēm būs aizliegts piespiest žurnālistus un redaktorus atklāt informācijas avotus. Tās nedrīkstēs izmantot tādas metodes kā aizturēšanu, sankcijas, biroju kratīšanu vai agresīvu novērošanas programmu uzstādīšanu uz žurnālistu vai redaktoru elektroniskajām ierīcēm.

Parlaments tiesību aktā ir paredzējis vairākas ar drošību saistītas situācijas, kad būs atļauts izmantot spiegprogrammatūru. Tādi gan būs tikai atsevišķi gadījumi un tikai tad, ja to būs atļāvusi tiesu iestāde, kas izmeklē smagu noziegumu, par kuru piespriežama brīvības atņemšana. Arī šādos gadījumos iesaistītās personas par notikušo novērošanu būs jāinformē un varēs to apstrīdēt tiesā.

Lai novērstu to, ka sabiedriskos medijus izmanto politiskos nolūkos, mediju vadītāju un valdes locekļu atlases procedūrai jābūt pārredzamai un nediskriminējošai, turklāt viņi jāieceļ amatā uz pietiekami ilgu laiku. Nebūs iespējams viņus atlaist pirms līguma darbības beigām, izņemot gadījumus, kad viņi vairs neatbilst profesionālajiem kritērijiem. Sabiedriskie mediji būs jāfinansē, izmantojot pārredzamas un objektīvas procedūras, turklāt finansējumam jābūt ilgtspējīgam un paredzamam.

Aktā iekļauts arī mehānisms, kas palīdzēs novērst, ka lielās tiešsaistes platformas, tādas kā *Facebook*, *X* (agrākais *Twitter*) vai *Instagram*, patvaļīgi ierobežo vai izdzēš neatkarīgu mediju saturu. Platformām vispirms būs jānošķir neatkarīgi mediji no avotiem, kas nav neatkarīgi. Ja platforma vēlēsies dzēst vai ierobežot mediju saturu, tie vispirms būs par to jāinformē, dodot tiem ir 24 stundas laika, lai reaģētu uz šo informāciju. Tikai pēc tam, kad mediji ir atbildējuši (vai uz brīdinājumu nav reaģējuši), platforma varēs dzēst vai ierobežot saturu, ja tas joprojām neatbildīs platformas nosacījumiem.

Mediji varēs vērsties strīdu izšķiršanas iestādēs un pieprasīt atzinumu no Eiropas Mediju pakalpojumu padomes — jaunas ES valsts regulatoru padomes, kas tiks izveidota ar Eiropas Mediju brīvības aktu.

Akts paredz, ka dalībvalstīm, par pamatu ņemot starptautiskos standartus, ko šajā sakarā izstrādājusi Eiropas Padome, ir jāievieš efektīvi juridiski aizsardzības līdzekļi no valdības, politiskām, ekonomiskām vai privātām interesēm brīvai sabiedrisko mediju pakalpojumu sniedzēju neatkarīgai darbībai visā Savienībā, neskarot valstu konstitucionālos tiesību aktus atbilstīgi Hartai. Tam būtu jāietver principi, kas ir piemēroti veidiem, kādos dalībvalstis organizē savus sabiedriskos medijus, piemēram, tādi, kas pastāv valsts administratīvo tiesību regulējumā vai sabiedrību tiesību regulējumā, kurš piemērojams privātiem biržā kotētiem uzņēmumiem, attiecībā uz tādu personu vai struktūru iecelšanu vai atlaišanu, kurām ir loma redakcionālās politikas noteikšanā vai kuras šajā ziņā ir augstākā lēmumu pieņemšanas instance sabiedrisko mediju pakalpojumu sniedzējā. Minētie principi būtu jānosaka valsts līmenī. Ir arī jāgarantē, ka, neskarot Savienības valsts atbalsta noteikumu piemērošanu, sabiedrisko mediju pakalpojumu sniedzēji gūst labumu no pārredzamām un objektīvām finansēšanas procedūrām, kas garantē pietiekamus un stabilus finanšu resursus to sabiedriskā pakalpojuma kompetences īstenošanai, nodrošina tiem prognozējamību plānošanas procesos un ļauj tiem attīstīties savas sabiedriskā pakalpojuma kompetences ietvaros. Vislabāk, ja lēmumus par šādu finansējumu pieņemtu un piemērotu uz vairākiem gadiem saskaņā ar sabiedrisko mediju pakalpojumu sniedzēju kompetenci sniegt sabiedrisko pakalpojumu, lai izvairītos no iespējamas neatļautas ietekmes riska ikgadējā budžeta apspriešanā.

**Padomes un mediju stratēģijas**

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.-2023. 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. 2023. gadā LR stratēģija tika pagarināta līdz 2024. gadam.

Latvijas Televīzijas vidēja termiņa darbības stratēģijā 2020.-2023. 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. 2024. gadā LTV stratēģija tika pagarināta līdz 2024. gadam.

Vadlīniju atjaunošanas brīdī 2024. gadā notiek darbs pie Latvijas Sabiedriskā medija stratēģisko, finanšu un nefinanšu mērķu izstrādes un apstiprināšanas, ņemot vērā mediju apvienošanu 2025. gadā. Tie tiks noteikti vadlīnijās un iekļauti dokumentā “Valsts sabiedrības ar ierobežotu atbildību “Latvijas Sabiedriskais medijs” stratēģiskais ietvars un plāns sabiedriskā pasūtījuma izpildei 2025. gadā”, kas pilnā apjomā tiks apstiprināts 2024. gada decembrī. Šis dokuments aizvietos vidēja termiņa darbības stratēģiju pārejas periodam – apvienota sabiedriskā elektroniskā plašsaziņas līdzekļa darbības pirmajam darbības gadam –, un izņēmuma kārtā arī ietvers sabiedriskā pasūtījuma izpildes plānu 2025. gadam.

Šāda īpaša politikas plānošanas dokumenta izstrāde 2025. gadam izriet no pārmaiņu procesa divu uzņēmumu apvienošanas kontekstā, jo attiecīgi SEPLPL pārejas noteikumu 10. punkts paredz, ka: “Līdz 2024. gada 31. decembrim Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu padome īsteno visas normatīvajos aktos noteiktās darbības, kas nepieciešamas, lai reorganizētu apvienošanās (saplūšanas) ceļā valsts sabiedrību ar ierobežotu atbildību "Latvijas Radio" un valsts sabiedrību ar ierobežotu atbildību "Latvijas Televīzija", nodibinātu valsts sabiedrību ar ierobežotu atbildību "Latvijas Sabiedriskais medijs" un ierakstītu to komercreģistrā no 2025. gada 1. janvāra. Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu apvienošanai nepieciešamie izdevumi tiek segti no Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu padomei piešķirtajiem valsts budžeta līdzekļiem.” un 11. punkts paredz, ka: “Līdz valsts sabiedrības ar ierobežotu atbildību "Latvijas Sabiedriskais medijs" ierakstīšanai komercreģistrā un valsts sabiedrības ar ierobežotu atbildību "Latvijas Radio" un valsts sabiedrības ar ierobežotu atbildību "Latvijas Televīzija" izslēgšanai no komercreģistra Latvijas Sabiedriskā medija funkcijas turpina pildīt valsts sabiedrība ar ierobežotu atbildību "Latvijas Radio" un valsts sabiedrība ar ierobežotu atbildību "Latvijas Televīzija", bet ne ilgāk kā līdz 2025. gada 7. janvārim.”

Tādējādi Padome 2024. gada laikā veica visas nepieciešamās un normatīvajos aktos paredzētās darbības reorganizācijas procesa īstenošanai, tajā skaitā jaunā uzņēmuma valdes apstiprināšanai, vienota sabiedriskā pasūtījuma gada plāna un budžeta izstrādei. Kapitālsabiedrības “Latvijas Sabiedriskais medijs” vidēja termiņa darbības stratēģija 2026.-2029. gadam tiks izstrādāta pēc Padomes sagatavotās gaidu vēstules līdz 2025. gada 1. jūnijam.

Ministru kabineta 2016. gada 9. februāra noteikumi Nr. 95 “Kārtība, kādā tiek vērtēti darbības rezultāti un finanšu rādītāji kapitālsabiedrībai, kurā valstij ir izšķirošā ietekme”, kas paredz, ka, “ja pārskata gadam nav apstiprināta stratēģija, tad pārskatā ietver informāciju par citos kapitālsabiedrības iekšējos plānošanas dokumentos pārskata gadam noteiktajiem nefinanšu mērķiem, kurus ir apstiprinājis kapitāla daļu turētājs vai padome (ja tāda izveidota)” (punkts 2.1.), un, “ja pārskata gadam nav apstiprināta stratēģija, tad pārskatā ietver informāciju par citos kapitālsabiedrības iekšējos plānošanas dokumentos pārskata gadam noteiktajiem finanšu mērķiem, kurus ir apstiprinājis kapitāla daļu turētājs vai padome (ja tāda izveidota)” (punkts 2.2.).

Tādējādi Latvijas Sabiedriskajam medijam 2025. gadā šajās vadlīnijās tiek noteikti sekojoši prioritārie rīcības virzieni un nefinanšu mērķi ar rezultatīvajiem rādītājiem:

|  |
| --- |
| **1. rīcības virziens: Latvijas Sabiedriskais medijs ir auditorijas pirmā izvēle***Latvijas Sabiedriskā medija kopējai sasniedzamībai dažādās platformās jāturpina palielināties, ņemot vērā plānotos ieguldījumus jauna satura attīstībā un tehnoloģijās.* |
| **Mērķis:** Ar demokrātiskai sabiedrībai svarīgu un daudzveidīgu saturu sasniegt plašu auditoriju dažādās platformās. |
| **Rezultatīvais rādītājs** | **Bāzes vērtība\***  | **Mērķa vērtība\*\***  |
| Sabiedrisko mediju kopējā sasniedzamība nedēļā sabiedriskā labuma ikgadējā aptaujā. | 73% | 79% |

\*Bāzes vērtība noteikta, izmantojot 2024. gada sākumā veiktās sabiedriskā labuma ikgadējās aptaujas datus.

\*\*Mērķa vērtības izpilde tiks vērtēta, izmantojot 2026. gada sākumā veiktās sabiedriskā labuma ikgadējās aptaujas datus.

|  |
| --- |
| **2. rīcības virziens: Latvijas Sabiedriskais medijs ir uzticamākais medijs Latvijā***Stiprinot satura veidošanas kapacitāti un attīstot multimediālu pieeju dažādu auditorijas grupu uzrunāšanā, Latvijas Sabiedriskajam medijam jāpalielina sabiedrības uzticēšanās līmeni kā uzticamākajam un ietekmīgākajam informācijas avotam Latvijā.* |
| **Mērķis:** Stiprināt demokrātisko iekārtu, vārda brīvību un piederības sajūtu Latvijai. |
| **Rezultatīvais rādītājs** | **Bāzes vērtība\*** | **Mērķa vērtība\*\***  |
| Kopējais uzticēšanās rādītājs sabiedriskajiem medijiem sabiedriskā labuma ikgadējā aptaujā. | 49% | 52% |

\*Bāzes vērtība noteikta, izmantojot 2024. gada sākumā veiktās sabiedriskā labuma ikgadējās aptaujas datus.

\*\*Mērķa vērtības izpilde tiks vērtēta, izmantojot 2026. gada sākumā veiktās sabiedriskā labuma ikgadējās aptaujas datus.

|  |
| --- |
| **3. rīcības virziens: LSM.lv ir sabiedriskā medija galvenā digitālā platforma***Līdz ar vienotā medija izveidošanu un esošo resursu apvienošanu, digitālā satura veidošanai jākļūst par galveno prioritāti, turpinot palielināt digitālā satura budžeta īpatsvaru, attīstot pakalpojumus pēc pieprasījuma, stiprinot Latvijas Sabiedriskā medija multimediālo kapacitāti, satura daudzveidību un lielāku auditorijas sasniedzamību.* |
| **Mērķis:** Nodrošināt digitālo attīstību un satura izplatību, sasniedzot lietotājus platformās, kuras tie lieto digitālās transformācijas procesu iespaidā**.** |
| **Rezultatīvais rādītājs** | **Bāzes vērtība (2023)** | **Mērķa vērtība (2025)** |
| LSM.lv multimediju platformu vidēji nedēļā sasniegtā auditorija (*Gemius)* % (lietotāji, 7-74). | 29,3% | 33% |

|  |
| --- |
| **4. rīcības virziens: Sasniegta plašāka bērnu, pusaudžu un jauniešu auditorija***Atbilstoši mediju lietošanas paradumu izmaiņām, vienotā Latvijas Sabiedriskajā medijā ir jākoncentrē resursi gados jaunās auditorijas sasniedzamības palielināšanai, nodrošinot atbilstošu saturu un klātesamību digitālajās platformās.* |
| **Mērķis:** Piesaistīt jaunu auditoriju, lai novērstu ilgtermiņa riskus valsts demokrātiskajai iekārtai, informatīvajai telpai un nacionālās kultūras un identitātes saglabāšanai. |
| **Rezultatīvais rādītājs** | **Bāzes vērtība\***  | **Mērķa vērtība\*\*** |
| Kopējais jauniešu sasniedzamības rādītājs sabiedriskā labuma ikgadējā aptaujā. | 65% | 74% |

\*Bāzes vērtība noteikta, izmantojot 2024. gada sākumā veiktās sabiedriskā labuma ikgadējās aptaujas datus.

\*\*Mērķa vērtības izpilde tiks vērtēta, izmantojot 2026. gada sākumā veiktās sabiedriskā labuma ikgadējās aptaujas datus.

|  |
| --- |
| **5. rīcības virziens: Latvijas Sabiedriskais medijs nodrošina izcilas kvalitātes saturu***Līdz ar vienota Latvijas Sabiedriskā medija izveidi un kopējā budžeta pieaugumu ir jāaug satura kvalitātei, turpinot celt darbinieku profesionālās prasmes un radot inovatīvus satura formātus plašākas auditorijas sasniedzamībai.* |
| **Mērķis:** Veidot programmas un pakalpojumus atbilstoši augstām ētikas un kvalitātes prasībām, nodrošinot žurnālistikas izcilību, ievērojot visaugstākos starptautiskos profesijas un kvalitātes standartus un ieviešot inovācijas. |
| **Rezultatīvais rādītājs** | **Bāzes vērtība\*** | **Mērķa vērtība\*\*** |
| Kopējais kvalitātes rādītājs sabiedriskā labuma ikgadējā aptaujā. | 53% | 55% |

\*Bāzes vērtība noteikta, izmantojot 2024. gada sākumā veiktās sabiedriskā labuma ikgadējās aptaujas datus.

\*\*Mērķa vērtības izpilde tiks vērtēta, izmantojot 2026. gada sākumā veiktās sabiedriskā labuma ikgadējās aptaujas datus.

|  |
| --- |
| **6. rīcības virziens: Latvijas Sabiedriskais medijs ir mūsdienīgs un inovatīvs***Palielinot investīciju apjomu, vienotā sabiedriskajā medijā jāveic tehnoloģiskais izrāviens, ieviešot aizvien vairāk mūsdienīgu un inovatīvu risinājumu sabiedriskā pasūtījuma izpildē, kā arī veicinot tehnoloģisko procesu automatizāciju, efektivitāti un nodrošinot darbības nepārtrauktību.* |
| **Mērķis:** Nodrošināt modernas, inovatīvas tehnoloģijas un attiecīgu infrastruktūru, kas ir vitāli svarīgas kvalitatīva satura sagatavošanai un efektīvai valsts līdzekļu izmantošanai digitālās transformācijas laikmetā. |
| **Rezultatīvais rādītājs** | **Bāzes vērtība**  | **Mērķa vērtība (2025)** |
| Realizēti tehnoloģisko procesu automatizācijas projekti, veicinot kopējo darbības efektivitāti. | NA | Projektu skaits: 12  |

|  |
| --- |
| **7. rīcības virziens: Augstākajiem standartiem atbilstoša korporatīvā pārvaldība***Veidojot vienotu Latvijas Sabiedrisko mediju, jāievieš efektīvi uzņēmuma pārvaldības mehānismi un jāveicina darbinieku motivācija tiekties uz visaugstākajiem profesionālajiem sasniegumiem.* |
| **Mērķis:** Attīstīt korporatīvo pārvaldību, kas nodrošina drošu un labvēlīgu vidi darbiniekiem, efektīvas risku pārvaldības, iekšējās kontroles un kvalitātes vadības sistēmas. |
| **Rezultatīvais rādītājs** | **Bāzes vērtība 2024** | **Mērķa vērtība 2025** |
| Nodrošināta Korporatīvās pārvaldības kodeksa saistošo principu (Nr. 1., 2., 3., 4., 5., 6., 10., 13., 17) ieviešana. | NA | 100% |

Kapitālsabiedrības finanšu mērķi, kā arī tās darbības efektivitāti raksturojošie rezultatīvie rādītāji 2025. gadam ir sekojoši:

|  |
| --- |
| **Mērķis: Kapitālsabiedrības finansiālās darbības stabilitātes nodrošināšana** |
| **Rezultatīvais rādītājs** | **Bāzes vērtība\*** | **Mērķa vērtība (2025)** |
| Kopējās likviditātes koeficients *((apgrozāmie aktīvi – krājumi – nākamo periodu izmaksas / (īstermiņa saistības – īstermiņa nākamo periodu ieņēmumi))* | NA | Ne mazāk kā 0,4 |
| **Mērķis: Saistību un atbilstoša pašu kapitāla līmeņa nodrošināšana** |
| **Rezultatīvais rādītājs** | **Bāzes vērtība\*** | **Mērķa vērtība (2025)** |
| Saistības pret pašu kapitālu\*\* *((kopējās saistības – nākamo periodu īstermiņa un ilgtermiņa ieņēmumi) / pašu kapitāls))* | NA | Ne vairāk kā 0,6 |

\*ņemot vērā, ka saplūšanas veidā tiek veidots jauns uzņēmums, vienota bāzes vērtība nav nosakāma.

\*\*izpildes vērtība var neatbilst mērķim, ja tiktu paredzēti papildu ārēja finansējuma piesaistīšanas gadījumi, kas veicinātu ekonomiski pamatotu risinājumu ieviešanu, kas mērķēts uz uzņēmuma attīstību.

Kapitālsabiedrības finanšu rādītāji un finanšu koeficienti:

|  |
| --- |
| **Finanšu rādītāji / koeficienti**   |
| **Rādītājs / koeficients** | **Bāzes vērtība\*** | **Mērķa vērtība (2025)** |
| Neto apgrozījums (*euro*)  | NA | 50 382 935 |
| Pašu ieņēmumi no uzņēmējdarbības (*euro* pēc ekonomiskās būtības)\*\* | NA | 1 400 000 |
| Neto peļņa (*euro*), ne mazāk kā  | NA | 1 000 |
| EBITDA rentabilitāte (%) | NA | 7 |
| Pašu kapitāls (*euro*) | NA | 11 777 995 |
| Administrācijas izmaksu īpatsvars pret neto apgrozījumu (%), ne vairāk kā  | NA | 6% |

\*ņemot vērā, ka saplūšanas veidā tiek veidots jauns uzņēmums, vienota bāzes vērtība nav nosakāma.

\*\*Pašu ieņēmumi (pēc ekonomiskās būtības) = neto apgrozījums + pārējie komercdarbības ieņēmumi – valsts dotācija – ieņēmumi no pamatlīdzekļu ieguldījumiem – dāvinājumi – ieņēmumi no valūtas kursu svārstībām.

Īstenojot SEPLPL dotās pilnvaras un atbildību, tajā skaitā likuma 12. panta trešajā daļā noteikto SEPLP atbildību darboties saskaņā ar Satversmi, SEPLPL un citiem normatīvajiem aktiem un 10. panta pirmajā daļā paredzēto, ka SEPLP, vadot sabiedriskā pasūtījuma izstrādi, prognozē ārējos un iekšējos faktorus, kas var ietekmēt sabiedriskos elektroniskos plašsaziņas līdzekļus, un piedāvā šiem faktoriem atbilstošas vispārējās sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu attīstības stratēģijas, kā arī formulē sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu funkcijas un atbildību kopējā masu informācijas līdzekļu darbības vidē un valsts informatīvajā telpā, un ņemot vērā Latvijas Republikas Satversmē ietvertās vērtības un tajā nostiprinātās mazākumtautību tiesības un Saeimas apstiprinātās “Nacionālās drošības koncepcijas 2023” būtību, SEPLP ir (2024. gada 28. marta un 4. aprīļa sēdē) pieņēmusi konceptuālu lēmumu, ka no 2026. gada Latvijas Sabiedriskajā medijā tiks īstenota jauna pieeja dažādu mazākumtautību sasniegšanai, novēršot divkopienu sabiedrības pastāvēšanu.

Jau SEPLP 2023. gada 29. septembrī apstiprinātajā dokumentā “Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu sabiedriskā pasūtījuma vadlīnijas 2023.-2025. gadam un uzdevumi plāna sagatavošanai 2024. gadam” sniegts pamatojums šāda lēmuma pieņemšanai:

“Vadlīniju atjaunošanas un uzdevumu noteikšanas 2024. gadam laikā joprojām noris Krievijas bruņota un neprovocēta agresija 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.

Plānojot sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu darbību vidējā un ilgākā termiņā, SEPLP 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.

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.”

SEPLP norāda, ka ir atbalstāms un īstenojams “Nacionālās drošības koncepcijas 2023” mērķis: “Latvijas informatīvās telpas drošība ir būtisks aspekts Latvijas nacionālās drošības nodrošināšanai. Spēcīgas un aizsargātas informatīvās telpas pamatā ir stipri vietējie Latvijas mediji un kvalitatīvs vietējais saturs latviešu valodā. Jānodrošina, ka visa Latvijas sabiedrība atrodas vienotā informatīvajā telpā, patērē vienotu saturu, tādējādi tiek pārtraukta sabiedrības šķelšana un veicināta tās saliedēšanās uz valsts valodas pamata. Turpmākā valsts informatīvās telpas aizsardzības un attīstības politika fundamentāli balstāma uz latviešu valodas un Satversmes vērtību bāzes. Veidojama tāda mediju politika un tiesiskā vide, kas atbalsta saturu valsts valodā.”

Tāpat atbalstāms un īstenojams ir 2024. gada 26. martā sabiedriskajai apspriešanai nodotajā Kultūras ministrijas sagatavotajā “Latvijas mediju politikas pamatnostādņu 2024.–2027. gadam” projektā teiktais, ka “nozīmīgi ir mediju saturā vairāk uzrunāt Latvijā dzīvojošās mazākumtautības latviešu valodā, lai sekmētu mazākumtautību piedalīšanos diskusijās par sabiedriski nozīmīgiem jautājumiem un veicinātu viņu piederības sajūtu Latvijai, atspoguļotu sabiedrības daudzveidību, iekļaujošas sabiedrības veidošanos un veicinātu vienotas, nevis divkopienu, sabiedrības pastāvēšanu. Tas attiecas gan uz sabiedriskajiem, gan komerciālajiem medijiem. Jau šobrīd attīstāmas tādas iniciatīvas kā raidījumu veidošana latviešu valodas apgūšanas veicināšanai, vairot mūzikas latviešu valodā īpatsvaru radio programmās, satura latviešu valodā pakāpenisku iekļaušanu pamatā mazākumtautību valodās esošajos medijos un vairāk iesaistīt mazākumtautību satura veidotājus satura radīšanā latviešu valodā”.

Lai nodrošinātu augstākminēto mērķu izpildi, SEPLP lēmusi, ka no 2026. gada apvienotais sabiedriskais medijs pāriet uz konceptuāli jaunu pieeju satura mazākumtautību valodās radīšanai atbilstoši Satversmei un SEPLPL un veicinot vienotas, nevis divkopienu, sabiedrības pastāvēšanu, kā arī, sākot ar 2025. gadu tiks īstenota jauna pieeja Latvijas reģionālās daudzveidības respektēšanai, tajā skaitā veicinot plašāku kultūras satura pieejamību, mazākumtautību integrāciju un piederības sajūtas Latvijai stiprināšanu.

Skatot šos augstākminētos lēmumus kopsakarā un apzinoties, ka apvienotā sabiedriskajā medijā būtiski mainās sabiedriskā pasūtījuma plānošana un izpilde, jo viens uzņēmums īstenos sabiedriskā pasūtījuma mērķus un uzdevumus ar dažādām programmām un pakalpojumiem – televīzijas, radio, digitāliem –, mērķēti sasniedzot dažādas auditorijas un sabiedrības grupas, SEPLP uzdos uzņēmuma “Latvijas Sabiedriskais medijs” valdei līdz 2025. gada 1. jūlijam izstrādāt ieviešanai no 2026. gada konceptuāli jaunu programmu un pakalpojumu piedāvājumu, nodrošinot saturu mazākumtautību valodās un par mazākumtautību vēsturi un ikdienu, kā arī padziļinot izpratni par Latvijas reģioniem un veicinot plašāku kultūras pieejamību.

Tāda piedāvājuma izstrādāšanā SEPLP kā prioritātes noteikusi Latgali kā etniski un kulturāli īpaši daudzveidīgu, un arī valsts ārējai drošībai īpašu reģionu; saziņas formātus ar sabiedrību mazākumtautību valodās par būtiskiem ikdienas jautājumiem, kā arī krīzes situācijās vienotās informatīvās telpas ietvaros; proporcionālu pieeju mazākumtautību valodu izmantojumā sabiedrisko mediju satura veidošanā vienotās informatīvās telpas ietvaros; kultūras pieejamības paplašināšanu visos Latvijas reģionos; mazākumtautību bērnu un jauniešu integrāciju latviskajā kultūrtelpā, kā arī kopējās mazākumtautību auditorijas daļas nezaudēšanu.

**IV Sabiedriskā labuma mērķi un uzdevumi**

Sabiedriskā labuma izvērtēšanas metodoloģija ir izstrādāta, ņemot vērā Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu un to pārvaldības likumā noteikto vispārējo stratēģisko mērķi un sabiedrisko mediju darbības pamatprincipus.

Metodoloģija atbilst Eiropas Raidorganizāciju apvienības (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 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.

Sabiedriskā labuma izvērtējums, izmantojot atšķirīgas metodes, tiek veikts divos līmeņos – ar ikgadējām sabiedriskā labuma aptaujām un visaptverošu sabiedriskā labuma izvērtējumu ne retāk kā reizi trijos gados.

Ikgadēji sabiedriskie mediji veic Latvijas iedzīvotāju socioloģisko aptauju saskaņā ar sabiedriskā labuma izvērtēšanas metodoloģiju. Pētījumu rezultātā iegūtie dati tiek izmantoti, izstrādājot ikgadējo sabiedriskā pasūtījuma plānu, kā arī nosakot sabiedriskajiem medijiem sasniedzamos mērķus un rezultatīvos rādītājus. Šī pētījuma rezultāti ir publiski pieejami SEPLP un sabiedrisko mediju mājaslapās.

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, savukārt Padomei ļauj novērtēt sabiedriskā pasūtījuma izpildi.

**Ikgadējo sabiedriskā labuma aptauju rezultāti**

 Sabiedriskā labuma izvērtēšanas metodoloģijas īstenošanas ietvaros iedzīvotāju aptaujas tiek veiktas kopš 2021. gada, līdz šo vadlīniju atjaunošanas brīdim 2024. gada rudenī kopumā tas noticis četras reizes, starplaikā pilnveidojot metodoloģiju un precizējot jautājumus. Pēdējais pētījums veikts 2024. gada februārī un tiek izmantots, lai novērtētu 2023. gadā noteikto sabiedriskā pasūtījuma mērķu un uzdevumu izpildi. Šī un citu pētījuma rezultāti ir publiski pieejami Padomes un sabiedrisko mediju mājaslapās.

**Sasniedzamība**

2023.  gadā sabiedrisko mediju kopējā auditorijas sasniedzamība nedēļā bija 76% no kopējā iedzīvotāju skaita. 2024. gadā novērojams neliels kritums – 73%. Tas saistīts ar pamatā lineāro platformu auditorijas samazināšanos, attiecīgi LTV no 63% līdz 57%, bet LR no 42% līdz 40%, tikmēr auditoriju turpina audzēt LSM – palielinājums no 43% līdz 45%. Atbilstoši Padomes noteiktajiem mērķiem kopējai sabiedrisko mediju auditorijai būtu jāpieaug, nodrošinot, ka nedēļā tiek sasniegti četri no pieciem Latvijas iedzīvotājiem.

Analizējot sasniedzamību konkrētās mērķgrupās, secināms, ka nedēļā izdodas sasniegt 65% jauniešu vecumā no 15 līdz 24 gadiem. Rādītājs gada laikā samazinājies strauji – par 8 procentpunktiem, norādot uz nepieciešamību vairāk pievērsties tieši šīs mērķauditorijas uzrunāšanai, piedāvājot pielāgotu saturu platformās, kuras tā lieto. Kopumā sabiedriskajiem medijiem izdodas sasniegt trīs no pieciem mazākumtautību pārstāvjiem jeb 60%. Pētījumā secināts, ka 22% jeb aptuveni 170 tūkstošus cilvēku izdodas sasniegt ar saturu, kas nav valsts valodā, turklāt pamatā šī mērķauditorija tiek sasniegta digitālajā vidē. Dati jāņem vērā, veidojot konceptuāli jauno piedāvājumu konkrētās mērķauditorijas uzrunāšanai un programmu un pakalpojumu piedāvājuma izmaiņām.

Reģionālā griezumā augstākā sasniedzamība sabiedriskajiem medijiem ir Vidzemē – 82%, Zemgalē – 80% un Kurzemē – 77%, kā arī Pierīgā – 75%. Savukārt vismazāk iedzīvotājs izdodas sasniegt Latgalē – 70% un Rīgā tikai 66%, kas lielā mērā sasaucas ar visaptverošā sabiedriskā labuma izvērtējuma secinājumu, ka sabiedriskie mediji nepietiekami uzrunā pilsētniekus un ekonomiski aktīvos iedzīvotājus, kā arī mazākumtautības. No pētījumu datiem secināms, ka visvairāk no komerciāliem un sociālajiem medijiem sabiedriskie mediji atpaliek auditoriju sasniegšanā caur mobilo ierīču un viedtelevīzijas aplikācijām. Viedtelevīziju šobrīd izmanto vairāk nekā puse mājsaimniecību, taču 2024. gada vidū joprojām nav nodrošināts risinājums “*REplay*” aplikācijai šajā platformā, kas būtu steidzami jānodrošina.

Kā galvenos iemeslus, kāpēc nelieto LTV, 2024. gada aptaujā respondenti minēja apsvērums, ka ir maz satura par interesējošām tēmām – 31 %, nav uzticams un neatkarīgs – 26 %, tāpat tika norādīts, ka tiek izmantoti alternatīvi mediji – 30%. Arī LR nelietotāji kā galveno iemeslu minējuši satura trūkumu par viņiem interesējošām tēmām – 25%, norādot, ka maz ir informācijas par piedāvāto – 23% un LR nav uzticams un neatkarīgs – 19%. Savukārt 30% aptaujāto LSM.lv nelieto galvenokārt tāpēc, ka nav informācijas par piedāvājumu, savukārt 21 % atzinis, ka izmanto alternatīvus medijus.

**Ietekme un Uzticēšanās**

2024. gada aptaujas rezultāti liecina, ka nedaudz ir pieaugusi sabiedrības uzticēšanās sabiedriskajiem medijiem un to ietekme. 2023. gadā sabiedriskajiem medijiem kopumā uzticējās 46%  aptaujāto, savukārt 2024. gadā uzticēšanās rādītājs sasniedza 49%, tuvojoties Padomes nospraustajam mērķim, kas paredz, ka sabiedriskajam mēdijam uzticas puse sabiedrības jeb atbilstoši Eiropas Savienības vidējam līmenim. Šajā jautājumā sabiedrībā ir vērojama polarizācija – latviešu vidū tiem uzticas teju 60 %, savukārt mazākumtautību vidū mazāk nekā katrs trešais aptaujātais. Jauniešu vidū uzticēšanās ir 56 %. Latvijas sabiedriskie mediji kopumā ir uzticamākais informācijas avots. Uzticēšanās sabiedriskajiem medijiem ir augstāka nekā komercmedijiem, kuriem kopumā 2024. gadā uzticējās 44%. Krasāka atšķirība ir vērojama, analizējot ziņu saturu – 2024. gadā. Sabiedrisko mediju ziņām uzticējās 52%, kamēr komerciālo mediju ziņām vairs tikai 34%. 53% atzinuši, ka sabiedriskajiem medijiem ir svarīga loma Latvijas valsts attīstībā, 58 % to apgalvo par LTV, 54 % par LR, 46 % par LSM.lv. Sabiedriskā labuma caurviju rādītāja “Ietekme” 2024.gada kopējais vērtējums nedaudz pieaudzis no 44% līdz 45%.

**Kvalitāte**

2023. gadā pirmoreiz aptaujā tika uzdots jautājums, vai sabiedriskais medijs piedāvā kvalitatīvu saturu, un tam piekrīt 45 % aptaujāto, attiecīgi 40 % LTV satura lietotāju un 48 % LR un LSM.lv lietotāju. 2024. gadā šie rādītāji ir būtiski uzlabojušies visām platformām, sasniedzot nosprausto mērķi, ka atzinīgi par satura kvalitāti izsakās vairāk nekā puse Latvijas iedzīvotāju – kopējais vērtējums – 52%, savukārt platformu griezumā – LTV 50%, LR 54% un LSM.lv 53%. Uzlabojoties kopējai finansiālai situācijai, investējot darbinieku profesionālās kvalifikācijas celšanā un jaunā saturā, ieviešot sabiedriskā labuma visaptverošā izvērtējuma rekomendācijas, dažādiem kvalitātes rādītājam būtu jāturpina pieaugt. Arī sabiedriskā labuma mērķa “Kvalitāte” 2024. gada kopējais vērtējums aptaujā būtiski audzis – no 44% līdz 53%. Kopumā no tiem, kurus saturs interesē, to atzinīgi novērtēja 64 %, bet kam neinteresē, tikai 40 % aptaujāto. 55 % atzina, ka sabiedriskais medijs piedāvā vērtīgu un saistošu saturu par politikas un ekonomikas ziņām, 57 % vērtīgu un saistošu saturu par kultūru, bet 53 % saistošu saturu par dzīvesstilu, ģimeni un mājsaimniecību.

**Demokrātija un Sabiedrība**

2024. gada aptaujā ir būtiski kritušies sabiedriskā labuma mērķu “Demokrātija” un “Sabiedrība” vērtējums. Attiecīgi no 51% līdz 44% un no 57% uz 48%, būtiski atpaliekot no Padomes noteiktajām mērķa vērtībām gan LTV, gan LR, gan LSM.lv. 44 % atzīst, ka saturs motivē viņus kritiski domāt un spriest par apkārt notiekošo, kas ir būtisks kritums, salīdzinot ar aptauju pirms gada, kad tā domāja 54% respondentu. Nedaudz – no 45% uz 42% samazinājies vērtējums par to, vai sabiedriskais medijs atspoguļo jaunumus objektīvi un neitrāli, nepaužot personisko attieksmi. Tāpat no 57% un 50% samazinājies vērtējums, vai sabiedriskais medijs stiprina piederības sajūtu Latvijai. Samazinājies vērtējums viedokļu daudzveidībai. Uz jautājumu, vai sabiedriskā medija ziņu un aktuālās informācijas raidījumos tiek atainoti dažādi viedokļi un arī tādi, kuri atšķiras no mana, pozitīvi izteikušies 54% jeb par 6 procentpunktiem mazāk nekā pirms gada. Līdzīgs kritums – no 47% uz 43% novērojams atbildēs par to, vai sabiedriskā medija veidotie ziņu un aktuālās informācijas raidījumi pārstāv visas sabiedrības intereses.Padome sagaida no sabiedriskajiem medijiem padziļinātu analīzi, lai saprastu skaidrojumu, jo noteiktie mērķi nav izpildīti.

**Radošums un Zināšanas**

Arī sabiedriskā labuma mērķi “Radošums” 2024.gadā nav izdevies sasniegt – kritums no 45% līdz 38%. Tikai 24 % no sabiedrisko mediju lietotājiem piekrīt, ka saturs iedvesmojis viņus uzdrīkstēties darīt, būt uzņēmīgiem. Gada laikā kritums par 6 procentpunktiem. Realizējot sabiedrisko pasūtījumu, Padomes ieskatā sabiedriskajiem medijiem būtu jāanalizē piemērotākie formāti, kā veicināt dažādas radošuma izpausmes sabiedrībā.

Savukārt analizējot, kā sabiedriskie mediji veicina zināšanas, ar lielāko atzinību satura lietotāji novērtē iegūtās jaunās un noderīgās zināšanas par dabu, vidi un klimata jautājumiem. To atzinuši 68 % satura lietotāju. 60 % atzīst, ka šādas zināšanas viņiem tiek sniegtas par zinātni, zinātnes atklājumiem Latvijā un pasaulē, bet 58 % par vēsturi. Zemāk novērtētas saņemtās zināšanas par mūžizglītību, tās nozīmi un praktiskajām iespējam mācīties – 44 %, kā arī uzņēmējdarbību – 47 %. Kopumā sabiedriskā labuma mērķis “zināšanas” 2023. gada uzskatāms par izpildītu.

**Atdeve**

2024. gada aptaujā mērīta atdeve, ņemot vērā, ka vairāk nekā 98% no sabiedrisko mediju budžeta veido valsts budžeta dotācija. Atbildot uz jautājumu, “Valsts ieguldījums sabiedriskajos medijos (Latvijas Televīzija, Latvijas Radio, interneta portāls LSM) mēnesī veido 2.04 EUR uz katru Latvijas pilngadīgo iedzīvotāju. Kā Jums šķiet, kāds ir par šo naudu radītais saturs?” 16% atzina, ka nodrošinātais saturs ir labāks nekā nauda, ko tam sabiedrība velta. 43% uzskata, ka nodrošinātais saturs ir atbilstošs naudai, ko sabiedrība par to tērē, savukārt 41% uzskata, ka par šādu naudu varētu nodrošināt labāku saturu.

**Sasniedzamie rādītāji trīs gadu periodā**

Ņemot vērā iedzīvotāju aptaujas rezultātā noteiktās sabiedriskā labuma indikatoru vērtības, Padome Latvijas Sabiedriskajam medijam, Latvijas Radio, Latvijas Televīzijai un portālam LSM.lv nosaka sekojošas sabiedriskā labuma mērķu vērtības, kas sasniedzamas triju gadu periodā līdz 2025. gadam. Mērķa vērtības noteiktas, ņemot vērā statistiskās kļūdas robežas, par atskaites punktu ņemot 2023. gadā veiktā pētījuma datus un izvērtējot katra medija specifisko situāciju.

Sabiedriskā labuma mērķiem, sabiedrība, demokrātija, kultūra, zināšanas un radošums tiek noteikti sekojoši rādītāji periodā līdz 2025. gadam (ieskaitot):

**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, pārstāvot iedzīvotāju daudzveidību, veidojot izpratni starp dažādām sabiedrības grupām un meklējot kopīgo.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Gads | Kopā | LTV | LR | LSM |
| bāzes vērtība[[4]](#footnote-4) | 57 % | 56 % | 58 % | 58 % |
| 2023 (mērķis) | 57 %-60 % | 56 %-59 % | 58 %-61 % | 58 %-61 % |
| 2024 (mērķis) | 57 %-60 % | 56 %-59 % | 58 %-61 % | 58 %-61 % |
| 2025 (mērķis) | 60 % | 59 % | 61 % | 61 % |

**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, vairot izpratni par mediju lomu demokrātijā.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Gads | Kopā | LTV | LR | LSM |
| bāzes vērtība | 51 % | 50 % | 53 % | 52 % |
| 2023 (mērķis) | 51 %-55 % | 50 %-55% | 53 %-56 % | 52 %-55 % |
| 2024 (mērķis) | 51 %-55 % | 50 %-55 % | 53 %-56 % | 52 %-55 % |
| 2025 (mērķis) | 55 % | 55 % | 56 % | 55 % |

**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 šodienā.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Gads | Kopā | LTV | LR | LSM |
| bāzes vērtība | 43 % | 46 % | 44 % | 38 % |
| 2023 (mērķis) | 43 %-47 %  | 46 %-49 % | 44 %-47 % | 38 %-43 % |
| 2024 (mērķis) | 43 %-47 % | 46 %-49 % | 44 %-47 % | 38 %-43 % |
| 2025 (mērķis) | 47 % | 49 % | 47 % | 43 % |

**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 citām tēmām, kas ļautu iedzīvotājiem uzlabot savu ikdienas dzīves kvalitāti.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Gads | Kopā | LTV | LR | LSM |
| bāzes vērtība | 40 % | 39 % | 42 % | 35 % |
| 2023 (mērķis) | 40 %-45 % | 39 %-45% | 42 %-45 % | 35 %-40 % |
| 2024 (mērķis) | 40 %-45 % | 39 %-45 % | 42 %-45 % | 35 %-40 % |
| 2025 (mērķis) | 45 % | 45% | 45 % | 40% |

**Radošums**

Misija: sabiedriskie mediji atbalsta un veicina iedzīvotāju pašizpausmi, 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 |
| bāzes vērtība | 45 % | 46 % | 45 % | 41% |
| 2023 (mērķis) | 45 %-49 % | 46 %-49 % | 45 %-49 % | 41 %-46 % |
| 2024 (mērķis) | 45 %-49 % | 46 %-49 % | 45 %-49 % | 41 %-46 % |
| 2025 (mērķis) | 49 % | 49 % | 49 % | 46 % |

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

**Sasniedzamība**

|  |
| --- |
| **Sasniedzamība (lieto vismaz reizi nedēļā)** |
| Gads |  Mērķgrupa | Kopā | LTV | LR | LSM |
| bāzes vērtība  | Kopā | 76% | 63 % | 42 % | 43 % |
|  | Jaunieši (15-24) | 73% | 58 % | 43 % | 47 % |
|  | Mazākumtautības | 64% | 41 % | 31 % | 45 % |
| 2023 (mērķis)  | Kopā[[5]](#footnote-5) | NA | (63 %-65%) | (49-50%) | (51-53%) |
|  | Jaunieši (15-24) | NA | 52%-58% | 51-54%  | 47-52% |
|  | Mazākumtautības | NA | 35%-40% | 31-36% | 45-50% |
| 2024 (mērķis) | Kopā | 76 % | 63 % | 42 % | 48 % |
|  | Jaunieši (15-24) | 73 % | 52%-58%  | 43%-45% | 47%-52% |
|  | Mazākumtautības | 62%  | 35%-40% | 31%-36% | 45%-50% |
| 2025 (mērķis) | Kopā | 79 % | 63 % | 42 % | 52 % |
|  | Jaunieši (15-24) | 74% | 58 % | 45 % | 52 % |
|  | Mazākumtautības | 64 % | 40 % | 36 % | 50 % |

**Kvalitāte**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Gads | Kopā | LTV | LR | LSM |
| bāzes vērtība | 44 % | 44 % | 41 % | 46 % |
| 2023 (mērkis) | 44 %-51 % | 44 %-51 % | 41 %-50 % | 46 %-51 % |
| 2024 (mērķis) | 49 %- 55 % | 52 % - 58 % | 47 % - 53% | 48% - 54 % |
| 2025 (mērķis) | 55% | 58 % | 53% | 54 % |

**Ietekme**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Gads | Kopā | LTV | LR | LSM |
| bāzes vērtība | 44 % | 45 % | 47 % | 39 % |
| 2023 (mērķis) | 44 %-50 % | 45 %-50% | 47 %-50 % | 39 %-46 % |
| 2024 (mērķis) | 44 %-50 % | 45 %-50 % | 47 %-50 % | 39 %-46 % |
| 2025 (mērķis) | 50 % | 50 % | 50 % | 46 % |

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 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.

Šos rādītājus un mērķa vērtības Padome var katru gadu pārskatīt, ņemot vērā iedzīvotāju aptaujas datu padziļinātu analīzi un iekšējo un ārējo faktoru ietekmi uz sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu darbu.

|  |
| --- |
| **[Satura veidotājs] piedāvā kvalitatīvu saturu** |
| Gads | Kopā | LTV | LR | LSM |
| bāzes vērtība | 45 % | 40 % | 48 % | 48 % |
| 2023 (mērķis) | 45 %-50 % | 40 %-48 % | 48 %-52 % | 48 %-52 % |
| 2024 (mērķis) | 45 %-50 % | 40 %-48 % | 48 %-52 % | 48 %-52 % |
| 2025 (mērķis) | 50 % | 48 % | 52 % | 52 % |

|  |
| --- |
| **Cik lielā mērā jūs uzticaties [satura veidotājam]?** |
| Gads |  Mērķgrupa | Kopā | LTV | LR | LSM |
| 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 % |
| 2024 (mērķis) | Kopā | 48%-52 % | 45 %-49 % | 50 %-53 % | 44 %-49 % |
|  | Jaunieši (15-24) | 56% -60 % | 56 %-58% | 53 %-56 % | 59 %-60 % |
|  | Mazākumtautības | 29%-32% | 23 %-28 % | 24 %-30 % | 32 %-36 % |
| 2025 (mērķis) | Kopā | 52 % | 49 % | 53 % | 49 % |
|  | Jaunieši (15-24) | 60 % | 58 % | 56 % | 59 % |
|  | Mazākumtautības | 32 % | 28 % | 30 % | 36 % |

|  |
| --- |
| **[Satura veidotājam] ir svarīga loma Latvijas valsts attīstībā** |
| Gads | Kopā | LTV | LR | LSM |
| bāzes vērtība | 49 % | 53 % | 52 % | 40 % |
| 2023 (mērķis) | 49 %-53 % | 53%-54 % | 52%-56 % | 40 %-45 % |
| 2024 (mērķis) | 49 %-53 % | 53%-54 % | 52%-56 % | 40 %-45 % |
| 2025 (mērķis) | 53 % | 54 % | 56 % | 45 % |

|  |
| --- |
| **[Satura veidotājs] ziņu un aktuālās informācijas raidījumos pārstāv visas sabiedrības intereses** |
| Gads | Kopā | LTV | LR | LSM |
| bāzes vērtība | 47 % | 44 % | 51 % | 49 % |
| 2023 (mērķis) | 47 %-51 % | 44 %-48 % | 51 % | 49 %-51 % |
| 2024 (mērķis) | 47 %-51 % | 44 %-48 % | 51 % | 49 %-51 % |
| 2025 (mērķis) | 51 % | 48 % | 51 % | 51 % |

|  |
| --- |
| **[Satura veidotājs] ziņu un aktuālās informācijas raidījumos ataino dažādus viedokļus, arī tos, kuri atšķiras no mana** |
| Gads | Kopā | LTV | LR | LSM |
| bāzes vērtība  | 60 % | 59 % | 61 % | 59 % |
| 2023 (mērķis) | 60 %-63 % | 59 %-63 % | 61 %-63 % | 59 %-63 % |
| 2024 (mērķis) | 60 %-63 % | 59 %-63 % | 61 %-63 % | 59 %-63% |
| 2025 (mērķis) | 63 % | 63 % | 63 % | 63 % |

|  |
| --- |
| **[Satura veidotājs] stiprina manu piederības sajūtu Latvijai** |
| Gads | Kopā | LTV | LR | LSM |
| bāzes vērtība  | 57 % | 57 % | 61 % | 50 % |
| 2023 (mērķis) |  57 %-60 % | 57 %-60 % | 61 % | 50 %-54 % |
| 2024 (mērķis) |  57 %-60 % | 57 %-60 % | 61 % | 50 %-54 % |
| 2025 (mērķis) |  60 % | 60 % | 61 % | 54 % |

|  |
| --- |
| **[Satura veidotājs] piedāvā man vērtīgu un saistošu saturu par kultūru** |
| Gads | Kopā | LTV | LR | LSM |
| bāzes vērtība | 46 % | 47 % | 42 % | 49 % |
| 2023 (mērķis) |  46 %-50 % | 47 %-51 % | 42 %-48 % | 49 %-52 % |
| 2024 |  46 %-50 % | 47 %-51 % | 42 %-48 % | 49 %-52 % |
| 2025 |  50 % | 51 % | 48 % | 52 % |

|  |
| --- |
| **[Satura veidotājs] atspoguļo jaunumus objektīvi un neitrāli, nepaužot personisko attieksmi** |
| Gads | Kopā | LTV | LR | LSM |
| bāzes vērtība | 45 % | 43 % | 46 % | 49 % |
| 2023 (mērķis) | 45 %-50 % | 43 %-48 % | 46 %-50 % | 49 %-52 % |
| 2024 (mērķis) | 45 %-50 % | 43 %-48 % | 46 %-50 % | 49 %-52 % |
| 2025 (mērķis) | 50 % | 48 % | 50 % | 52 % |

|  |
| --- |
| **[Satura veidotājs] motivē kritiski domāt un spriest par man apkārt notiekošo** |
| Gads | Kopā | LTV | LR | LSM |
| bāzes vērtība | 54 % | 50 % | 59 % | 54 % |
| 2023 (mērķis) | 54 %-58 % | 50 %-54 % | 59 % | 54 %-57 % |
| 2024 (mērķis) | 54 %-58 % | 50 %-54 % | 59% | 54 %-57 % |
| 2025 (mērķis) | 58 % | 54 % | 59 % | 57 % |

|  |
| --- |
| **[Satura veidotājs] iedvesmo mani uzdrīkstēties darīt, būt uzņēmīgam[[6]](#footnote-6)** |
| Gads | Kopā | LTV | LR | LSM |
| bāzes vērtība  | 30 % | 29 % | 32 % | 29 % |
| 2023 (mērķis) |  n/a | n/a | n/a | n/a |
| 2024 (mērķis) | 30 %-36 % | 29 %-35 % | 32 %-36 % | 29 %-34 % |
| 2025 (mērķis) | 36 % | 35 % | 36 % | 34 % |

|  |
| --- |
| **[Satura veidotājs] sniedz jaunas un noderīgas zināšanas par uzņēmējdarbību[[7]](#footnote-7)** |
| Gads | Kopā | LTV | LR | LSM |
| bāzes vērtība | 47 % | 46 % | 48 % | 48 % |
| 2023 (mērķis) | n/a | n/a | n/a | n/a |
| 2024 (mērķis) | 47 %-50 % | 46 %-50 % | 48 %-51% | 48 %-51 % |
| 2025 (mērķis) | 50 % | 50 % | 51 % | 51 % |

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 |
| bāzes vērtība  |  |  |  |  |
| 202.. (fakts)\* |  |  |  |  |
| 202.. (mērķis) |  |  |  |  |

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

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Gads | Kopā/mērķgrupa | LTV | LR | LSM |
| bāzes vērtība  |  |  |  |  |
| 202.. (fakts)\* |  |  |  |  |
| 202.. (mērķis) |  |  |  |  |
| 202.. (fakts)[[8]](#footnote-8) |  |  |  |  |
| Secinājumi par izpildi. |  |

\*norāda ikgadējo aptauju faktu vadlīniju darbības periodā.

**Sabiedriskā labuma visaptverošs izvērtējums**

2023. gadā tika veikts Visaptverošs sabiedrisko mediju sabiedriskā labuma izvērtējums par laika periodu 2020.-2022. (turpmāk – Izvērtējums) saskaņā ar Padomes apstiprināto Latvijas sabiedrisko mediju sabiedriskā labuma izvērtēšanas metodoloģiju. Izvērtējuma rezultātā iegūts visaptverošs novērtējums sabiedriskā labuma kategorijām – Sabiedrība, Demokrātija, Kultūra, Zināšanas, Radošums, Sadarbība – un caurviju rādītājiem – Kvalitāte, Sasniedzamība, Ietekme, Ieguldīto līdzekļu atdeve – katram sabiedriskajam medijam (Latvijas Televīzijai, Latvijas Radio un LSM.lv) un izstrādāti ieteikumi sabiedrisko mediju sabiedriskā pasūtījuma/labuma pilnveidošanai nākotnē.

No izvērtējuma izriet sekojoši secinājumi un ieteikumi:

**Sasniedzamība**

-Ņemot vērā, ka digitālajā vidē atšķirībā no lineārās apraides vērojama izaugsme sasniegtās auditorijas apjomā, ieteicams aktīvāk investēt digitālā satura attīstībā;

-Tas arī ļautu labāk uzrunāt auditorijas grupas, kuras ar grūtībām sasniedz sabiedriskie mediji lineārajā apraidē – jauniešus un pilsētniekus;

-Nodrošināt auditorijas segmentāciju, skaidri definējot dažādā satura mērķauditoriju, atsakoties no pašreiz dominējošās “visiem par visu” pieejas;

-Veidot saturu vidusslānim, kas ir pilsoniski un ekonomiski aktīvs, zinātkārs un ar augstu pratības līmeni – tai skaitā uzņēmējiem un ar pašiniciatīvu bagātiem Latvijas iedzīvotājiem.

**Sabiedrība**

-Nodrošināt sabiedrisko mediju saturā atbilstošu īpatsvaru politiskās pozīcijas un opozīcijas balsīm un dažādām sabiedrības grupām;

-Nodrošināt mazākumtautību pastāvīgu, aktīvu lomu sabiedrisko mediju organizētajās diskusijās ārpus specifiski šīm grupām mērķētajām sabiedrisko mediju platformām LR4 un LSM krievu valodas versijas;

-Palielināt NVO balsu pārstāvniecību sabiedrisko mediju saturā;

-Veicināt diskusiju un sarunāšanās kultūru, izvairoties no konfliktu žurnālistikas, kas izceļ pretēju viedokļu esamību, nevis meklē kopsaucējus un iespējamos risinājumus;

-Mazināt sporādisku un agresīvu iedzīvotāju viedokļu reprezentāciju saturā, tā vietā auditoriju iesaistot jēgpilni un konstruktīvi.

**Demokrātija**

-Ziņu un *current affairs* saturā mazināt reportējošā, aprakstošā stila žurnālistikas un viedokļu žurnālistiku, kad žurnālisti vien savāc viedokļus, bet neveic temata izpēti,  īpatsvaru;

-Attīstīt analītisko žurnālistiku, kuras uzdevums ir skaidrot, kontekstualizēt, interpretēt dažādos ziņu tematus, īpaši ekonomikā, un šādi palīdzēt auditorijai izprast tos, radīt interesi par tiem;

-Attīstīt žurnālistu tematisko specializāciju. Stiprināt žurnālistu kompetenci īpaši ekonomikas jautājumu izpratnē, kā arī datu analīzē, interpretācijā;

-Samazināt atkarību no ārējās ekspertīzes, tā vietā stiprinot pašu žurnālistu analītisko kapacitāti;

-Pārliecināties par pieaicinātā eksperta kompetences atbilstību raidījuma tematam, norādīt precīzu eksperta atribūciju, novērst tādu ekspertu iesaisti, kuriem ir iespējama interešu konflikta pazīmes.

**Ietekme**

-Samazināt atkarību no valsts pārvaldes, politiskās elites diktētās dienaskārtības;

-Definēt oriģinālu, proaktīvu, konsekventu, ilgtermiņa, un dažādās sabiedrisko mediju struktūras un platformas aptverošu dienaskārtību (redakcionālās prioritātes, vērtības);

-Vairāk darboties konstruktīvajā žurnālistikā, kas piedāvā risinājumus, sekmē auditorijas rīcībspēju, līdzdalību, atbildību;

-Paaugstināt uzticēšanos sabiedriskajiem medijiem, īstenojot caurspīdīgu redakcionālo politiku, regulāri informējot un atgādinot pie publikācijām par redakcionālo izvēļu un ikdienas žurnālistikas prakšu principiem un vadlīnijām, tai skaitā konkrētu tematu atspoguļošanā, kā arī par faktu pārbaudes un kļūdu labošanas procedūrām, informējot par ilgtermiņa darbībām, kas vērstas uz kļūdu risku mazināšanu, uz kurām ir norādījušas sabiedrisko mediju darbu (paš)regulējošās institūcijas savos atzinumos.

**Kultūra**

-Kultūras saturā samazināt atkarību no kultūras organizāciju mārketinga aktivitātēm un attīstīt analītisko žurnālistiku, mazinot afišveidīga un komplimentāra satura veidošanu;

-Aktīvāk darboties kritikas žanrā, izmantot autoržurnālistikas pieeju, diskusijas formātu;

-Nodalīt izklaidi no kultūras, jo līdzšinējie mēģinājumi sintezēt šos žanrus nav bijuši sekmīgi;

-Stiprināt kultūras satura piedāvājumu mazākumtautību auditorijām.

**Radošums un Zināšanas**

-Piedāvāt vairāk tādu saturu, kas nodrošina zināšanas par dažādām dzīves jomām, tostarp palielināt izglītojošo un zinātnes raidījumu īpatsvaru LTV un LR piedāvājumā;

-Informācijas skaidrošanā atteikties no “no augšas uz leju” modeļa un stereotipiskā “vienkāršā cilvēka” tēla. Tā vietā veidot cieņpilnu un jēgpilnu sarunu ar dažādajām sabiedrisko mediju mērķgrupām atbilstoši to zināšanu un pratības līmenim;

-Kritiski izvērtēt starpvalstu salīdzinājumu atbilstību problēmu analīzei un tās pienesumu konstruktīvu risinājumu identificēšanā;

-Attīstīt jaunus un daudzveidīgus raidījumu formātus, ieguldot līdzekļus formātu un satura izpētes un attīstības darbnīcās un pilotraidījumu veidošanā.

**Metodoloģija**

-Proaktīvi uzkrāt visaptverošā sabiedriskā labuma izvērtējuma vajadzībām nepieciešamos datus par sabiedrisko mediju sniegumu sociālajos medijos un podkāstu straumēšanas platformās;

-Pilnveidot satura uzskaites sistēmas metodoloģiju;

-Veikt izvērtējumu par to, vai sabiedrisko mediju aktivitātes, kas īstenotas reaģējot uz auditorijas sūdzībām, ir uzlabojušas sabiedrisko mediju snieguma kvalitāti;

-Turpināt regulāri ievākt reprezentatīvus iedzīvotāju aptauju datus par sabiedrisko mediju sabiedrisko labumu; (Attiecas uz Padomes kompetenci).

-Visaptverošu sabiedrisko mediju izvērtējumu veikt katru gadu tematiski fokusētu, pievēršoties vienam no tematiskajiem virzieniem (Sabiedrība & Demokrātija; Kultūra; Zināšanas & Radošums), par ko attiecīgajā gadā arī īstenot ekspertu fokusgrupas, satura pētījumus un izstrādājot attiecīgajām redakcijām rekomendācijas, tām nosakot divu gadu ieviešanas termiņu. (Attiecas uz Padomes kompetenci).

**V 2025. gada prioritātes un uzdevumi plāna sagatavošanai un jaunas auditorijas sasniegšanai**

Ievērojot augstākminētajās vadlīniju sadaļās definētos stratēģiskos mērķus un uzdevumus, sabiedriskā labuma izvērtējumu, mērķus un uzdevumus, sabiedriskā pasūtījuma konceptuālo un tiesisko pamatu, kā arī Padomes veikto situācijas raksturojumu, ārējo un iekšējo faktoru analīzi, Padome Latvijas Sabiedriskajam medijam nosaka sekojošas prioritātes un uzdevumus jaunas auditorijas sasniegšanai un sabiedriskā pasūtījuma plāna sagatavošanai 2025. gadam.

Vadlīniju atjaunošanas un uzdevumu noteikšanas 2025. gadam laikā joprojām noris Krievijas bruņota un neprovocēta agresija 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.

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.

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.

**2.1. Prioritātes**

Latvijas Sabiedriskajam medijam 2025. gadā tiek noteiktas sekojošas prioritātes stratēģisko rīcības virzienu īstenošanai. Sabiedriskā pasūtījuma plānā atbilstoši paraugam katram pasākumam jānorāda izpildes plāns:

|  |
| --- |
| **1. rīcības virziens: Latvijas Sabiedriskais medijs ir auditorijas pirmā izvēle** |
| **Nr.** | **Pasākums** | **Darbības rezultāts** | **Rezultatīvais rādītājs** | **Plāns un izpilde** |
| 1.1. | Daudzveidīga satura kopuma radīšana saskaņā ar sabiedriskā labuma mērķiem. | Sabiedriskā labuma mērķu plāna izpilde. | 80-100% |   |
| 1.2. | Nacionālās kultūras procesa veicināšana, kultūras mantojuma saglabāšana un popularizēšana. | Jaunas filmas, seriāli, kvalitatīvas izklaides formāti televīzijas programmās. | 2 nacionālo seriālu izveide projektu uzsākšana, 1 jauns kvalitatīvas izklaides satura projekts televīzijas un digitālajās platformās. |   |
| Audiodrāmas projekta īstenošana radio programmās. | 1 |   |
| 1.3. | Palielināts Latvijas neatkarīgo producentu radīta satura īpatsvars televīzijas programmās atbilstoši likumā noteiktajam. | Latvijas neatkarīgo producentu satura budžeta īpatsvars no televīzijas oriģinālsatura (lineārais un digitālais) budžeta īpatsvara. | Par 1 procentpunktu vairāk nekā 2024.gadā. |  |

|  |
| --- |
| **2. rīcības virziens: Latvijas Sabiedriskais medijs ir uzticamākais medijs Latvijā** |
| **Nr.** | **Pasākums** | **Darbības rezultāts** | **Rezultatīvais rādītājs** | **Plāns un izpilde** |
| 2.1. | Jauna pieeja reģionālās daudzveidības atspoguļošanai un klātbūtnes reģionos stiprināšanai. | Vienotas reģionālās studijas Latgalē izveide. | 1 |   |
| 2.2. | Ziņu, analītiskā un pētnieciskās žurnālistikas satura kvalitātes stiprināšana. | Pieaugošs respondentu skaits, kas sabiedriskā labuma ikgadējā aptaujā novērtē, ka sabiedriskais medijs motivē kritiski domāt un spriest par man apkārt notiekošo.  | 58% |   |
| 2.3. | Satura mazākumtautībām nodrošināšana, izmantojot apvienotā medija dažādas platformas. | Mazākumtautību valodu skaits dažādās platformās. | 11 |   |

|  |
| --- |
| **3. rīcības virziens: LSM.lv ir sabiedriskā medija galvenā digitālā platforma** |
| **Nr.** | **Pasākums** | **Darbības rezultāts** | **Rezultatīvais rādītājs** | **Plāns un izpilde** |
| 3.1. | LSM.lv kā centrālās un drošākās platformas attīstība. | Izstrādāts un daļēji īstenots lietotājiem draudzīgas, drošas, cilvēkiem ar īpašām vajadzībām pieejamas LSM.lv izveides projekts. | 1 |  |
| LSM.lv multimediālas studijas izveide. | 1 |  |
| LSM.lv vienotās satura un tehniskās platformas arhitektūras izveide. | 1 |  |
| Centralizēts vienotā medija sociālo tīklu pārvaldības risinājums. | 1 |  |
| 3.2. | Pakalpojumu pēc pieprasījuma attīstība, nodrošinot pieejamību dažādās platformas. | Vienotā medija multimediālā atskaņotāja (REplay) kopējais auditorijas pieaugums pret 2024. gadu. (*Gemius* dati) | 7% |  |
|  |  | (RePlay) mobilo telefonu un viedtelevīzijas (*smart tv*) aplikāciju izveide   | 2 |  |
| 3.3. | Palielināts digitālā satura budžets. | % no kopējā satura budžeta. | Par 1 procentpunktu vairāk nekā 2024.gadā. |   |

|  |
| --- |
| **4. rīcības virziens: Sasniegta plašāka bērnu, pusaudžu un jauniešu auditorija** |
| **Nr.** | **Pasākums** | **Darbības rezultāts** | **Rezultatīvais rādītājs** | **Plāns un izpilde** |
| 4.1. | Plašākas bērnu auditorijas sasniegšana ar mērķētu saturu digitālajā vidē. | LSM.lv multimediālās platformas “Bērnistaba” nedēļas auditorija (“Gemius” dati, lietotāji). | 7200 |  |
| 4.2. | Plašākas jauniešu auditorijas sasniegšana ar mērķētu saturu atbilstošās platformās. | Izstrādāts rīcības plāns Latvijas Sabiedriskā medija jauniešu digitālā satura konsolidācijai (t.sk. strukturāli un funkcionāli). | 1 |  |
| 4.3. | Demokrātijas, informatīvās telpas un sabiedriskā medija stiprināšana ilgtermiņā. | Izstrādāta vienota jauno talantu attīstības sistēma, veicinot jauniešu interesi nākotnē strādāt žurnālistikā / sabiedriskā medija satura veidošanā. | 1 |  |

|  |
| --- |
| **5. rīcības virziens: Latvijas Sabiedriskais medijs nodrošina izcilas kvalitātes saturu** |
| **Nr.** | **Pasākums** | **Darbības rezultāts** | **Rezultatīvais rādītājs** | **Plāns un izpilde** |
| 5.1. | Žurnālistikas izcilības nodrošināšana. | Darbinieku apmācības un profesionālās izaugsmes nodrošināšana. | 0,4% no kopējām finansiālā atalgojuma izmaksām. |  |
| 5.2. | Augstas kvalitātes standartu nodrošināšana satura kvalitātes vadības sistēmas īstenošanā. | Ārējā un iekšējā satura izvērtējuma vienību skaits. | 40 raidījumi vai projekti |  |
| 5.3. | Pētniecība un attīstība (R&D) programmu un pakalpojumu jomā. | Izveidots inovatīvu formātu attīstīšanas mehānisms. | 1 |  |

|  |
| --- |
| **6. rīcības virziens: Latvijas Sabiedriskais medijs ir mūsdienīgs un inovatīvs** |
| **Nr.** | **Pasākums** | **Darbības rezultāts** | **Rezultatīvais rādītājs** | **Plāns un izpilde** |
| 6.1. | Darbības nepārtrauktības nodrošināšana. | Vienotā medija konsolidēta darbības nepārtrauktības plāna izstrāde. | 1 |  |
| Pieņemtas ekspluatācijā pārvietojamās televīzijas stacijas (PTS) un sagatavota mobilā radio translāciju studijas iegāde.  | 3 |  |
| Biroja kritisko IT sistēmu virtualizācijas risinājums. | 1 |  |
| Pastāvīgs programmu izlaides *(play out*) mākoņservisu risinājums. | 1 |  |
| Satura vadības sistēmas (MAM) 2.kārtas realizācija (integrācija ar arhīvu un montāžas IKT sistēmām, LR integrācija, lietotāju licences). | 1 |  |
| Darbības nepārtrauktības plāna pārbaude mācībās. | 1 |  |
| Ieviesta elektrības rezervācijas sistēma. | 1 |  |
| 6.2. | Modernu un inovatīvu tehnoloģisko risinājumu ieviešana. | Vienotā medija tehnoloģiju un IT sistēmu arhitektūra. | 1 |  |
| Vienotās LSM biroja komunikāciju sistēmas izveide | 2 |  |
| Televīzijas un radio studiju modernizācija un automatizācija. | 2 |  |
| Valodu tulkošanas automatizētas sistēmas ieviešana. | 1 |  |
| Satura vadības sistēmas (MAM) ieviešana ziņu ražošanas procesos. | 1 |  |
| 6.3. | Darbam drošas un labvēlīgas vides nodrošināšana. | Ēku Doma laukumā 8 un Zaķusalas krastmalā 33 modernizācijas plāna īstenošana. | 1 |  |
| Īstenoti ēku Doma laukumā 8 un Zaķusalas krastmalā 33 rekonstrukcijas iespēju izpētes procesi. | 2 |  |

|  |
| --- |
| **7. rīcības virziens: Augstākajiem standartiem atbilstoša korporatīvā pārvaldība** |
| **Nr.** | **Pasākums** | **Darbības rezultāts** | **Rezultatīvais rādītājs** | **Plāns un izpilde** |
| 7.1. | Īstenots SEPLPL noteiktais vispārējais stratēģiskais sabiedriskā medija mērķis un sabiedriskais pasūtījums. | Izstrādāta uzņēmuma vidēja termiņa darbības stratēģija 2026.-2029. gadam un ar to saistīto dokumentu kopums. | 1 |  |
| 7.2. | Uzlabota darbinieku atalgojuma konkurētspēja. | Vienotas atalgojuma politikas un sistēmas izveide. | 1 |  |
| Samazināta darba algu atpalicība no tirgus mediānas. | Salīdzinot ar iepriekšējo gadu, samazinājies darbinieku skaita īpatsvars, kuru atalgojums atpaliek no tirgus mediānas par vairāk nekā 10%. |  |
| 7.3. | Efektīva risku pārvaldība un iekšējās kontroles sistēma. | Ieviestas iekšējā audita funkcijas. | 1 |  |
| 7.4. | Pārmaiņu vadība, nodrošinot apvienotā uzņēmuma strukturālās pārmaiņas. | Izveidota vienotā uzņēmuma struktūra. | 1 |  |
| Izstrādāta vienotā uzņēmuma zīmolu stratēģija. | 1 |  |
| Noslēgts koplīgums jaunā redakcijā. | 1 |  |

**Uzdevumi**

Latvijas Sabiedriskajam medijam 2025. gadā atbilstoši sabiedriskā labuma mērķiem tiek noteikti sekojoši uzdevumi sabiedriskā pasūtījuma gada plāna izpildē. Sabiedriskā pasūtījuma plānā atbilstoši paraugam katram uzdevumam jānorāda izpildes plāns:

**1. Sabiedrība**

1.1. Nodrošināt valstiski nozīmīgu un starptautiskas nozīmes notikumu atspoguļošanu~~,~~ tajā skaitā atbilstoši normatīvajiem aktiem.

1.2. 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.

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

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

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

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

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

**2. Demokrātija**

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

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 medijpratības kā auditorijas izpratnes veicināšanu par mediju, tajā skaitā sabiedrisko mediju, darbības mērķiem, uzdevumiem un nozīmi demokrātiskā sabiedrībā.

2.5. Nodrošināt līdzsvarotu un politisko viedokļu daudzveidību aptverošu 2025. gada pašvaldību vēlēšanu atspoguļošanu, kā arī priekšvēlēšanu debašu rīkošanu valsts valodā kā Latvijas sabiedrības kopējās saziņas un demokrātiskās līdzdalības valodā. Nodrošināt Priekšvēlēšanu aģitācijas likuma prasību ievērošanu.

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

**3. Kultūra**

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

3.2. Veicināt kultūras pieejamību un radīt klātesamības sajūtu, nodrošinot tiešraides.

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

3.4. Veicināt latviešu valodas, tajā skaitā tās paveidu un dialektu, lietošanu un attīstību.

3.5. Nodrošināt saturu par Latgales un latgaliešu kultūru, valodu, vēsturi un lomu latviešu nācijas un Latvijas identitātes veidošanā, nodrošināt latgaliešu valodas lietojumu, it īpaši Latgales iedzīvotājiem paredzētā vai Latgales aktualitātes atainojošā saturā.

3.6. Nodrošināt saturu par Latvijas pirmiedzīvotājiem – lībiešiem –, to valodu, kultūru, vēsturi, aktuālajām norisēm un nozīmi latviešu nācijas un Latvijas identitātes veidošanā, veicināt lībiešu valodas lietojumu.

3.7. Nodrošināt kultūras notikumu ierakstu veikšanu, īstenojot kultūras mantojuma dokumentētāja un arhivētāja funkciju, un audiovizuālu un audiālu jaundarbu radīšanu, audiovizuālā un audiālā mantojuma pieejamību sabiedrībai. Nodrošināt nacionālā audiovizuālā mantojuma pieejamību sabiedrībai, iepērkot nacionālās filmas, demonstrējot tās savu programmu un pakalpojumu ietvaros. Atbalstīt dokumentālo īsfilmu formāta attīstīšanu Latvijā un svarīgu Latvijas vizuālo liecību saglabāšanu.

**4. Zināšanas**

4.1. Nodrošināt izglītojošu saturu, kas sekmē dzīves kvalitātes uzlabošanos un veicina tiesību pratību, finanšu pratību, izpratni par mūžizglītības lomu.

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

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

**5. Radošums**

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

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

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. Satura radīšanā nodrošināt sadarbību, tajā skaitā kopproducēšanu, ar neatkarīgajiem producentiem, ārštata autoriem, nevalstiskā un privātā sektora organizācijām.

6.2. Nodrošināt sadarbību ar citiem masu informācijas līdzekļiem, tajā skaitā Latvijas reģionālajiem medijiem un diasporas medijiem.

**Sabiedriskā labuma rezultatīvie rādītāji**

Ņemot vērā iedzīvotāju aptaujas rezultātā noteiktās sabiedriskā labuma indikatoru vērtības, Latvijas Sabiedriskajam medijam 2025. gadam noteiktas sekojošas sasniedzamās sabiedriskā labuma mērķu vērtības, kuru izpilde tiks ņemta vērā, vērtējot 2025. gadā noteikto uzdevumu izpildi:

**Sabiedrība**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Gads | Kopā | LTV | LR | LSM |
| bāzes vērtība | 57 % | 56 % | 58 % | 58 % |
| 2025 (mērķis) | 60 % | 59 % | 61 % | 61 % |

**Demokrātija**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Gads | Kopā | LTV | LR | LSM |
| bāzes vērtība | 51 % | 50 % | 53 % | 52 % |
| 2025 (mērķis) | 55 % | 55 % | 56 % | 55 % |

**Kultūra**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Gads | Kopā | LTV | LR | LSM |
| bāzes vērtība | 43 % | 46 % | 44 % | 38 % |
| 2025 (mērķis) | 47 % | 49 % | 47 % | 43 % |

**Zināšanas**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Gads | Kopā | LTV | LR | LSM |
| bāzes vērtība | 40 % | 39 % | 42 % | 35 % |
| 2025 (mērķis) | 45 % | 45% | 45 % | 40% |

**Radošums**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Gads | Kopā | LTV | LR | LSM |
| bāzes vērtība | 45 % | 46 % | 45 % | 41% |
| 2025 (mērķis) | 49 % | 49 % | 49 % | 46 % |

**Sasniedzamība**

|  |
| --- |
| Sasniedzamība (lieto vismaz reizi nedēļā) |
| Gads |  Mērķgrupa | Kopā | LTV | LR | LSM |
| bāzes vērtība  | Kopā | 76% | 63 % | 42 % | 43 % |
|  | Jaunieši (15-24) | 73% | 58 % | 43 % | 47 % |
|  | Mazākumtautības | 64% | 41 % | 31 % | 45 % |
| 2025 (mērķis) | Kopā | 79 % | 63 % | 42 % | 52 % |
|  | Jaunieši (15-24) | 74% | 58 % | 45 % | 52 % |
|  | Mazākumtautības | 64 % | 40 % | 36 % | 50 % |

**Kvalitāte**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Gads | Kopā | LTV | LR | LSM |
| bāzes vērtība | 44 % | 44 % | 41 % | 46 % |
| 2025 (mērķis) | 55% | 58 % | 53% | 54 % |

**Ietekme**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Gads | Kopā | LTV | LR | LSM |
| bāzes vērtība | 44 % | 45 % | 47 % | 39 % |
| 2025 (mērķis) | 50 % | 50 % | 50 % | 46 % |

|  |
| --- |
| **[Satura veidotājs] piedāvā kvalitatīvu saturu** |
| Gads | Kopā | LTV | LR | LSM |
| bāzes vērtība | 45 % | 40 % | 48 % | 48 % |
| 2025 (mērķis) | 50 % | 48 % | 52 % | 52 % |

|  |
| --- |
| **Cik lielā mērā jūs uzticaties [satura veidotājam]?** |
| Gads |  Mērķgrupa | Kopā | LTV | LR | LSM |
| bāzes vērtība  | Kopā | 46 % | 44 % | 50 % | 43 % |
|  | Jaunieši (15-24) | 56 % | 56 % | 53 % | 59 % |
|  | Mazākumtautības | 26 % | 22 % | 24 % | 32 % |
| 2025 (mērķis) | Kopā | 52 % | 49 % | 53 % | 49 % |
|  | Jaunieši (15-24) | 60 % | 58 % | 56 % | 59 % |
|  | Mazākumtautības | 32 % | 28 % | 30 % | 36 % |

|  |
| --- |
| **[Satura veidotājam] ir svarīga loma Latvijas valsts attīstībā** |
| Gads | Kopā | LTV | LR | LSM |
| bāzes vērtība | 49 % | 53 % | 52 % | 40 % |
| 2025 (mērķis) | 53 % | 54 % | 56 % | 45 % |

|  |
| --- |
| **[Satura veidotājs] ziņu un aktuālās informācijas raidījumos pārstāv visas sabiedrības intereses** |
| Gads | Kopā | LTV | LR | LSM |
| bāzes vērtība | 47 % | 44 % | 51 % | 49 % |
| 2025 (mērķis) | 51 % | 48 % | 51 % | 51 % |

|  |
| --- |
| **[Satura veidotājs] ziņu un aktuālās informācijas raidījumos ataino dažādus viedokļus, arī tos, kuri atšķiras no mana** |
| Gads | Kopā | LTV | LR | LSM |
| bāzes vērtība  | 60 % | 59 % | 61 % | 59 % |
| 2025 (mērķis) | 63 % | 63 % | 63 % | 63 % |

|  |
| --- |
| **[Satura veidotājs] stiprina manu piederības sajūtu Latvijai** |
| Gads | Kopā | LTV | LR | LSM |
| bāzes vērtība  | 57 % | 57 % | 61 % | 50 % |
| 2025 (mērķis) |  60 % | 60 % | 61 % | 54 % |

|  |
| --- |
| **[Satura veidotājs] piedāvā man vērtīgu un saistošu saturu par kultūru** |
| Gads | Kopā | LTV | LR | LSM |
| bāzes vērtība | 46 % | 47 % | 42 % | 49 % |
| 2025 |  50 % | 51 % | 48 % | 52 % |

|  |
| --- |
| **[Satura veidotājs] atspoguļo jaunumus objektīvi un neitrāli, nepaužot personisko attieksmi** |
| Gads | Kopā | LTV | LR | LSM |
| bāzes vērtība | 45 % | 43 % | 46 % | 49 % |
| 2025 (mērķis) | 50 % | 48 % | 50 % | 52 % |

|  |
| --- |
| **[Satura veidotājs] motivē kritiski domāt un spriest par man apkārt notiekošo** |
| Gads | Kopā | LTV | LR | LSM |
| bāzes vērtība | 54 % | 50 % | 59 % | 54 % |
| 2025 (mērķis) | 58 % | 54 % | 59 % | 57 % |

|  |
| --- |
| **[Satura veidotājs] iedvesmo mani uzdrīkstēties darīt, būt uzņēmīgam** |
| Gads | Kopā | LTV | LR | LSM |
| bāzes vērtība  | 30 % | 29 % | 32 % | 29 % |
| 2025 (mērķis) | 36 % | 35 % | 36 % | 34 % |

|  |
| --- |
| **[Satura veidotājs] sniedz jaunas un noderīgas zināšanas par uzņēmējdarbību** |
| Gads | Kopā | LTV | LR | LSM |
| bāzes vērtība | 47 % | 46 % | 48 % | 48 % |
| 2025 (mērķis) | 50 % | 50 % | 51 % | 51 % |

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

Sabiedriskā pasūtījuma gada plāna izpildes novērtējums noteikts, pamatojoties uz SEPLPL 9. panta trešajā 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 (2025. gadā stratēģiskajā ietvarā) 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. Pirmais visaptverošais sabiedriskā labuma izvērtējums veikts 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 iesniegtos pārskatus 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 2024. gadam**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | 2023. gads(izpilde) | 2024. gadaplāns |
| Kanālā LR1 raidstundas (skaits) | 8808 | 8832 |
| Kanālā LR2 raidstundas (skaits) | 8760 | 8784 |
| Kanālā LR3 raidstundas (skaits) | 8760 | 8784 |
| Kanālā LR4 raidstundas (skaits) | 8760 | 8784 |
| Kanālā LR5 raidstundas (skaits) | 8760 | 8784 |
| Kanālā LR6 raidstundas (skaits) | 254 | 235 |

**VSIA “Latvijas Televīzija” darbības rezultāti un to rezultatīvie rādītāji no 2023. gada līdz 2024. gadam**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | 2023. gads(izpilde) | 2024. gada plāns |
| Kanālā LTV1 raidstundas (skaits) | 8760 | 8784 |
| Kanālā LTV7 raidstundas (skaits) | 8760 | 8784 |

**VSIA “Latvijas Sabiedriskais medijs” darbības rezultāti un to rezultatīvie rādītāji 2025. gadā**

|  |  |
| --- | --- |
|  | 2025. gada projekts |
| Radioprogrammu raidstundas (skaits) | 44 083 |
| Televīzijas programmu raidstundas (skaits) | 17 520 |

**VII Paredzamais valsts budžeta finansējums**

Informācija par valsts pamatbudžeta izdevumiem Latvijas Radio vadlīniju precizēšanas laikā:

|  |  |
| --- | --- |
| 2023. gads (izpilde) | 2024. gada plāns |
| 13 828 292 *euro* | 15 209 333 *euro* |

Informācija par valsts pamatbudžeta izdevumiem Latvijas Televīzijai vadlīniju precizēšanas laikā, tai skaitā valsts pamatbudžeta dotācija un resorā “74. Gadskārtējā valsts budžeta izpildes procesā pārdalāmais finansējums” rezervētais finansējums ““VSIA “Latvijas Televīzija” kritiskās infrastruktūras – vienotās režijas pults iegāde TV signāla nepārtrauktības nodrošināšanai”:

|  |  |
| --- | --- |
| 2023. gads (izpilde) | 2024. gada plāns |
| 27 343 409 *euro* | 32 430 667 *euro* |

Vadlīniju izstrādes laikā plānotais kopējais finansējuma apmērs saskaņā ar nolikuma “Sabiedriskā pasūtījuma izstrādes, uzskaites un izpildes uzraudzības kārtības nolikums” pielikumam “Attīstībai plānotais finansējums 2025. – 2028. gads” 2025. gadā Latvijas Sabiedriskajam medijam, tai skaitā budžeta resora “46. Sabiedriskie elektroniskie plašsaziņas līdzekļi” programmā “04.00.00 Sabiedriskā pasūtījuma īstenošana Latvijas Sabiedriskajā medijā” un budžeta resorā “74. Gadskārtējā valsts budžeta izpildes procesā pārdalāmais finansējums” programmā 18.00.00 “Finansējums valsts drošības stiprināšanas pasākumiem” atbilstoši plānotajām faktiskajām izmaksām sabiedriskā pasūtījuma īstenošanai, Latvijas Televīzijas 8 kameru un 14 kameru pārvietojamo televīzijas staciju (PTS) iegādei un reformas īstenošanai, lai izveidotu apvienotu sabiedrisko mediju:

|  |
| --- |
| 2025. gadā attīstībai plānotais finansējums |
| 68 487 987 *euro* |

Tai skaitā kopā papildu pārdalāmais finansējums:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Nr.p.k. | Pasākumi | Papildu pārdalāmais finansējums 2025. gadā (*euro*) |
|
| 1. | Kapacitātes stiprināšana | 2 222 124 |
| 2. | Satura attīstība  | 2 770 174 |
| 3. | Tehnoloģiskā attīstība  | 16 465 405 |
| 4. | Infrastruktūras attīstība  | 2 859 670 |
| 5. | Citi  | 529 889 |
|   | **Kopā finansējums**  | **24 847 262** |

**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)

[Dziesmu un deju svētku likums (likumi.lv)](https://likumi.lv/ta/id/111203-dziesmu-un-deju-svetku-likums)

[Nacionālās kiberdrošības likums (likumi.lv)](https://likumi.lv/ta/id/353390-nacionalas-kiberdrosibas-likums)

[Priekšvēlēšanu aģitācijas likums (likumi.lv)](https://likumi.lv/ta/id/253543-prieksvelesanu-agitacijas-likums)

[Komisijas paziņojums par valsts atbalsta noteikumu piemērošanu sabiedriskajai apraidei dokuments 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)

[UNDRIP\_E\_web.pdf](https://www.un.org/development/desa/indigenouspeoples/wp-content/uploads/sites/19/2018/11/UNDRIP_E_web.pdf)

[Regula - ES - 2024/1083 - EN - EUR-Lex (europa.eu)](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/LV/TXT/?uri=CELEX%3A32024R1083)

**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 Elektronisko plašsaziņas līdzekļu nozares attīstības nacionālās stratēģijas 2023.–2027. gadam apstiprināšanu (likumi.lv)](https://likumi.lv/ta/id/338558-par-elektronisko-plassazinas-lidzeklu-nozares-attistibas-nacionalas-strategijas-20232027-gadam-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)

[Latvijas mediju politikas pamatnostādnes 2024.–2027.  gadam](https://likumi.lv/ta/id/355321-latvijas-mediju-politikas-pamatnostadnes-2024-2027-gadam)

[Par konceptuālo ziņojumu "Konceptuālais ziņojums par valsts stratēģisko komunikāciju un informatīvās telpas drošību 2023.–2027. gadam" (likumi.lv)](https://likumi.lv/ta/id/339106-par-konceptualo-zinojumu-konceptualais-zinojums-par-valsts-strategisko-komunikaciju-un-informativas-telpas-drosibu-2023-2027)

[Par Nacionālās drošības koncepcijas apstiprināšanu 2019 (likumi.lv)](https://likumi.lv/ta/id/309647-par-nacionalas-drosibas-koncepcijas-apstiprinasanu)

[Par Nacionālās drošības koncepcijas apstiprināšanu 2023 (likumi.lv)](https://likumi.lv/doc.php?id=345911&version_date=29.09.2023)

[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 Valsts valodas politikas pamatnostādnēm 2021.–2027. gadam (likumi.lv)](https://likumi.lv/ta/id/325679-par-valsts-valodas-politikas-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)

[Mediju politikas pamatnostādņu projekts](https://tapportals.mk.gov.lv/legal_acts/db4e5704-a451-4ab0-b8b1-96a71a36d19d)

[Plāns personu ar invaliditāti vienlīdzīgu… - Latvijas Vēstnesis (vestnesis.lv)](https://www.vestnesis.lv/op/2024/99.8)

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

<https://latvijasradio.lsm.lv/public/assets/userfiles/LR_Strategija_2019_2024_grozita.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)

[Sabiedriski konsultatīvais forums | Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu padome (seplp.lv)](https://www.seplp.lv/lv/sabiedriski-konsultativais-forums)

[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\_APSTIPRINATS.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/)

[Gemius publicē apskatu par 2022. gada apmeklētākajām vietnēm - - Gemius – Knowledge that supports business decisions](https://www.gemius.lv/interneta-mediji-zinas/gemius-publice-apskatu-par-2022-gada-apmekletakajam-vietnem.html)

[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)

[download (seplp.lv)](https://www.seplp.lv/lv/media/789/download?attachment)

[Publicēts Latvijas sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu ombuda ziņojums par 2022./2023. gadu | Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu padome (seplp.lv)](https://www.seplp.lv/lv/publicets-latvijas-sabiedrisko-elektronisko-plassazinas-lidzeklu-ombuda-zinojums-par-20222023-gadu)

[Publicēts Latvijas sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu ombuda ziņojums par 2023. gadu | Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu padome (seplp.lv)](https://www.seplp.lv/lv/publicets-latvijas-sabiedrisko-elektronisko-plassazinas-lidzeklu-ombuda-zinojums-par-2023-gadu)

[20445.pdf (fes.de)](https://library.fes.de/pdf-files/bueros/baltikum/20445.pdf)

[Prezentācijas un pētījumi | Kultūras ministrija (km.gov.lv)](https://www.km.gov.lv/lv/prezentacijas-un-petijumi)

[Pētījumi | Ministru kabinets (mk.gov.lv)](https://www.mk.gov.lv/lv/petijumi)

Pētījumi | Latvijas sabiedrisko mediju visaptverošs sabiedriskā labuma izvērtējums Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu padome (seplp.lv)

[Sabiedriskā labuma vērtēšana | Sabiedrisko elektronisko plašsaziņas līdzekļu padome (seplp.lv)](https://www.seplp.lv/lv/sabiedriskais-labums)

1. IKP prognoze balstās uz Finanšu ministrijas makroekonomisko rādītāju aprēķiniem 2024. gada februārī un Centrālās statistikas pārvaldes 29.02.2024. datiem. Informācija par budžetu aktualizēta 2024. gada 5. septembrī. [↑](#footnote-ref-1)
2. IKP prognoze balstās uz Finanšu ministrijas makroekonomisko rādītāju aprēķiniem 2024. gada februārī un Centrālās statistikas pārvaldes 29.02.2024. datiem. Informācija par budžetu aktualizēta 2024. gada 20. decembrī. [↑](#footnote-ref-2)
3. IKP prognoze balstās uz Finanšu ministrijas makroekonomisko rādītāju aprēķiniem 2024. gada februārī un Centrālās statistikas pārvaldes 29.02.2024. datiem. Informācija par budžetu aktualizēta 2024. gada 20. decembrī. [↑](#footnote-ref-3)
4. šeit un turpmāk: bāzes vērtība noteikta, ņemot vērā 2023. gada jūlijā precizētās aptaujas datus [↑](#footnote-ref-4)
5. 2023.gada mērķa vērtības sasniedzamībai grupā “kopā” tika noteikti par pamatu ņemot lietojumu mēneša griezumā, savukārt kopējai sasniedzamībai 2023.gada mērķa vērtība netika noteikta pētījuma autoriem precizējot datus 2024.gada pētījuma ietvaros pamanītas kļūdas ietvaros. [↑](#footnote-ref-5)
6. spēkā līdz ar sabiedriskā pasūtījuma 2024. gadam izstrādi [↑](#footnote-ref-6)
7. spēkā līdz ar sabiedriskā pasūtījuma 2024. gadam izstrādi [↑](#footnote-ref-7)
8. gadam noteikto mērķa vērtību izvērtējumam par pamatu ņem nākamā gada sākumā veikto sabiedriskā labuma aptauju. [↑](#footnote-ref-8)